



LES FRANÇAIS & LE RETAIL MEDIA EN MAGASIN

LES JEUDIS DE LA RETAIL TECH | 06.03.25

opinionway'

LES CHIFFRES
CONSOMMATEURS
DU MOIS



LA METHODOLOGIE DE L'ENQUÊTE



Echantillon de **1057 personnes**, représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus.

L'échantillon a été constitué selon la **méthode des quotas**, au regard des critères de sexe, d'âge, de catégorie socioprofessionnelle, de catégorie d'agglomération et de région de résidence.



OpinionWay a réalisé cette enquête en appliquant les procédures et règles de la **norme ISO 20252**



Les résultats de ce sondage doivent être lus en tenant compte des marges d'incertitude : 1,4 à 3,1 points au plus pour un échantillon de 1000 répondants.



L'échantillon a été interrogé par **questionnaire auto-administré en ligne sur système CAWI** (Computer Assisted Web Interview).



Les interviews ont été réalisées **le 26 et 27 février 2025**.

Pour les remercier de leur participation, les panélistes ont touché des incentives ou ont fait un don à l'association proposée de leur choix.

Toute publication totale ou partielle doit impérativement utiliser la mention complète suivante :

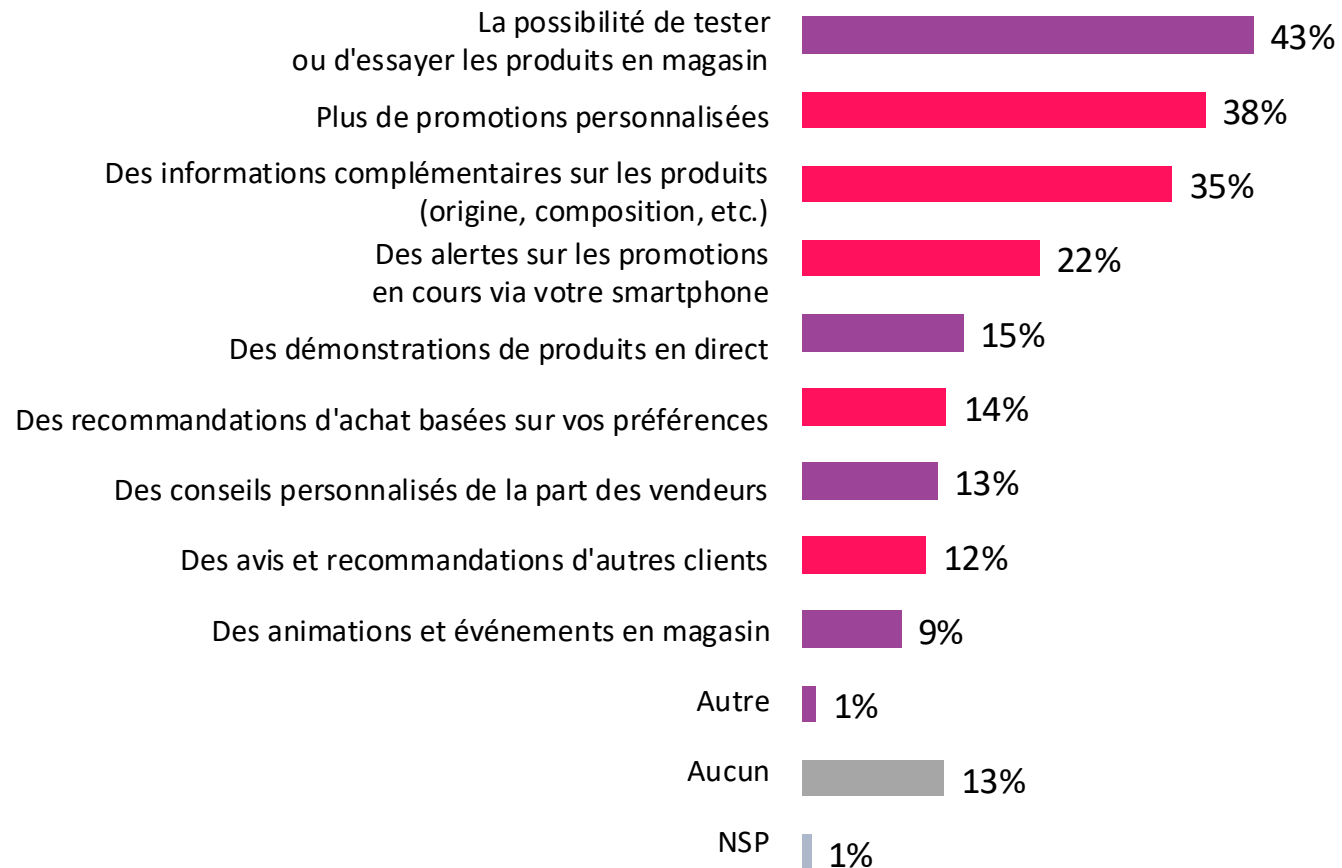
« Sondage OpinionWay pour La Retail Tech »

