



Regards croisés France/USA

**LES CONSOMMATEURS
& L'INNOVATION DANS LE RETAIL**



Etude OpinionWay-iloveretail.fr – Janvier 2020
Téléchargement complet sur www.iloveretail.fr/frus2020



Pourquoi ?

- Le secteur du commerce est en mutation permanente et les « pure players » du e-commerce ont participé à bouleverser les attentes et comportements d'achats.
- Les Etats-Unis ont depuis longtemps représenté un laboratoire permettant de tester des technologies en magasin (jusqu'à la récente montée de puissance de la Chine).
- Mais où en sont réellement les consommateurs Français ? Leurs attentes et usages sont-ils réellement différents des américains ? Sur quels types de technologies les enseignes Françaises devraient-elles miser en priorité ?
- A l'occasion de la NRFrench Party, événement rassemblant les plus grands retailers et e-commerçants Français présents à New York pour le Retail's Big Show, iloveretail.fr a mandaté OpinionWay afin de comparer en exclusivité les points de vue des consommateurs de chaque côté de l'Atlantique.

Méthodologie



Echantillon de **1008 personnes** représentatif de la population française 18+. L'échantillon a été constitué selon **la méthode des quotas**.



L'échantillon a été interrogé par **questionnaire auto-administré en ligne**.



Les interviews ont été réalisées **les 20 et 21 novembre 2019**.

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

« Sondage OpinionWay pour iloveretail.fr »

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



A. LES FRANÇAIS & L'INNOVATION DANS LE RETAIL



L'innovation technologique dans le commerce : un gadget ?

53%

des Français la jugent

« *superflue et inutile* »



43%

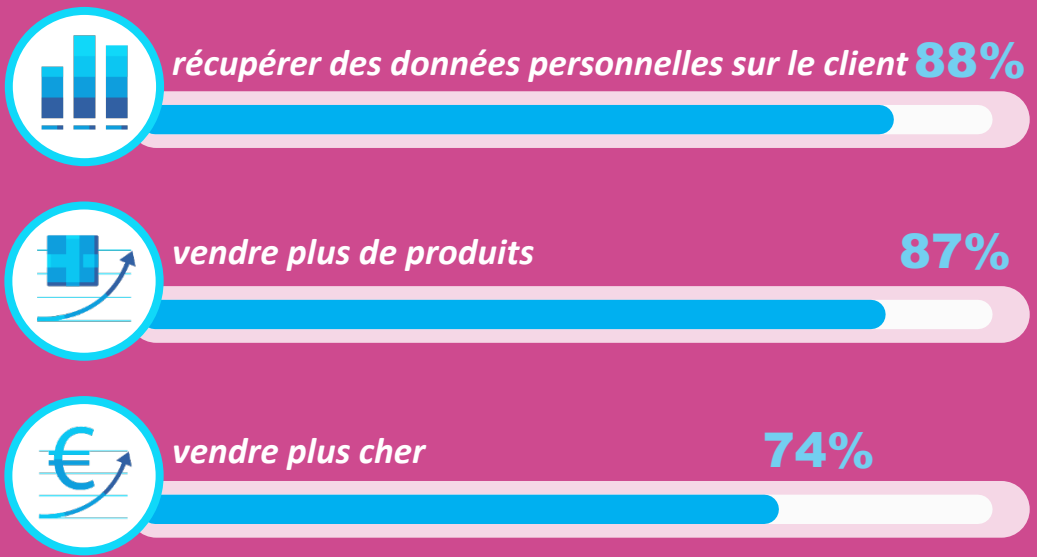
des Français estiment que l'innovation

technologique dans le commerce « *n'est pas adaptée aux besoins des clients.* »



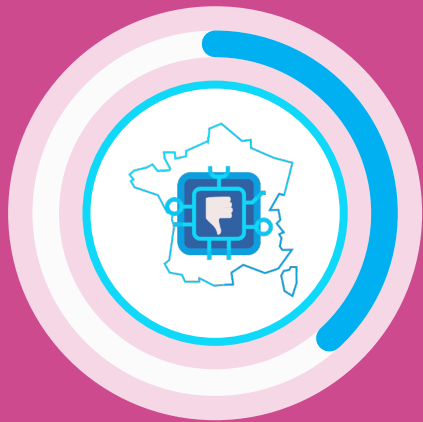
Ce sont les marques qui sont perçues comme les bénéficiaires de l'innovation dans le commerce (et non les consommateurs)

