

Vusion

Les Français & le magasin intelligent

Mars 2026



01

Méthodologie

La méthodologie



Echantillon de **1 000 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.



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

Les interviews ont été réalisées **du 11 au 13 février 2026**.

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



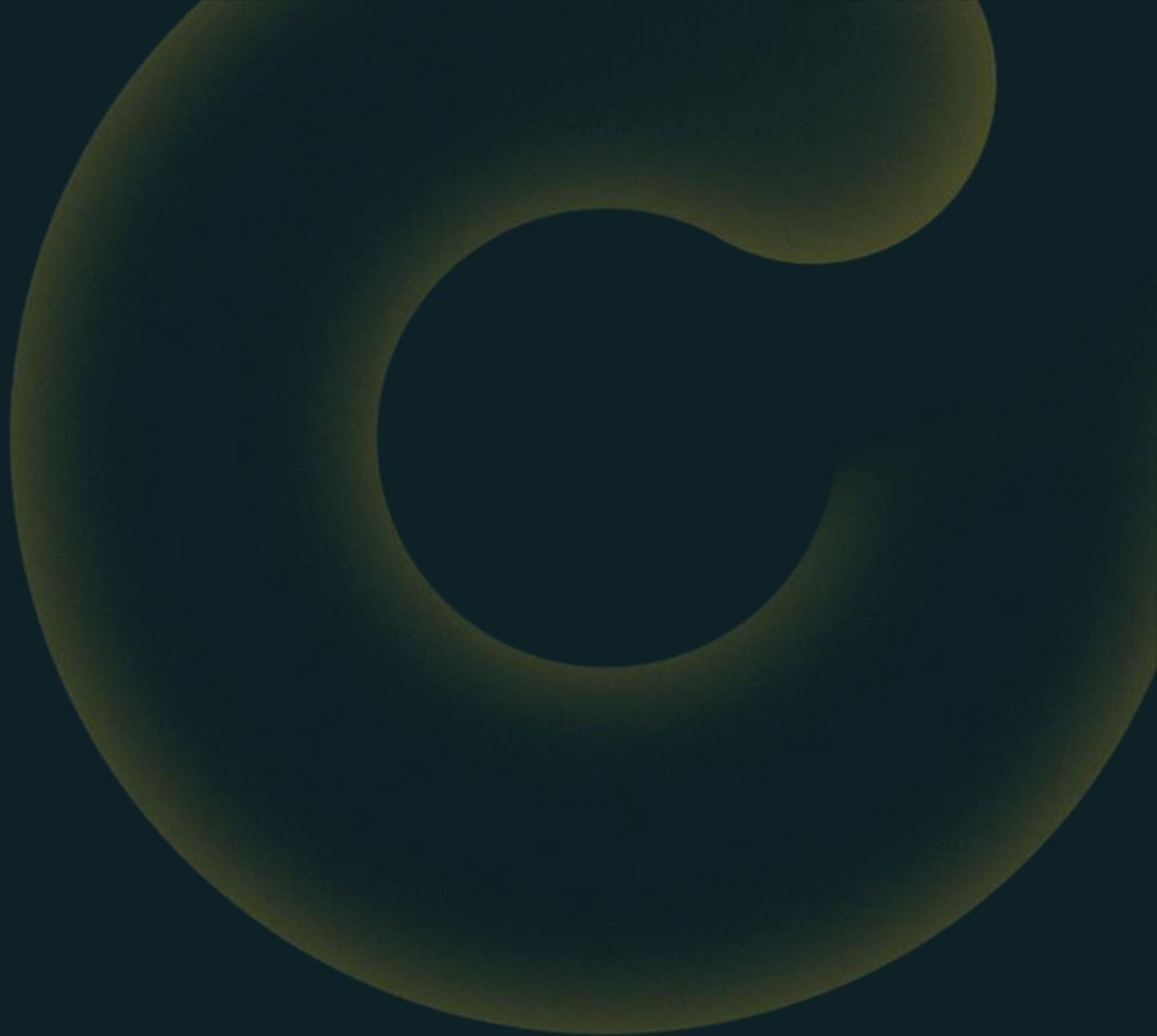
OpinionWay a réalisé cette enquête en appliquant les procédures et règles de la **norme ISO 20252**



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 1 000 répondants.