et aucune reprise de l'enquête ne pourra être dissociée de cet intitulé.





LES ATTENTES EN MATIÈRE D'INTERACTIONS DANS LES MAGASINS EN 2025



86%
au moins
une attente

QUESTION 1. Lors de vos visites en magasin, quelles sont vos principales attentes en matière d'interactions avec les marques et les produits ?

Jusqu'à trois réponses possibles - Total supérieur à 100%

Question posée à l'ensemble des Français, 1057 répondants





LES ATTENTES EN MATIÈRE D'INTERACTIONS DANS LES MAGASINS EN 2025

	Total	Sexe		Âge					Statut		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP+	CSP-	Inactif
Au moins une attente	86%	83%	88%	89%	87%	87%	84%	84%	87%	86%	85%
La possibilité de tester ou d'essayer les produits en magasin	43%	38%	47%	46%	43%	42%	45%	39%	47%	42%	40%
Plus de promotions personnalisées	38%	37%	39%	36%	40%	40%	41%	34%	40%	38%	36%
Des informations complémentaires sur les produits (origine, composition, etc.)	35%	33%	37%	29%	31%	32%	33%	44%	34%	31%	39%
Des alertes sur les promotions en cours via votre smartphone	22%	21%	24%	13%	26%	28%	22%	19%	23%	25%	21%
Des démonstrations de produits en direct	15%	15%	15%	10%	13%	14%	16%	18%	14%	16%	16%
Des recommandations d'achat basées sur vos préférences	14%	13%	14%	25%	19%	15%	12%	7%	15%	15%	12%
Des conseils personnalisés de la part des vendeurs	13%	13%	12%	22%	10%	7%	8%	20%	14%	7%	16%
Des avis et recommandations d'autres clients	12%	11%	13%	16%	16%	13%	10%	8%	14%	12%	10%
Des animations et événements en magasin	9%	9%	9%	12%	12%	11%	8%	7%	10%	10%	7%
Autre	1%	2%	1%	-	-	2%	2%	2%	2%	1%	1%
Aucun	13%	16%	11%	11%	12%	12%	15%	15%	12%	14%	14%

