

“*opinion*way

LES FRANÇAIS ET LE SENTIMENT DE SECURITE DANS LE COMMERCE

Note de synthèse



Novembre 2018

Vos contacts chez OpinionWay :

Frédéric Micheau

Directeur des études d'opinion

Directeur de département

15, place de la République

75003 PARIS

Tel: 01 81 81 83 00

Fax : 01 81 81 83 99

fmicheau@opinion-way.com

NOTE METHODOLOGIQUE

L'étude « *Les Français et le sentiment de sécurité dans le commerce* » réalisée pour **Perifem**, est destinée à comprendre et analyser le contexte et les réponses privilégiées des Français au sentiment d'insécurité dans le commerce.

Cette étude a été réalisée auprès d'un échantillon de **1004 personnes**, représentatif de la **population française âgée de 18 ans et plus**, 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.

Les interviews ont été réalisées par **questionnaire autoadministré en ligne** sur système CAWI (*Computer Assisted Web Interview*).

Les interviews ont été réalisées **les 5 et 6 septembre 2018**.

Toute publication totale ou partielle doit impérativement utiliser la mention complète suivante : « **Sondage OpinionWay pour Perifem** » et aucune reprise de l'enquête ne pourra être dissociée de cet intitulé.

OpinionWay rappelle par ailleurs que les résultats de ce sondage doivent être lus en tenant compte des marges d'incertitude : **1,5 à 3 points** au plus pour un échantillon de 1000 répondants.

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

A. Un sentiment global de sécurité malgré des contextes plus anxiogènes

- **Globalement, les Français ont une bonne opinion de la sécurité dans les commerces.** 49% d'entre eux estiment que ceux-ci ne sont pas différents du reste des espaces publics en matière de sécurité, et 32% déclarent même qu'ils sont des lieux où ils se sentent généralement en sécurité. Moins d'un Français sur cinq affirme au contraire que les commerces sont des lieux où ils se méfient de leur environnement et des personnes autour d'eux (16%).
 - Les personnes appartenant aux catégories socioprofessionnelles supérieures se sentent plus en sécurité dans les commerces. 38% déclarent que les commerces sont généralement des lieux où elles se sentent en sécurité (contre 30% des personnes appartenant aux catégories populaires).
- **La bonne impression des Français se confirme dans le détail pour les commerces,** seulement 25% des Français ressentant souvent un sentiment d'insécurité sur un marché, 24% dans un hypermarché, 24% dans un commerce de centre-ville et 22% dans un supermarché. **Les espaces autour des grandes surfaces sont en fait plus craints par les Français que les commerces en eux-mêmes.** Ainsi, le parking couvert d'un centre commercial est l'endroit qui inspire le plus régulièrement un sentiment d'insécurité, 39% des Français déclarant en ressentir souvent à cet endroit. De même, 30% des interviewés ressentent souvent un sentiment d'insécurité dans la galerie d'un centre commercial et 29% dans le parking découvert d'une grande surface. Le sentiment d'insécurité n'est cependant pas l'apanage des lieux physiques : 36% des Français déclarent souvent ressentir un sentiment d'insécurité sur un site Internet. **Dans l'ensemble, 56% des Français déclarent souvent éprouver un sentiment d'insécurité dans au moins un type de commerce.**
 - Plus exposées aux agressions dans l'espace public, les femmes ressentent plus fréquemment de l'insécurité dans les commerces : 60% d'entre elles déclarent souvent éprouver un sentiment d'insécurité dans au moins un type de commerce, contre 51% des hommes.
- **Le sentiment d'insécurité ne s'exprime pas aussi fortement lors de toutes les phases d'un achat. Le temps passé dans le magasin semble plus sûr pour les Français :** seulement 4% d'entre eux ressentent de l'insécurité en entrant dans le magasin, 4% en y cherchant un article et 8% en attendant à la caisse. Le passage en caisse représentant sûrement pour eux un moment plus sensible, 14% des personnes interrogées ressentent de l'insécurité quand elles règlent leur achat. **Toutefois, c'est une fois l'achat effectué que les Français expriment le plus ce sentiment, le parking d'un magasin apparaissant une nouvelle fois comme le lieu inspirant le plus un sentiment d'insécurité :** 27% des Français ressentent de l'insécurité sur le parking du magasin en général, et 28% lorsqu'ils rangent leurs achats dans le coffre de leur véhicule. Le trajet de retour est également craint par une partie des Français : 16% ressentent de l'insécurité en repartant à pied du magasin, et 15% en repartant en transport en commun. **38% des Français disent cependant ne ressentir de peur à aucun moment de leur achat.**