02

Résultats

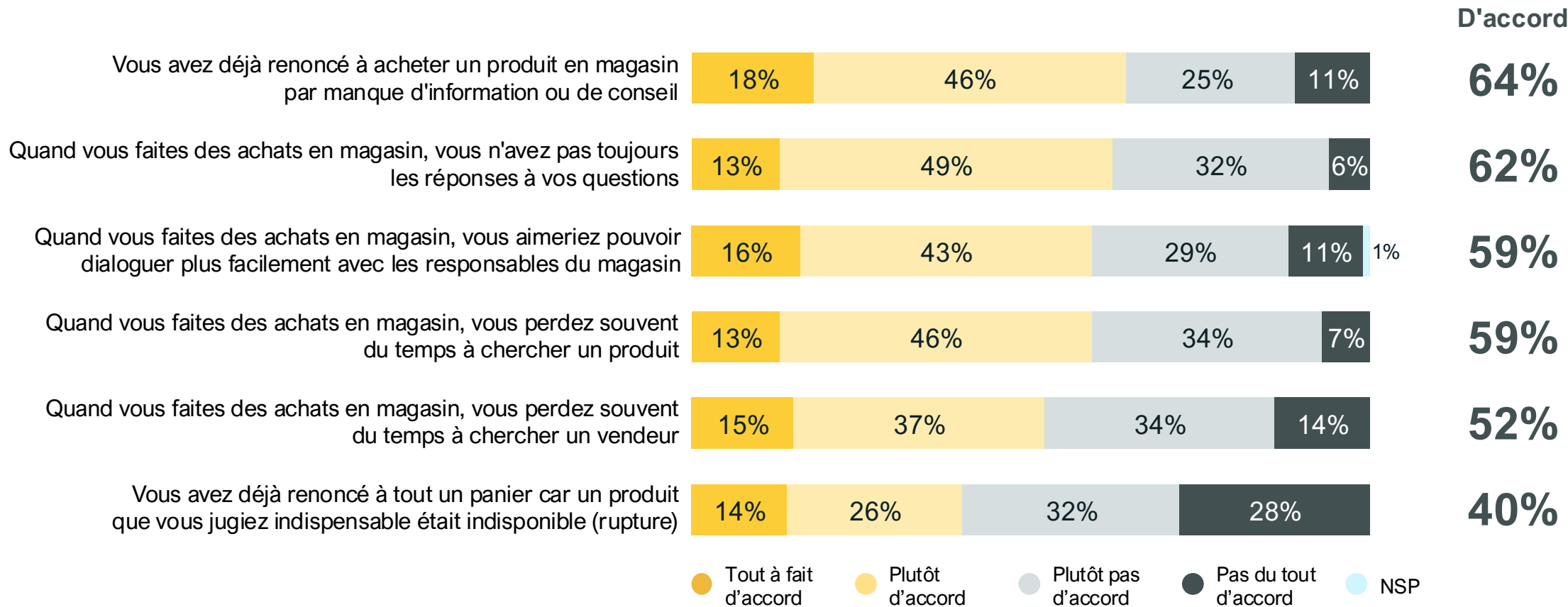


Les difficultés rencontrées lors des achats en magasin



1000
personnes

Q. Êtes-vous d'accord ou pas d'accord avec chacune des affirmations suivantes ?



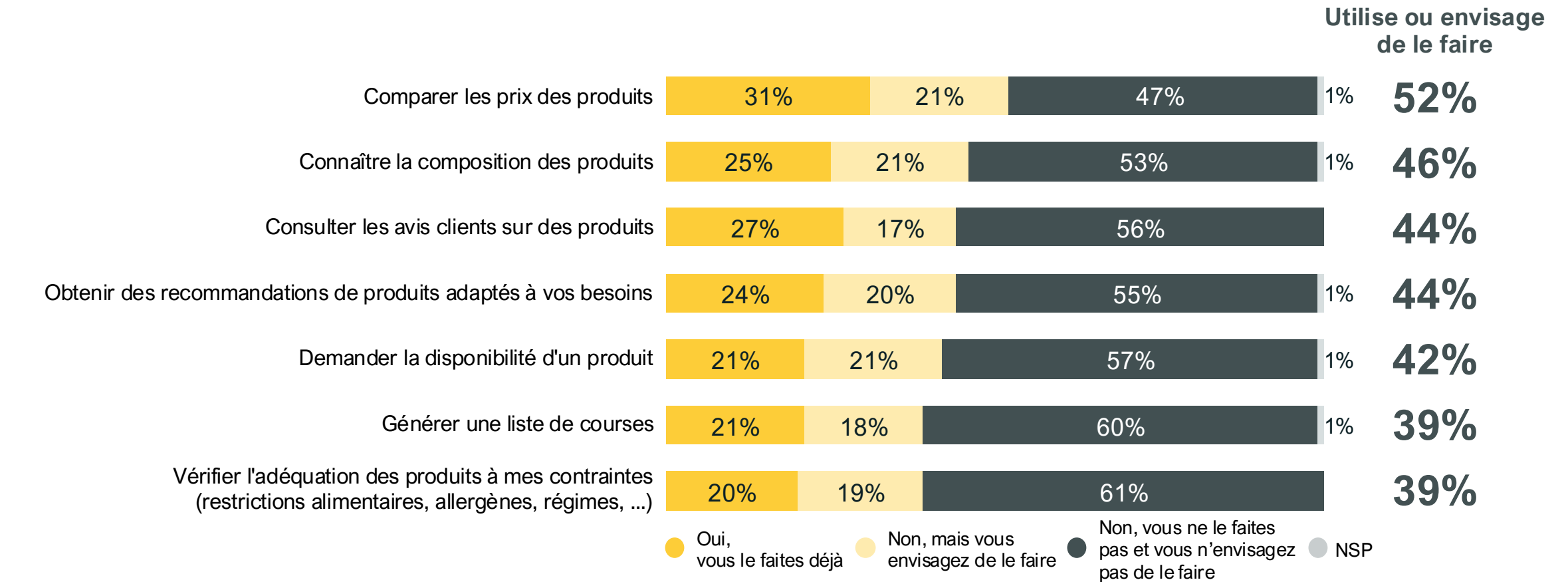
Les usages de l'IA lors des achats en magasin

Q. Quand vous faites des achats en magasin, utilisez-vous ou non l'Intelligence Artificielle (Chat GPT, Gemini, Claude, Copilot, Le Chat...) pour... ?