L'innovation technologique est vue comme un stratagème des marques pour :





Les innovations technologiques ne sont pas au cœur des attentes des consommateurs français



39%

seulement des Français estiment :

« il n’y a pas suffisamment d’innovation technologique dans le commerce en France »



B. REGARDS CROISÉS FRANCE / USA



L'innovation améliore l'expérience d'achat online bien plus qu'en magasin

62%

des Français estiment que

« *l'innovation technologique dans le commerce facilite l'expérience d'achat des clients* »



France Etats-Unis

81%
80%

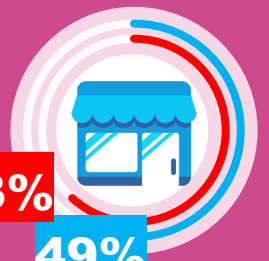


Les innovations ont amélioré l'expérience d'achat lors d'*achats en ligne*

On observe un décalage en ce qui concerne les *achats sur mobile*



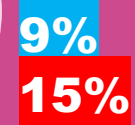
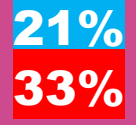
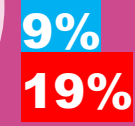
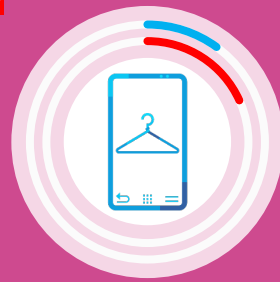
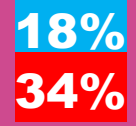
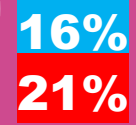
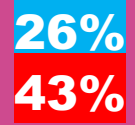
63%
49%



et surtout à propos des *achats en magasin*

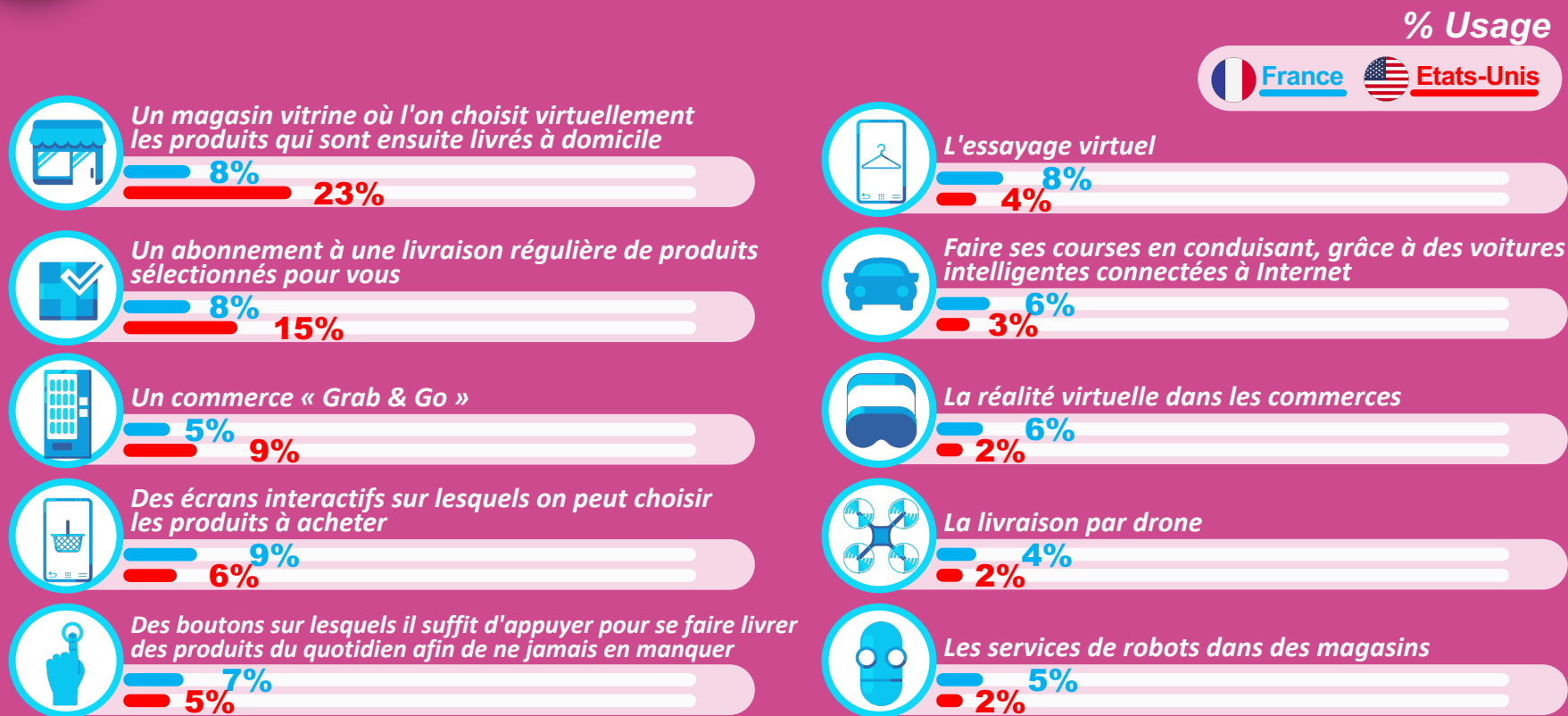
Les innovations technologiques dans le commerce sont mieux connues par les Américains