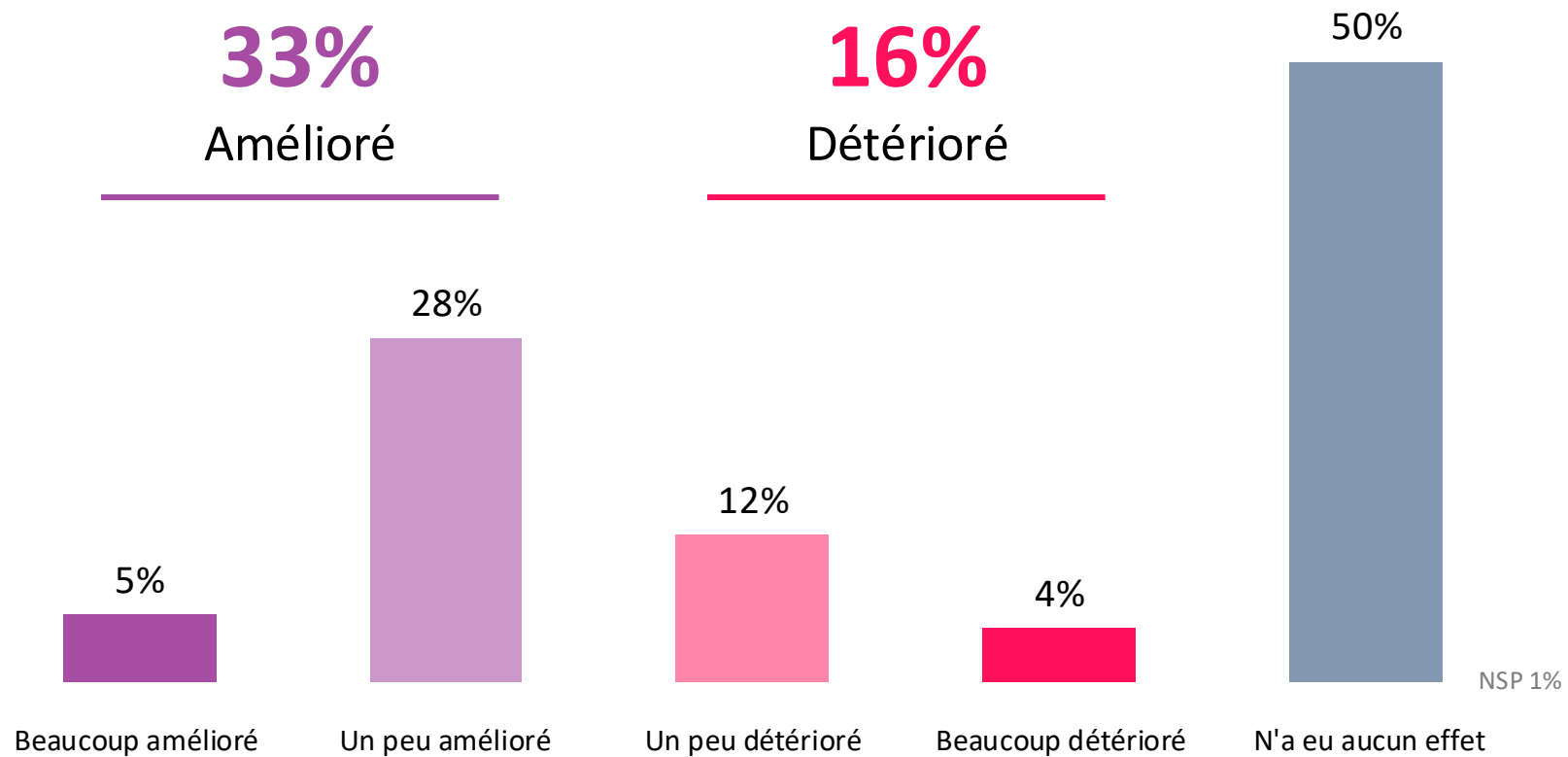
QUESTION 1. Lors de vos visites en magasin, quelles sont vos principales attentes en matière d'interactions avec les marques et les produits ?

Jusqu'à trois réponses possibles - Total supérieur à 100%

Question posée à l'ensemble des Français, 1057 répondants



L'IMPACT DES TECHNOLOGIES INTERACTIVES EN MAGASIN SUR L'EXPÉRIENCE D'ACHAT GLOBALE



QUESTION 2. D'une manière générale, depuis quelques années, diriez-vous que l'usage des technologies interactives en magasin (écrans tactiles, affiches, PLV, applications mobiles, etc.) a amélioré, a détérioré ou n'a eu aucun effet sur votre expérience d'achat globale ?