1000
personnes

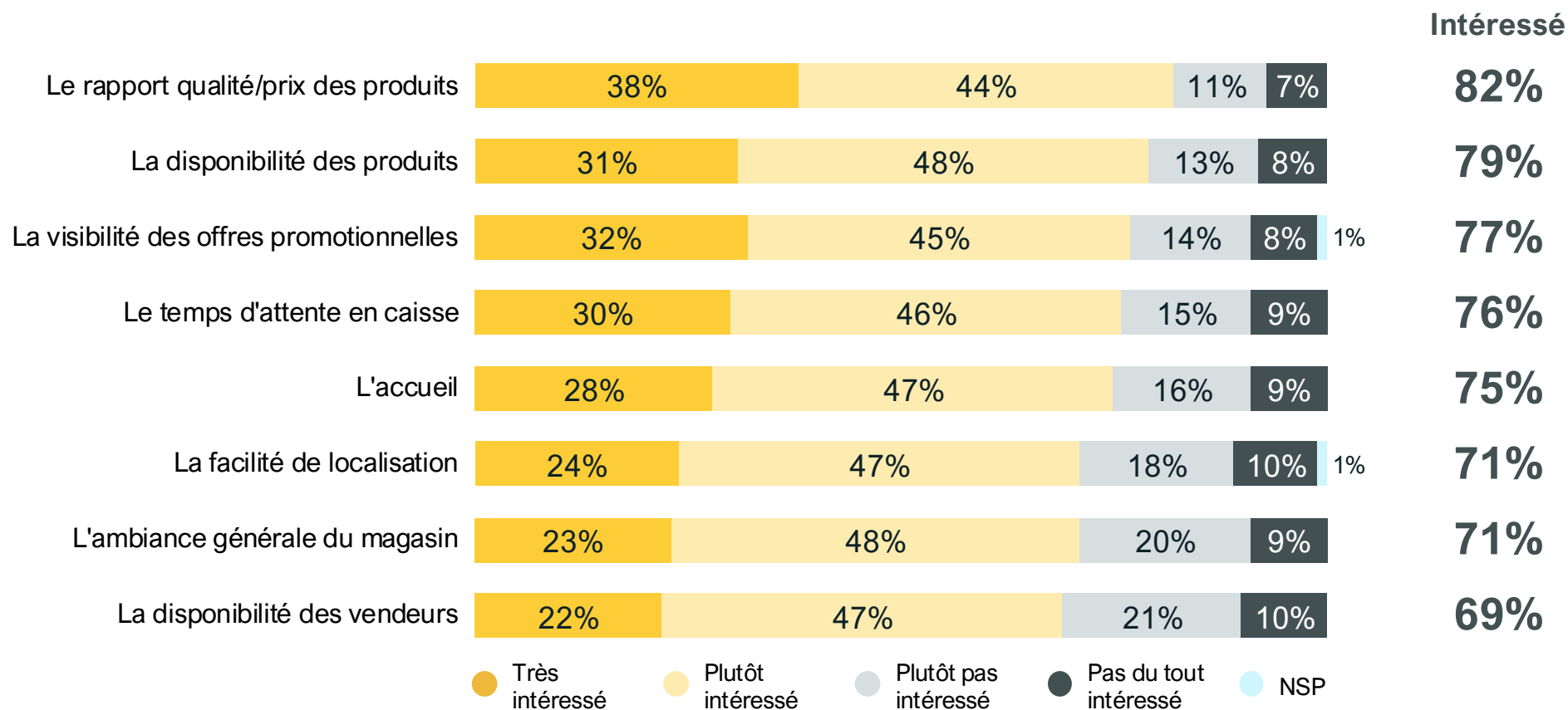
65% utilisent l'IA ou envisagent de le faire pour au moins une utilisation



Les aspects de l'expérience en magasin sur lesquels les clients sont prêts à donner leur avis



Q. Seriez-vous intéressé ou non pour donner votre avis sur votre expérience en magasin pour chacun des aspects suivants ?