% connaissent





Les usages des innovations technologiques dans le commerce : plus avancés aux Etats-Unis, mais faibles dans les deux pays

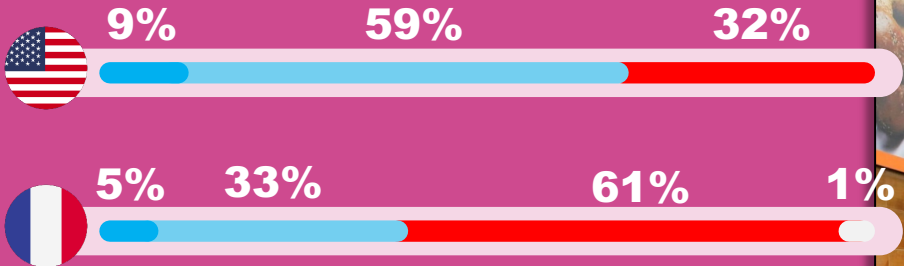




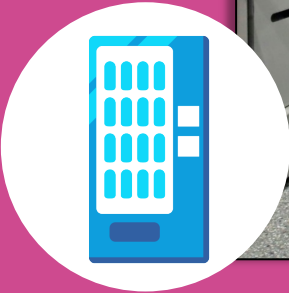
C. FOCUS SUR QUELQUES INNOVATIONS



Un commerce « Grab & Go »

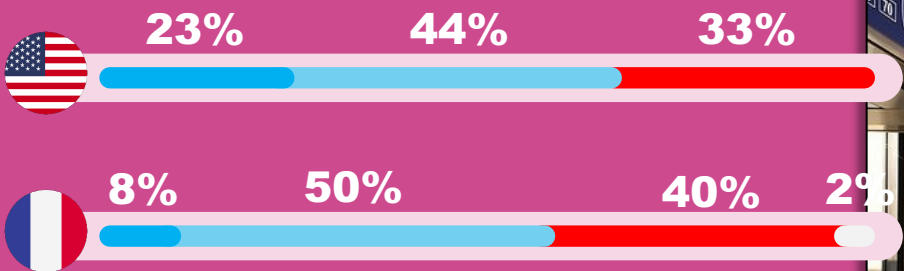


- A déjà utilisé ou utilise actuellement
- Intéressé
- N'y voit pas d'intérêt
- NSP





Le magasin vitrine



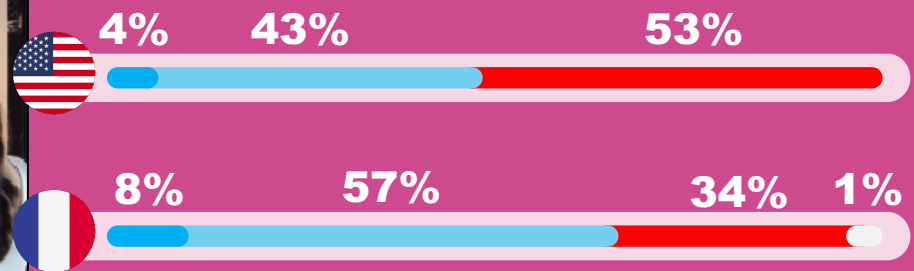
- A déjà utilisé ou utilise actuellement
- Intéressé
- N'y voit pas d'intérêt
- NSP