Question posée à l'ensemble des Français, 1057 répondants





L'IMPACT DES TECHNOLOGIES INTERACTIVES EN MAGASIN SUR L'EXPÉRIENCE D'ACHAT GLOBALE

	Total	Sexe		Âge					Statut		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP+	CSP-	Inactif
Sous-total Amélioré	33%	35%	32%	45%	42%	30%	29%	30%	33%	41%	29%
<i>Beaucoup amélioré</i>	5%	6%	5%	6%	6%	5%	6%	5%	6%	6%	5%
<i>Un peu amélioré</i>	28%	29%	27%	39%	36%	25%	23%	25%	27%	35%	24%
Sous-total Détérioré	16%	18%	15%	18%	15%	20%	15%	14%	20%	14%	15%
<i>Un peu détérioré</i>	12%	14%	10%	18%	12%	15%	7%	11%	14%	10%	11%
<i>Beaucoup détérioré</i>	4%	4%	5%	-	3%	5%	8%	3%	6%	4%	4%
Sous-total Expérience a changé	49%	53%	47%	63%	57%	50%	44%	44%	53%	55%	44%
N'a eu aucun effet	50%	47%	52%	35%	42%	49%	56%	56%	46%	45%	56%

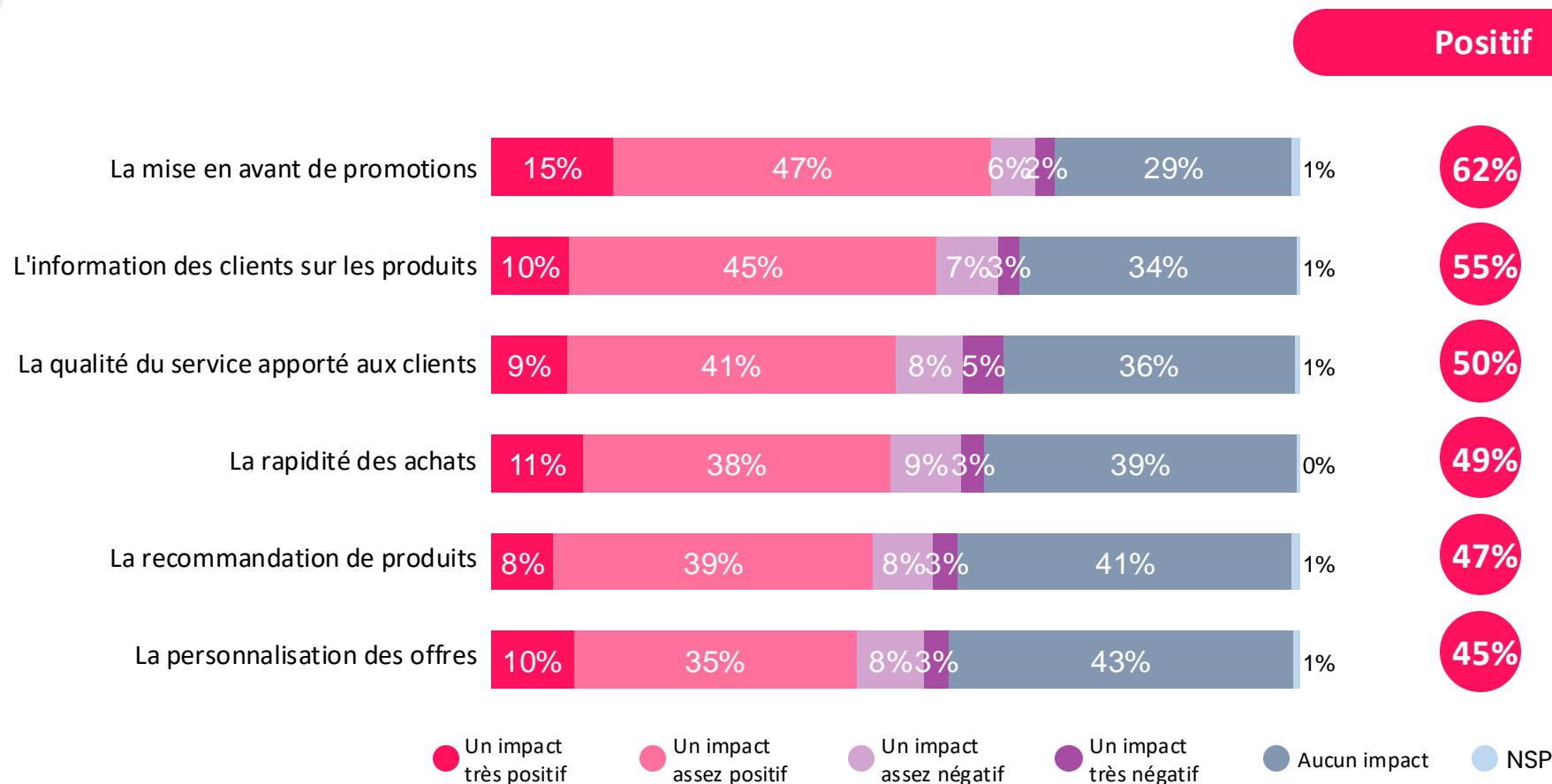
QUESTION 2. D'une manière générale, depuis quelques années, diriez-vous que l'usage des technologies interactives en magasin (écrans tactiles, affiches, PLV, applications mobiles, etc.) a amélioré, a détérioré ou n'a eu aucun effet sur votre expérience d'achat globale ?