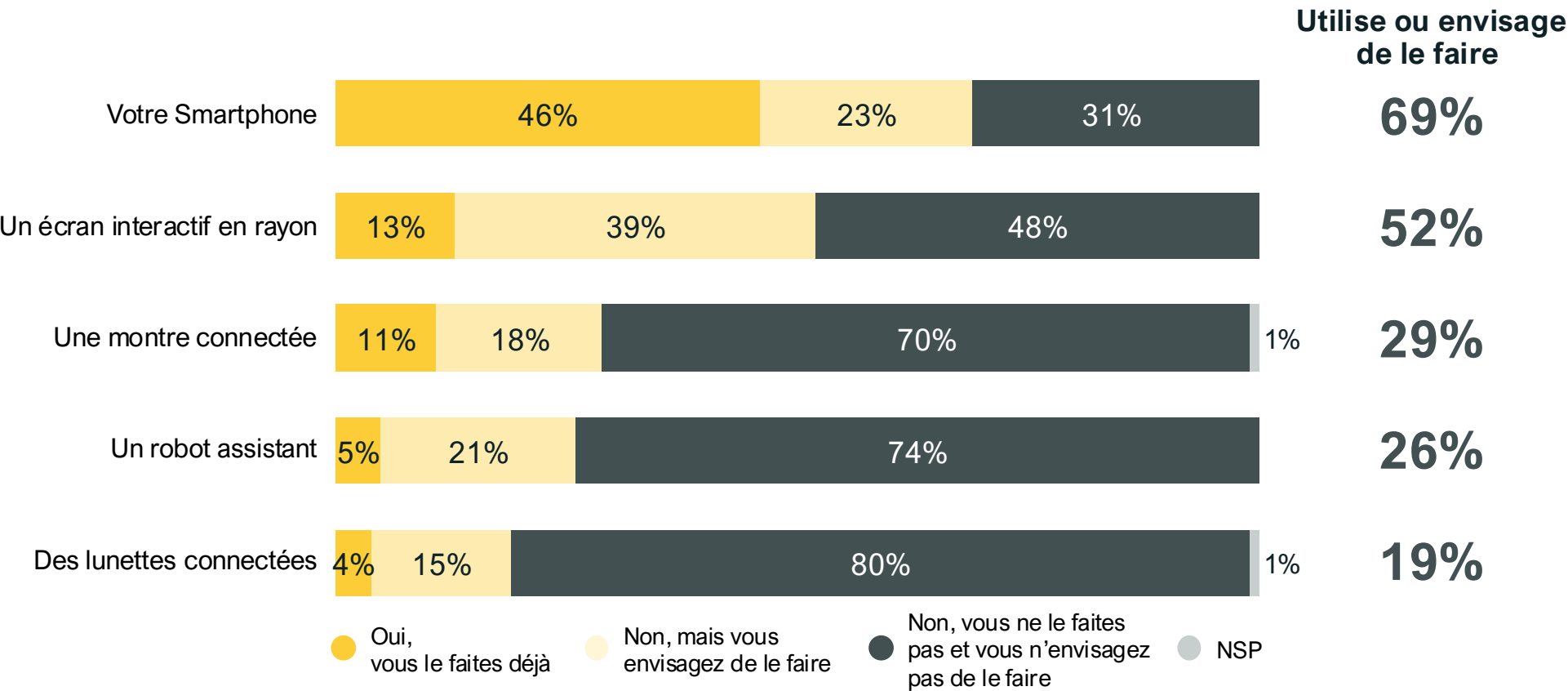
Les outils intelligents envisagés pour faciliter les achats en magasin



1000
personnes

Q. Lorsque vous êtes dans un magasin, pourriez-vous utiliser chacun des outils intelligents suivants pour faciliter vos achats ?

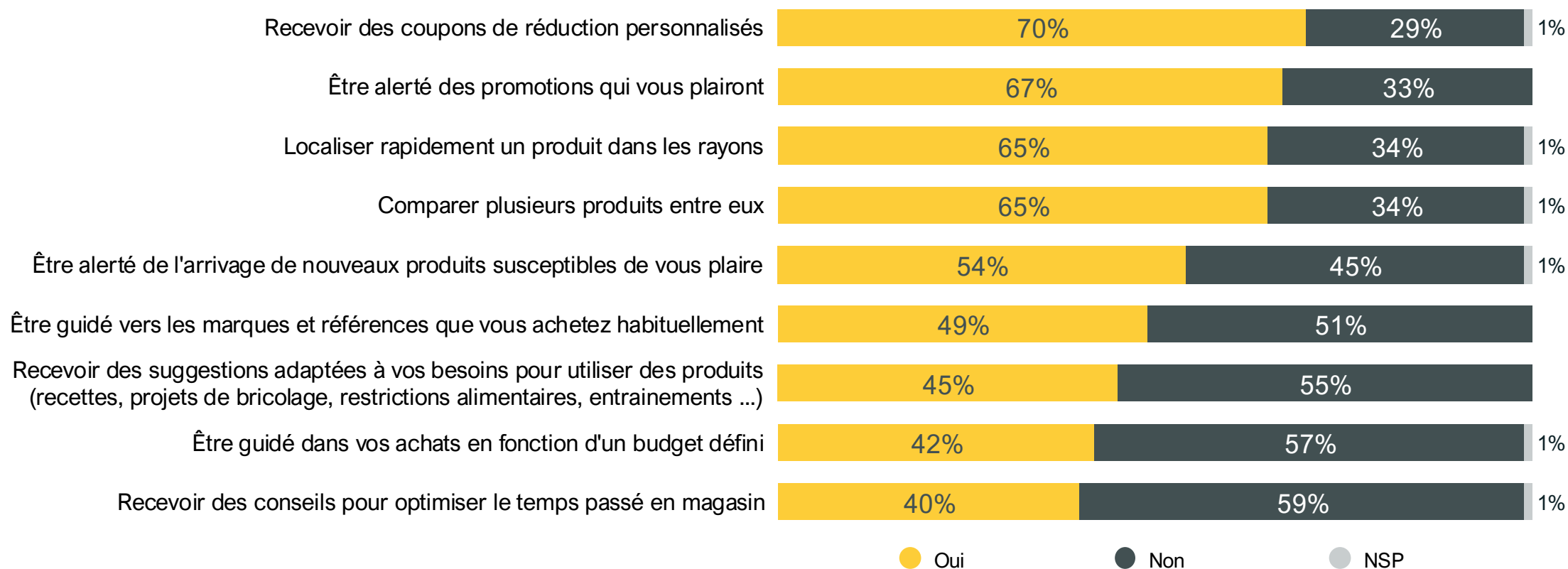
77% utilisent au moins un outil intelligent ou envisagent de le faire