Photo Lionel Pinaud

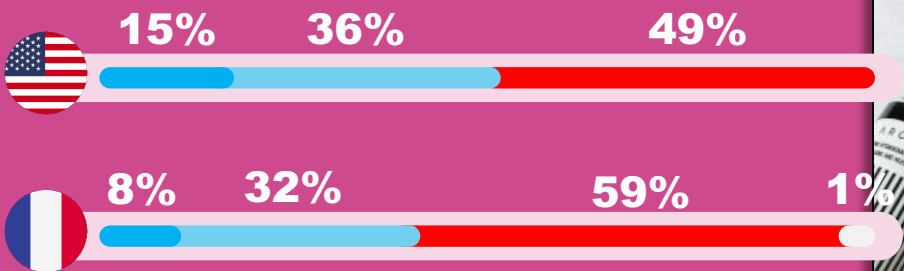
L'essayage virtuel

15 Regards croisés France/USA : les consommateurs et l'innovation dans le retail

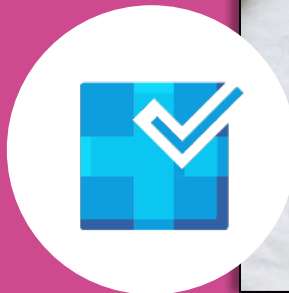


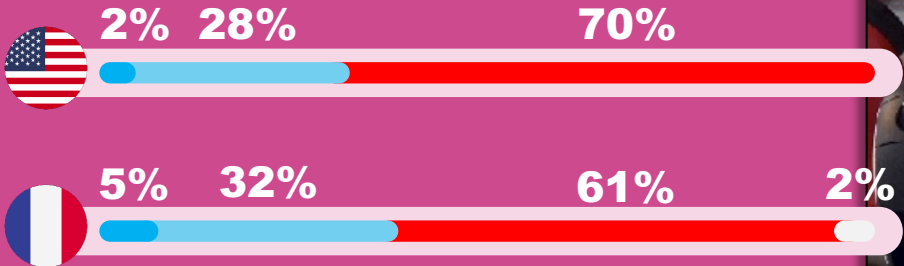
- A déjà utilisé ou utilise actuellement
- Intéressé
- N'y voit pas d'intérêt
- NSP

L'achat par abonnement

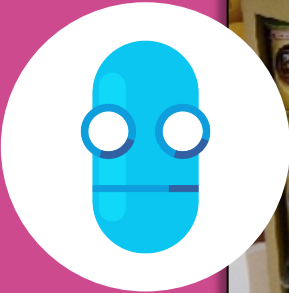


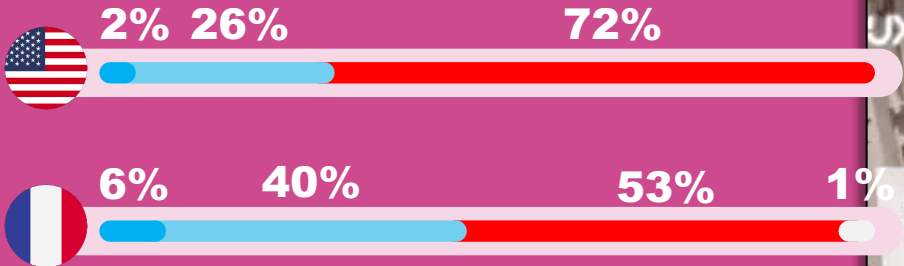
- A déjà utilisé ou utilise actuellement
- Intéressé
- N'y voit pas d'intérêt
- NSP





- A déjà utilisé ou utilise actuellement
- Intéressé
- N'y voit pas d'intérêt
- NSP





- A déjà utilisé ou utilise actuellement
- Intéressé
- N'y voit pas d'intérêt
- NSP



Des Français novices plus curieux que les Américains

Parmi ceux n'ayant jamais testé une technologie



71%

souhaiteraient tester
une cabine d'essayage intelligente
*(contre **57%** des Américains)*



66%

souhaiteraient essayer
la réalité augmentée
*(contre **54%** des Américains)*



68%

souhaiteraient essayer
l'essayage virtuel
*(contre **54%** des Américains)*

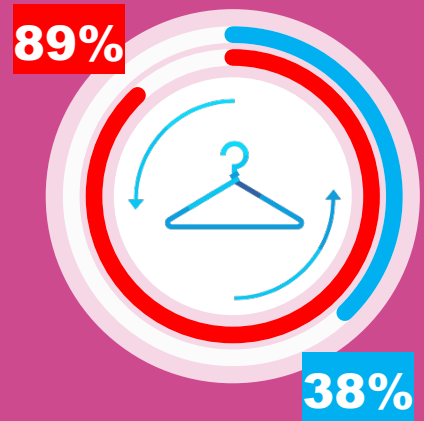


Les Français sont beaucoup moins enclins à réutiliser une innovation technologique qu'ils ont déjà essayée

