

60% des Français souhaiteraient essayer le concept de magasins sans caisse.

Si les supermarchés sans caisse ont pour volonté de faire gagner du temps aux consommateurs sur leurs achats du quotidien, comment les Français accueillent-ils ce type de technologie ? C'est ce à quoi Capterra a tenté de répondre dans une étude menée auprès de 987 consommateurs Français, résidant en zone urbaine, de banlieue et proche banlieue.

Les magasins sans caisse, un concept familier pour les Français ?

Pour une majorité des consommateurs interrogés, les magasins sans caisse ne sont pas une notion inconnue : 60 % indiquent avoir déjà entendu parler des magasins sans caisse. De plus, 5 % affirment y avoir fait des achats.

D'ailleurs, la majorité des répondants (60%) souhaiteraient essayer ce concept.

Les nouvelles technologies, une difficulté pour l'adoption des magasins sans caisse ?

Les retours des participants à cette enquête semblent témoigner de l'adaptation des Français à la digitalisation de leurs processus d'achats du quotidien. En effet, Les Français constituent une cible avertie pour les enseignes souhaitant développer ce type de magasins : 22 % des consommateurs se définissent comme des créateurs de tendances qui aiment s'essayer à de nouvelles technologies. Seuls 8 % limitent au minimum leur usage en la matière.

C'est donc à un public plutôt familier avec les nouvelles technologies et assez favorable à leur utilisation pour leurs achats du quotidien auprès duquel peuvent s'adresser les entreprises désireuses d'implémenter des magasins sans caisse. Toutefois, le développement de ce type de commerce n'est pas sans soulever certaines réserves.

Quelles inquiétudes génèrent les magasins sans caisse ?

Les principales inquiétudes sont l'impact social négatif de ce type de magasins qui automatisent/suppriment des emplois (41%) et la perte du contact humain (30%). Ce sont ces mêmes préoccupations qui sont évoquées en tant que bloqueurs pour le groupe des participants ne souhaitant pas essayer les magasins sans caisse. Lorsque la question

“Pourquoi n'êtes-vous pas intéressé(e) par l'essai d'un magasin sans caisse ? Sélectionnez toutes les réponses applicables” leur est posée :

- 65 % indiquent ne pas vouloir contribuer à l'automatisation ou à la suppression d'emplois
- 52 % estiment que le service personnel et le contact avec les employé(e)s serait un élément important manquant dans les magasins sans caisse.
- 45 % avancent l'impossibilité de se tourner vers un(e) employé(e) comme un frein

La sécurité des données de paiement constitue également un frein au développement des magasins sans caisse. 48 % des consommateurs intéressés par le concept émettent des réserves sur le fait de laisser des applications de magasin sans caisse se connecter directement à leur compte bancaire. Outre l'impact social et les craintes liées au manque de contact humain, 49 % affirment craindre un piratage de leurs données.

Les magasins sans caisse sont-ils une opportunité pour les entreprises ?

Pour les PME désireuses de moderniser leurs processus de paiement, les magasins sans caisse peuvent représenter une piste à explorer. Ce concept présente l'avantage de s'adresser à une population déjà familière avec les technologies utilisées lors des achats en ligne, mais aussi majoritairement informée et encline à s'essayer à cette expérience.

Se lancer dans la mise en place de ce type de commerce nécessite toutefois de prendre en compte certaines considérations, comme celles de concilier un développement en accord avec l'éthique des consommateurs en matière d'impact social, d'équilibrer contact humain et technologie, mais aussi de proposer des infrastructures capables de traiter les données des clients de façon sécurisée.

Retrouvez l'[article complet](#) sur le blog de Capterra.

Méthodologie :

Pour collecter les données de ce rapport, nous avons mené une enquête en ligne en avril 2022, en deux volets regroupant la participation de 987 répondants.

Les critères de sélection des participants étaient les suivants :

- *Résident français*
- *Âgé de plus de 18 ans*
- *Résident en zone urbaine, de banlieue et proche banlieue*
- *Ayant réalisé des achats de biens alimentaires au sein de magasins physiques*
- *Disposant d'un smartphone*

À propos de Capterra

Capterra aide les entreprises du monde entier à trouver le logiciel adapté à leurs besoins. Fondée en 1999, la plateforme avec ses avis d'utilisateurs vérifiés et ses outils de comparaison et de recherche adaptés, offre chaque mois à plus de 5 millions d'acheteurs sur le marché la possibilité de trouver le bon logiciel et ce, en toute confiance. Pour plus d'informations, visitez le site capterra.fr.

Contact presse :

Dorine Mandin

Email : dorine.mandin@gartner.com

Retrouvez toute notre actualité le blog de [Capterra](https://capterra.fr)