Les services souhaités de la part des magasins utilisant des outils intelligents



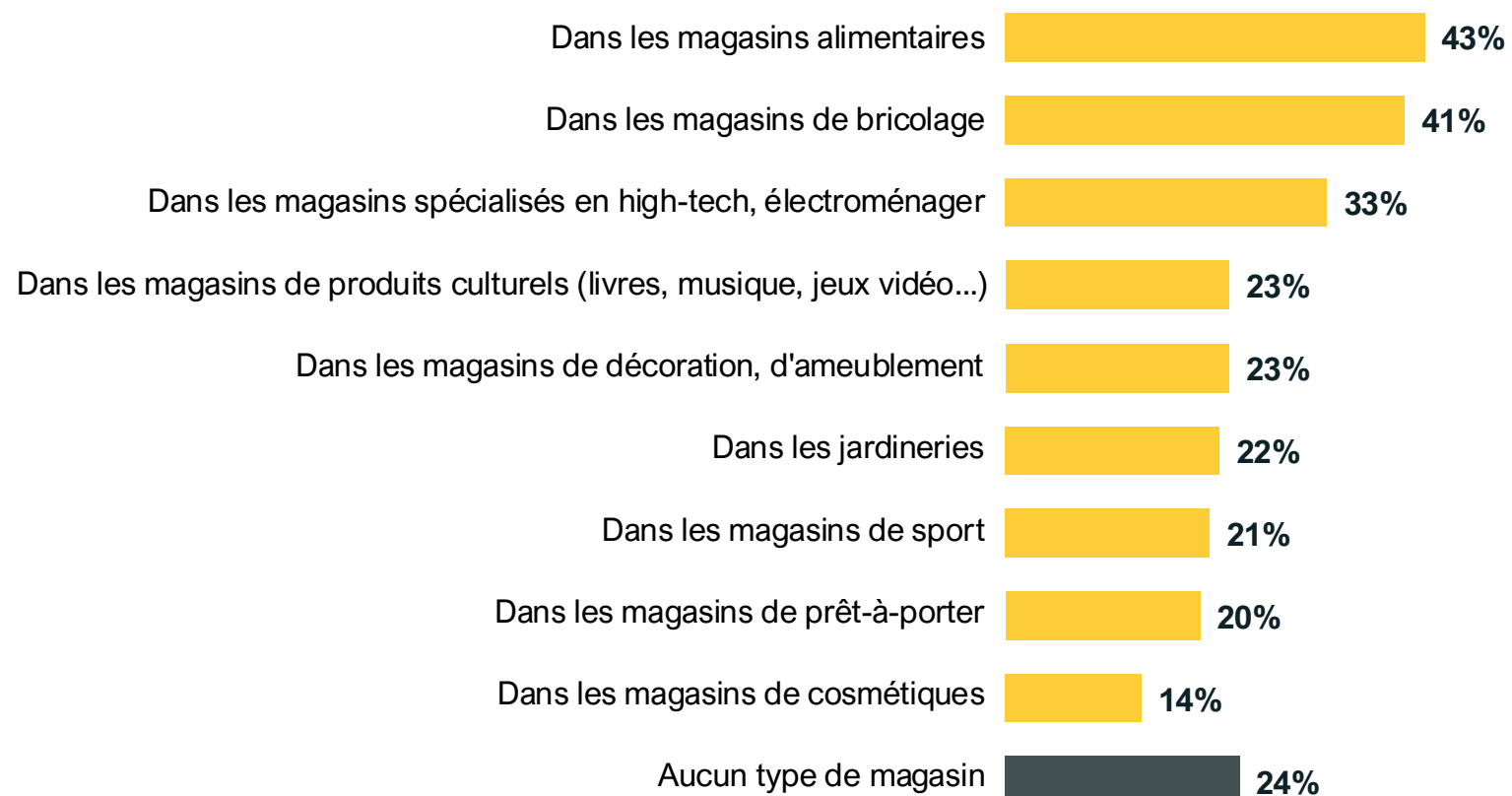
Q. Souhaiteriez-vous ou non que les magasins vous proposent chacun des services suivants pendant vos achats en utilisant des outils intelligents (écran interactif, lunettes connectées, montre connectée, robot assistant...) ?