B. Le vol est la première crainte des Français dans les commerces

- **Les vols à l'arraché sont le type de violence auquel les Français craignent le plus d'être confrontés (65%).** Les agressions verbales sont également un objet de crainte pour une majorité des personnes interrogées (63%), tout comme un vol sans atteinte physique (59%) ou une agression physique (56%). Ne touchant pas directement les personnes, les actes de vandalisme inspirent moins d'inquiétude aux Français : 49% d'entre eux craignent d'être confrontés à une détérioration matérielle, 35% à un bris de vitrine et 31% à un tag ou des graffitis. Enfin, les violences les plus graves sont assez craintes par les Français en comparaison avec leur rareté : 43% redoutent d'être confrontés à un braquage et 32% à une prise d'otage.
 - Se sentant plus vulnérables face à l'éventualité d'une scène de violence, les personnes âgées de 65 ans et plus craignent davantage d'y être confrontées dans un commerce (85% craignent d'être confrontées à au moins un type de violence). La jeunesse n'est cependant pas nécessairement un gage de sérénité : si les personnes âgées de 25 à 34 ans craignent moins les violences dans les commerces (59%), il n'en va pas de même pour les personnes âgées de 18 à 24 ans (71%), moins expérimentées.

C. Le sentiment d'insécurité peut détourner les clients des commerces

- **Plus de deux Français sur trois adoptent au moins un comportement particulier pour faire face à un sentiment d'insécurité dans un commerce (68%). Veillant d'abord à protéger leur moyen de paiement, 41% des Français cachent le code de leur carte bancaire au moment de le taper.** Pour éviter un vol, 20% des Français évitent également de sortir leur téléphone portable. Les autres comportements ne concernent pas plus d'un Français sur cinq. La plupart se rapportent à l'attitude : 19% des personnes interrogées observent les personnes autour d'elles avant de régler un achat, 17% affichent un air décidé, 14% adaptent leur démarche pour n'avoir personne juste derrière elle. D'autres ont davantage traité à la sélection des commerces fréquentés : 15% des Français n'entrent que dans des magasins fréquentés et 12% choisissent précisément un horaire ou un jour pour aller dans un commerce. **29% des Français n'adoptent cependant aucun comportement particulier.**
 - Ayant peut-être le sentiment d'avoir plus à perdre, les personnes dont le revenu du foyer est supérieur ou égal à 2000 euros par mois prennent davantage de précaution dans les commerces. Ainsi, 44% d'entre elles cachent le code de leur carte bancaire au moment de le taper (contre 39% des personnes dont le revenu du foyer est moins élevé).
- **Au-delà d'adopter des comportements sécurisants, une partie des Français se détournent de certains commerces à cause du sentiment d'insécurité qu'ils inspirent.** Plus d'un tiers des Français ont ainsi déjà évité d'effectuer des achats dans les commerces d'un quartier à cause de ce sentiment (35%). Un quart des Français a également renoncé à effectuer un achat dans un commerce à cause d'un sentiment d'insécurité (26%), et 19% ont déjà décidé d'acheter un produit sur Internet plutôt que dans un commerce pour la même raison.
 - Inquiets de voir cette mauvaise expérience se répéter, les personnes qui ont déjà assisté à une scène de violence dans un commerce ont davantage tendance à éviter les commerces d'un quartier à cause d'un sentiment d'insécurité (47%).

