

## ÉTUDE OPINIONWAY-PERIFEM

### SUPPRESSION DU TICKET DE CAISSE : UN AN APRÈS, LES FRANÇAIS DEVIENDRAIENT-ILS ADEPTES ?

*Après un an de mise en application de la fin de l'impression systématique des tickets de caisse, Perifem et OpinionWay ont réalisé une seconde enquête pour évaluer l'impact de cette mesure sur les comportements des Français. Les résultats montrent des tendances intéressantes et parfois surprenantes : un an après, le bilan est clair : si la fin de la demande d'un ticket de caisse papier n'est pas encore rentrée massivement dans les usages des Français, les lignes ont cependant bougé et les pratiques commencent à évoluer, soutenues par les enseignes.*

#### EN BREF

##### Une connaissance et une adhésion à la loi qui progressent

- **Connaissance de la loi** : 92% des Français sont désormais informés de la suppression de l'impression systématique, en hausse par rapport aux 85% précédents.
- **Adhésion à la loi** : 75% sont favorables à la suppression des tickets de caisse imprimés, une légère hausse par rapport aux 73% de l'an dernier.

##### Les consommateurs jouent le jeu, encouragés par les enseignes

- Depuis l'entrée en vigueur de cette réforme, au moment du passage en caisse :
  - **41% des Français demandent moins qu'avant l'impression d'un ticket.**
  - **28% des Français refusent plus qu'avant l'impression du ticket.**
  - **26% des Français demandent plus qu'avant un ticket dématérialisé.**
- Quels que soient les types d'enseignes, la très grande majorité n'imprime le ticket de caisse qu'à la demande expresse du client et/ou propose une solution dématérialisée.
- **Dans toutes les situations d'achat** (pour faire un cadeau, avec ou sans carte de fidélité), **le ticket papier est moins demandé** que l'an dernier.

##### Les inquiétudes s'atténuent et le ticket dématérialisé dévoile ses atouts

- **75% des Français** expriment au moins une préférence pour le format de dématérialisation de leur ticket.
- **54%** souhaitent obtenir un ticket dématérialisé en transmettant leur e-mail ou par sms via leur numéro de téléphone, **32%** en scannant leur carte de fidélité et **8%** via QR code.
- **Le ticket dématérialisé offre plus de facilité à 56% des Français** pour retrouver une preuve d'achat et pour 46% pour échanger les produits achetés.
- Les efforts des enseignes rassurent les clients : **moins d'inquiétudes sur la confidentialité**, en effet si 58% des Français sont inquiets à l'idée de communiquer des informations personnelles à un vendeur, cet item est en large baisse de 12 points vs 2023. De plus, seul un tiers (35%) des clients craignent que le magasin refuse l'impression du ticket de caisse contre plus de la moitié (58%) il y a un an.
- Le ticket de caisse dématérialisé génère moins de problèmes que le ticket papier quels que soient les sujets : difficulté à retrouver une preuve d'achat, échange, garantie ou simplement pour faire ses comptes.

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.

*L'ensemble des supports de cette étude est disponible en téléchargement ici :*

[www.perifem.com/etude-suppression-ticket-2024](http://www.perifem.com/etude-suppression-ticket-2024)

## Le premier anniversaire de l'arrêt de l'impression systématique du ticket de caisse

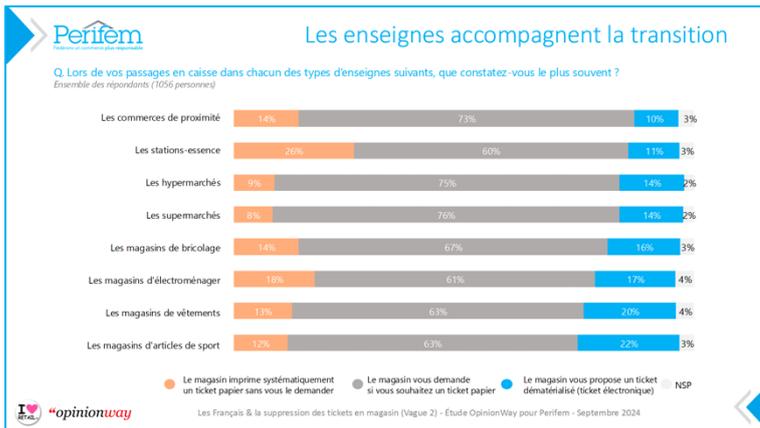
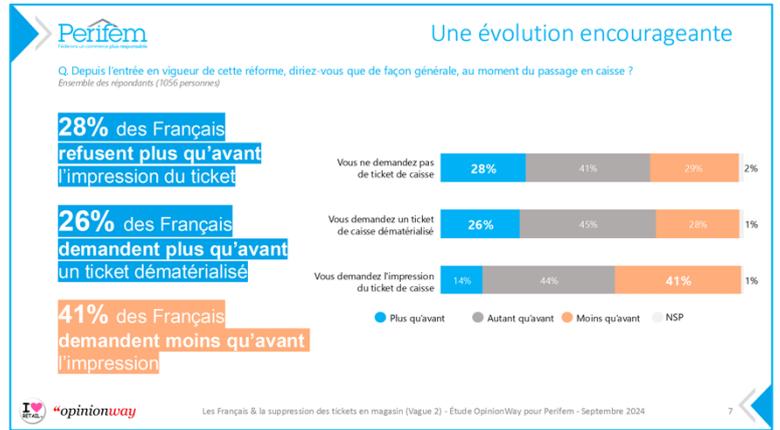
Dans le cadre de la loi de 2020 relative à la lutte contre le gaspillage et à l'économie circulaire, le 1er août 2023, le ministère de l'économie rendait par décret l'impression du ticket de caisse obligatoire uniquement à la demande du client. L'objectif de la mesure était d'économiser du papier et de protéger la santé des consommateurs. En effet, le gouvernement estimait que 12,5 milliards de tickets de caisse seraient imprimés chaque année, soit l'équivalent de 150 000 tonnes de papier.