Les types de magasins dans lesquels on aimerait bénéficier d'outils intelligents

Q. Vous personnellement, dans quel(s) type(s) de magasin(s) aimeriez-vous le plus bénéficier de ces outils intelligents (écran interactif, lunettes connectées, montre connectée, robot assistant...) ?

Jusqu'à cinq réponses possibles – Total supérieur à 100%



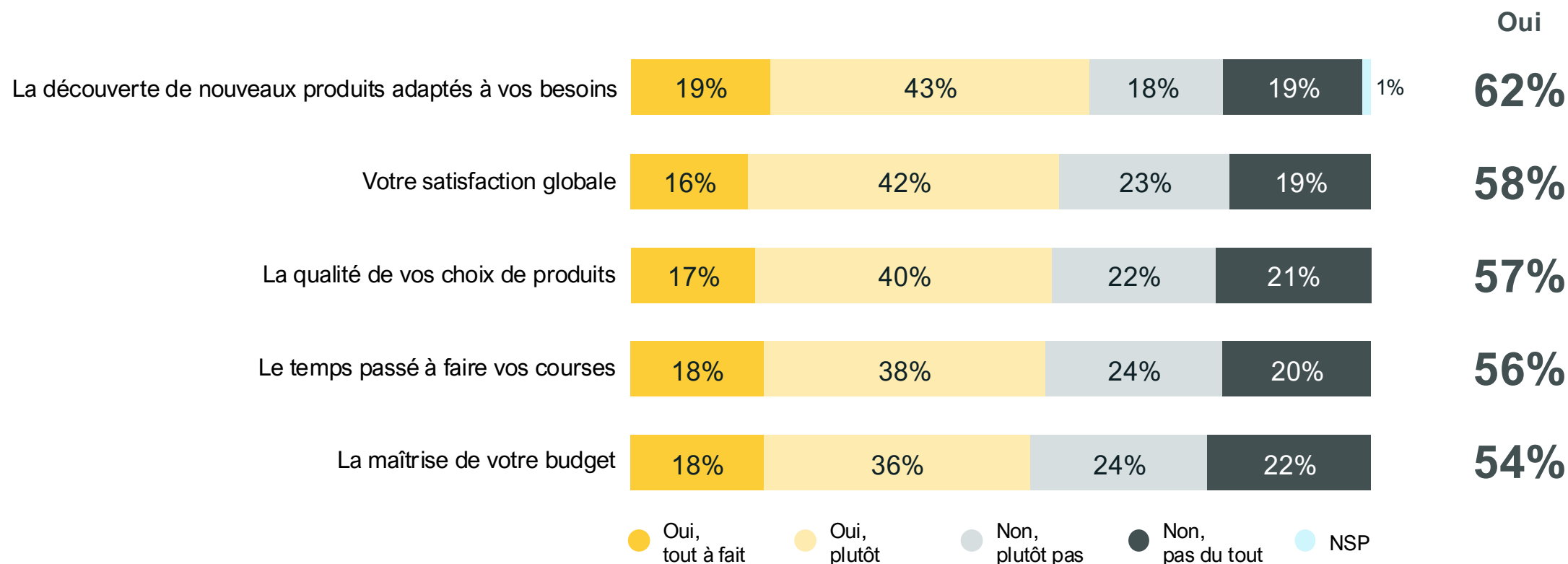
76%
Au moins un type de magasin

L'impact de l'utilisation des outils intelligents sur l'expérience d'achat en magasin



Q. Selon vous, l'utilisation d'outils intelligents en magasin (écran interactif, lunettes connectées, montre connectée, robot assistant...) améliorerait-elle ou non votre expérience d'achat sur chacun des aspects suivants ?

73% estiment que cela améliorerait l'expérience d'achat



Les perceptions des outils intelligents en magasin

Q. Vous personnellement, concernant le magasin intelligent (écran interactif, lunettes connectées, montre connectée, robot assistant...), diriez-vous que... ?