- Le report sur Internet pour acheter un produit du fait d'un sentiment d'insécurité dans les magasins physiques est surtout l'apanage des personnes âgées de moins de 50 ans (24% contre 15% des personnes plus âgées).
- **La présence humaine est la première option dont disposent les commerçants pour diminuer le sentiment d'insécurité de leurs clients.** Trois quarts des Français déclarent ainsi que la présence d'agents de sécurité sur le parking, à l'entrée ou à l'intérieur du commerce les fait s'y sentir plus en sécurité (75% dans les trois cas). La présence d'autres clients est également un élément rassurant pour les personnes interrogées (73%), tout comme la bonne disponibilité des employés du commerce (71%) ou l'accès du magasin à une rue fréquentée (67%). Certains équipements techniques apparaissent également efficaces pour faire face au sentiment d'insécurité des Français, en particulier un bon éclairage (79%) ou un dispositif de caméras de vidéosurveillance. Plus de la moitié des personnes interrogées sont aussi rassurées par la présence dans un commerce d'une alarme (59%), d'un extincteur (56%), de portiques antivols (54%) ou de détecteur de fumée (53%).
- Moins confiantes dans leur propension à faire baisser l'insécurité, les personnes appartenant aux catégories socioprofessionnelles supérieures sont moins rassurées par la présence d'un dispositif de caméra de vidéosurveillance (66% contre 72% des personnes appartenant aux catégories populaires).

D. Les achats en ligne inspirent peu de confiance, malgré des moyens de paiement reconnus

- **Les achats sur Internet peuvent également inspirer un sentiment d'insécurité, du fait de craintes largement partagées parmi les Français : 89% d'entre eux craignent ainsi de rencontrer un problème lorsqu'ils achètent sur Internet.** Les conditions de livraison d'un achat forment la première source d'inquiétude : 79% des Français craignent de recevoir un produit endommagé, 73% de ne pas recevoir leur commande, 71% de la recevoir en retard et 71% de recevoir un produit ne correspondant pas à leur commande. Ces perspectives prennent d'autant plus d'importance que 73% des personnes interrogées craignent de ne pas disposer d'un contact en cas de réclamation en rapport avec leur achat en ligne. Les Français ont également des craintes financières : 73% d'entre eux redoutent de se faire dérober leurs données de paiement et 53% de devoir payer des frais imprévus.
- Si les personnes âgées de 50 ans et plus craignent davantage de rencontrer un problème lors d'un achat sur Internet (92% contre 85% des personnes moins âgées), elles ne sont pas la seule catégorie de la population dans ce cas.
- Les habitants de la région parisienne sont ainsi plus méfiants que le reste des Français : 94% d'entre eux craignent de rencontrer au moins un problème lorsqu'ils achètent sur Internet, contre 87% des personnes vivant ailleurs en France.
- **Encore plus que pour les magasins physiques, les Français sélectionnent précisément les sites Internet sur lesquels ils vont effectuer des achats. 74% d'entre eux ont ainsi déjà renoncé à effectuer un achat sur un site inconnu.** Plus de deux tiers des personnes interrogées

ont également déjà cherché le même produit sur un autre site Internet pour l'acheter en toute confiance (71%) ou évité d'effectuer des achats sur un site étranger. Enfin, signe que les magasins peuvent apporter un sentiment de sécurité plus fort, 60% des Français ont déjà décidé d'acheter dans un commerce physique plutôt que sur Internet.

- Les personnes âgées de 35 ans et plus prennent plus de précaution quand ils cherchent à acheter un produit sur Internet : 88% d'entre eux adoptent au moins un comportement particulier, contre 70% des personnes moins âgées.