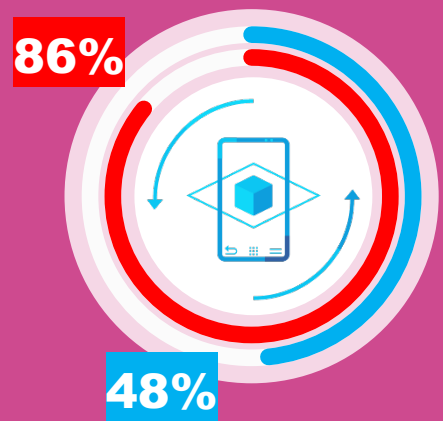
% Souhaiterait réutiliser



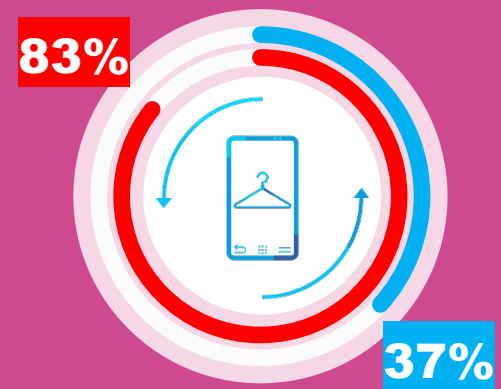
La cabine d'essayage intelligente



La réalité augmentée



L'essayage virtuel





CONCLUSION



Regards croisés France/USA : les consommateurs et l'innovation dans le retail



- La connaissance des innovations technologiques dans le commerce est bien plus avancée aux Etats-Unis qu'en France ; la demande y est plus forte.
- Les Français portent un regard méfiant sur l'innovation technologique, qu'ils suspectent d'être un subterfuge au seul profit des marques.
- Ils reconnaissent toutefois ses effets sur l'expérience d'achat et font preuve d'une certaine curiosité.
- Souvent décevante, l'utilisation française des innovations technologiques n'incite pas à leur adoption.
- En France comme aux Etats-Unis, les innovations qui apparaissent comme source de déshumanisation du commerce sont regardées avec un peu plus de méfiance.



CONTACTS



Regards croisés France/USA : les consommateurs et l'innovation dans le retail

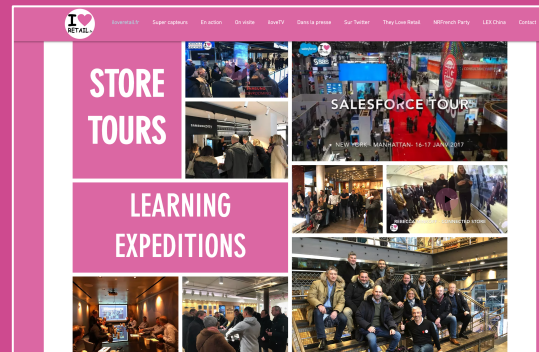




- Super capteurs par nature, nous aimons vous faire découvrir les attentes consommateurs et les nouvelles tendances en matière de commerce, de technologie et d'usages.
- iloveretail.fr est un activateur de contenu et d'influence réunissant des experts du retail autour de leur passion afin de vous proposer :
 - des **Store Tour** : la découverte de magasins innovants à New York, Paris, Londres, Rome, Dubaï, Shangai, ...
 - des **connexions** avec des professionnels du métier, grandes enseignes, pure players, partenaires techno et startups à fort potentiel
 - des **Learning Expédition** en France, Allemagne, US, Israël ou Chine
 - des **études** d'opinion et de comportement consommateurs
 - des **rapports de tendances** et d'innovations
 - des **événements** visant à valoriser votre expertise
 - des **opérations d'influence** sur-mesure

“*opinionway*”

#supercapteurs





Contacts



iloveretail.fr

Mike Hadjadj
Fondateur

94, rue Marius Auphan
92300 Levallois-Perret

+33 627 305 208
mike@iloveretail.fr
www.iloveretail.fr

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

OpinionWay

Frédéric Micheau
Directeur des études d'opinion

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)



“*opinionway*”