1000 personnes

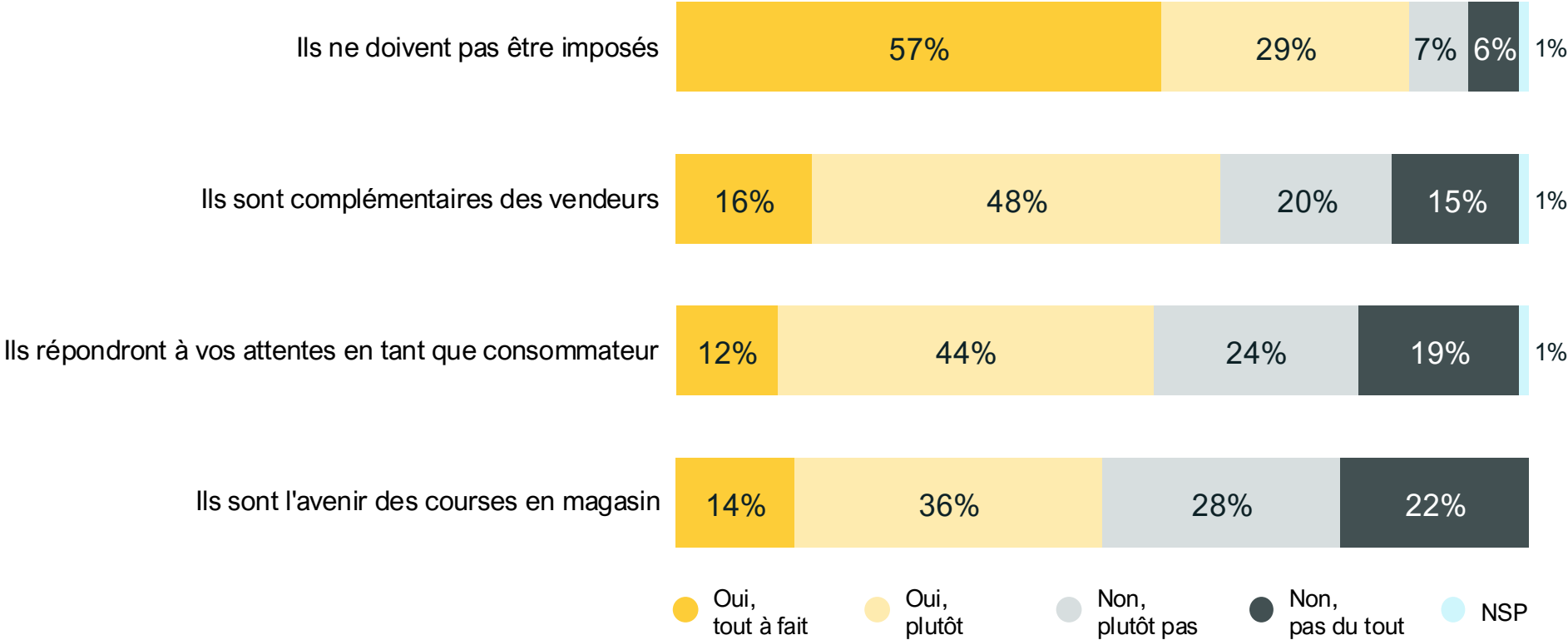
Oui

86%

64%

56%

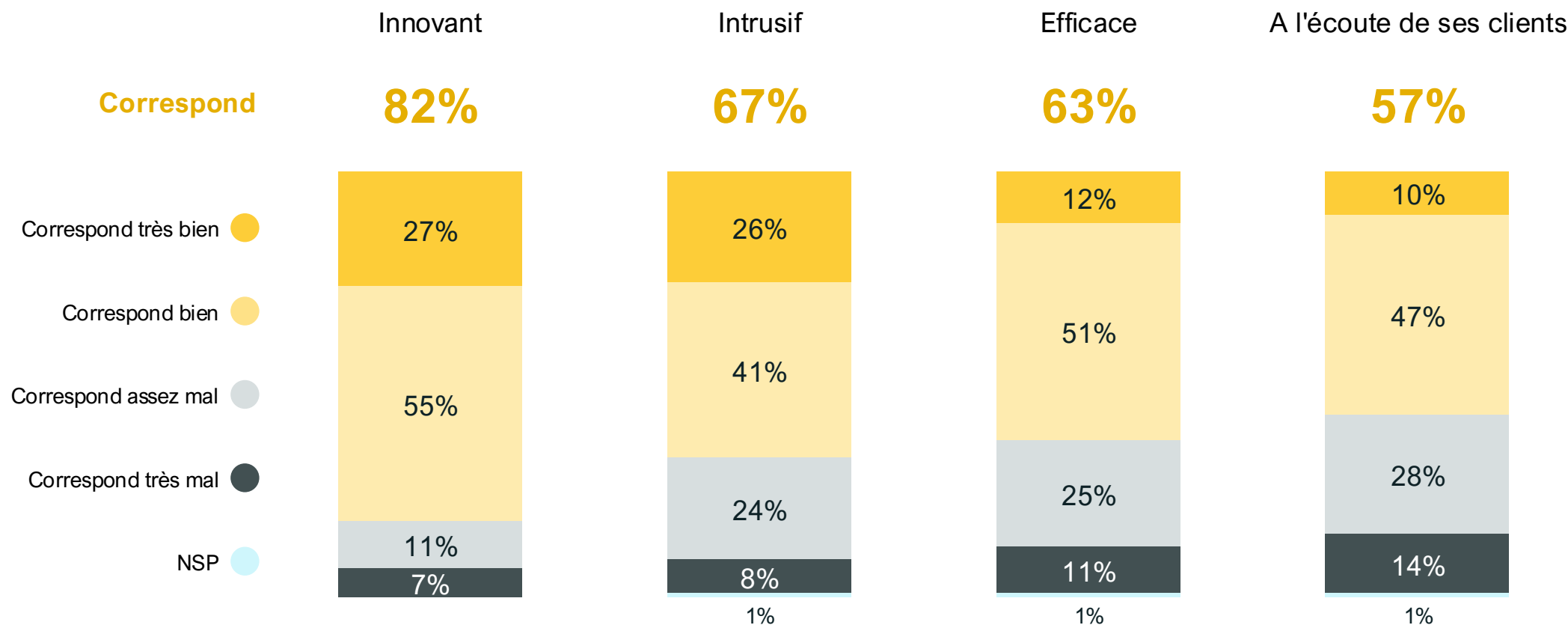
50%



Les retombées d'image liée à la mise à disposition d'outils intelligents en magasin



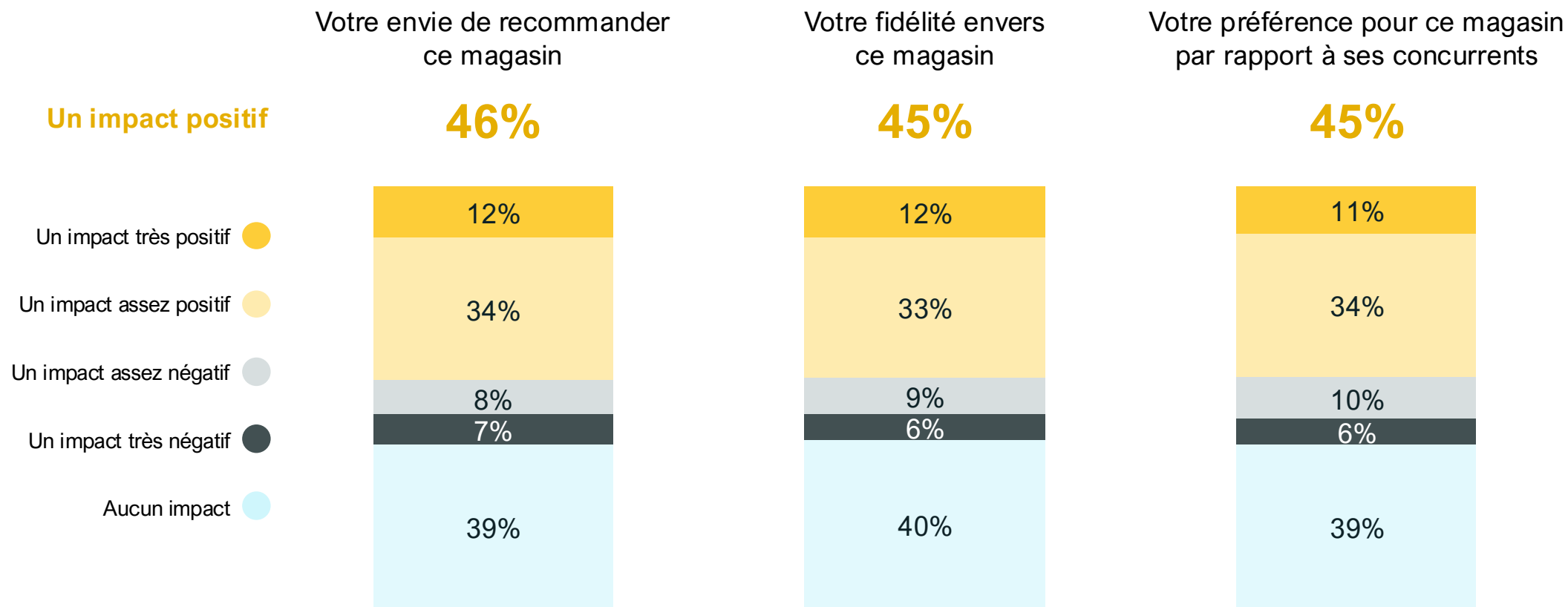
Q. Diriez-vous qu'un magasin qui propose ces outils intelligents (écran interactif, lunettes connectées, montre connectée, robot assistant...) correspond bien ou mal à chacun des qualificatifs suivants ?



L'impact commercial pour le magasin de la mise à disposition d'outils intelligents



Q. Enfin, diriez-vous que le fait qu'un magasin mette à disposition ces outils intelligents (écran interactif, lunettes connectées, montre connectée, robot assistant...) a un impact positif, un impact négatif ou aucun impact sur chacun des aspects suivants ?



Contacts études



iloveretail.fr

Mike Hadjadj

Fondateur

+33 6 27 30 52 08

mike@iloveretail.fr

www.iloveretail.fr

OpinionWay

Frédéric Micheau

Directeur général adjoint



+33 1 81 81 83 00

fmicheau@opinion-way.com

www.opinion-way.com

Vusion