- **L'innovation en matière de moyen de paiement inspirent un plus faible sentiment de sécurité : 63% des Français déclarent qu'ils ne se sentiraient pas en sécurité s'ils devaient régler un achat par un virement en cryptomonnaie.** Cependant, ce sentiment est déjà minoritaire pour d'autres nouveautés. Ainsi 43% des Français ne se sentiraient pas en sécurité en payant avec une carte de paiement émise par une banque mobile, 41% avec le paiement sans contact par carte bancaire et 41% avec le paiement par une application mobile. Les moyens de paiement traditionnels ne suscitent quant à eux que très peu d'inquiétude, 16% des Français seulement déclarent ne pas se sentir en sécurité avec la carte bancaire, 23% avec le chèque et 36% avec les espèces. De plus, à peine un quart de la population ne se sentiraient pas en sécurité avec un paiement ligne, preuve que les moyens de paiement connecté ne sont pas nécessairement plus anxiogènes.
 - Moins familières avec les outils digitaux en général, et pas nécessairement informé sur le mode de fonctionnement des cryptomonnaies, une large majorité des personnes âgées craignent de les utiliser pour régler un achat : 71% des personnes âgées de 50 ans et plus ne se sentiraient pas en sécurité.
 - Les personnes sans diplôme craignent davantage le paiement en ligne : 34% d'entre elles ne sentiraient pas en sécurité, contre 20% des personnes possédant un diplôme d'un niveau supérieur à Bac+2.

- **Bien que les Français expriment des craintes vis-à-vis des achats en ligne, certains moyens de paiement en ligne leur inspirent confiance.** Si les moyens de paiement avec lesquels le plus de Français se sentent en sécurité sont la carte bancaire et le chèque (respectivement 81% et 74%), le paiement en ligne se place en troisième position, 70% des personnes interrogées déclarant se sentir en sécurité en l'utilisant. Encore récent, le paiement via une application mobile comme PayPal ou Lydia inspire confiance à plus de la moitié de la population (55%). En revanche, les cryptomonnaies souffrent des polémiques fréquentes à leur sujet, 31% seulement des Français déclarant qu'ils se sentiraient en sécurité s'ils s'en servaient pour réaliser un achat.
 - Alors qu'elles sont plus méfiantes vis-à-vis des achats sur Internet, 72% des personnes âgées de 35 ans et plus déclarent se sentir en sécurité avec le paiement en ligne (contre 63% des personnes moins âgées), signe que ce moyen de paiement s'est banalisé. Au contraire pour les cryptomonnaies, ce sont les jeunes âgées de moins de 35 ans qui se montrent les plus enthousiastes. Cependant, 40% d'entre eux seulement se sentiraient en sécurité si elles les utilisaient (28% pour les personnes plus âgées).

En conclusion, cette étude révèle les grands enseignements suivants :

- Les Français déclarent globalement se sentir en sécurité dans les commerces, bien que les parkings entourant les magasins inspirent moins de sécurité. Le retour depuis le magasin une fois les achats réalisés est un moment d'inquiétude pour une partie des Français, le vol étant la première des craintes qu'ils expriment, notamment sur les parkings.
- Les réponses à apporter au sentiment d'insécurité dans les commerces sont autant techniques qu'humaines. Globalement, les Français déclarent se sentir plus en sécurité dans des endroits fréquentés, qu'ils aient des clients ou du personnel de sécurité autour d'eux.
- Le sentiment d'insécurité peut également être dissuasif pour une partie des Français et les détourner d'un acte d'achat. Certains segments de la population sont ainsi prêts à éviter des commerces (physiques ou en ligne) voire des quartiers pour se sentir davantage en sécurité.
- Le commerce en ligne suscite davantage de craintes, même auprès des publics jeunes qui ont l'habitude d'utiliser Internet. Les craintes concernent avant tout les modalités des livraisons. De plus, si certains aspects financiers sont également source d'inquiétude, le paiement en ligne inspire un sentiment de sécurité important aux Français.