Question posée à l'ensemble des Français, 1057 répondants





L'IMPACT DES TECHNOLOGIES INTERACTIVES SUR DIFFÉRENTS ASPECTS DE L'EXPÉRIENCE D'ACHAT EN MAGASIN



QUESTION 3. D'après votre expérience, diriez-vous que l'usage des technologies interactives en magasin (écrans tactiles, affiches, PLV, applications mobiles, etc.) a un impact positif, un impact négatif ou aucun impact sur chacun des aspects suivants ? Question posée à l'ensemble des Français, 1057 répondants





L'IMPACT DES TECHNOLOGIES INTERACTIVES SUR DIFFÉRENTS ASPECTS DE L'EXPÉRIENCE D'ACHAT EN MAGASIN

	Total	Sexe		Âge					Statut		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP+	CSP-	Inactif
La mise en avant de promotions	62%	58%	65%	69%	66%	61%	58%	60%	63%	64%	60%
L'information des clients sur les produits	55%	55%	56%	59%	69%	52%	51%	52%	59%	59%	49%
La qualité du service apporté aux clients	50%	49%	51%	59%	57%	47%	47%	48%	53%	53%	46%
La rapidité des achats	49%	49%	49%	57%	58%	49%	46%	45%	52%	54%	45%
La recommandation de produits	47%	44%	51%	58%	63%	46%	44%	39%	54%	53%	39%
La personnalisation des offres	45%	46%	45%	47%	57%	46%	41%	40%	49%	49%	40%

QUESTION 3. D'après votre expérience, diriez-vous que l'usage des technologies interactives en magasin (écrans tactiles, affiches, PLV, applications mobiles, etc.) a un impact positif, un impact négatif ou aucun impact sur chacun des aspects suivants ? Question posée à l'ensemble des Français, 1057 répondants





CONTACTS PRESSE



La Retail Tech
Mike Hadjadj
Co-initiateur

94, rue Marius AUFAN
92300 Levallois-Perret

+33 6 27 30 52 08
mike@iloveretail.fr
www.laretailtech.com

[@MikeHadjadj](https://twitter.com/MikeHadjadj)

OpinionWay
Frédéric Micheau
DGA

15, place de la République
75003 Paris

+33 1 81 81 83 00
fmicheau@opinion-way.com
www.opinion-way.com

[@FMicheau](https://twitter.com/FMicheau)



À TRÈS VITE !

laretailtech.com

LES JEUDIS DE LA RETAIL TECH

06.03.25