Si les Français approuvaient cette mesure dans l'enquête menée par Perifem et OpinionWay l'année dernière, ils ne comptaient pas vraiment la mettre en œuvre. Pourtant un an après, la nouvelle étude OpinionWay-Perifem démontre l'évolution des pratiques, les craintes des consommateurs diminuent, les enseignes jouent le jeu et le ticket dématérialisé rentre dans la vie des clients.

### Une pratique qui se met en place

92% des Français connaissent la loi (+7% vs 2023) et ils sont de plus en plus nombreux à y adhérer : 75% (+2 points) sont favorables à cette loi instituant l'impression des tickets de caisse sur demande uniquement. Les femmes sont légèrement plus favorables (76%) à cette mesure ; tout comme les 25-34 ans (81%).

De plus, 41% des Français demandent moins qu'avant l'impression du ticket de caisse, 28% refusant plus qu'avant le ticket de caisse, et 26% demandent plus qu'avant un ticket de caisse dématérialisé.



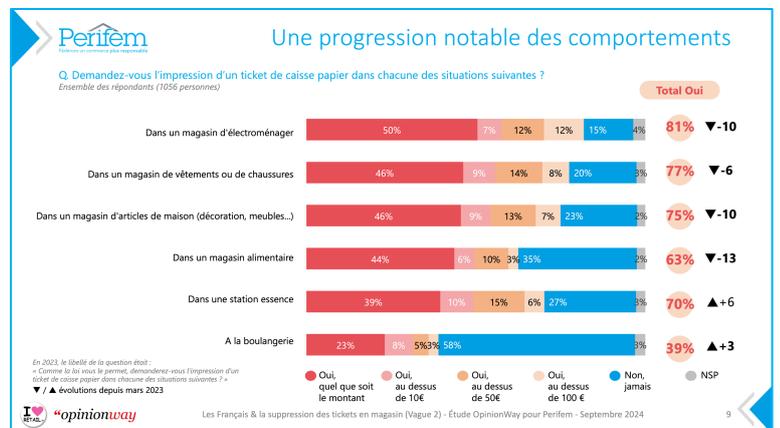
### Les enseignes accompagnent la transition

Les enseignes ont intégré la loi dans leurs relations avec les clients. La grande majorité des enseignes n'imprime le ticket de caisse qu'à la demande expresse du client.

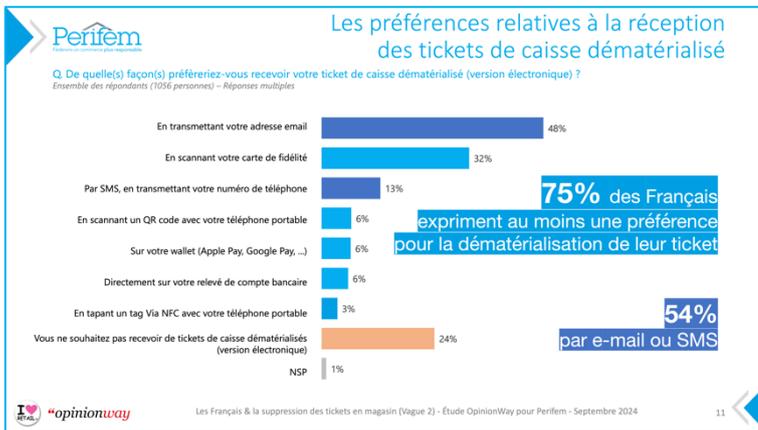
En parallèle l'envoi d'un ticket dématérialisé progresse, notamment dans les magasins de sport, d'électroménager, ou d'articles de sport.

### Des situations d'achat qui influent mais une progression des comportements

Si dans de nombreuses situations d'achat, les Français sont encore rassurés par l'impression d'un ticket de caisse, les chiffres démontrent un reflux de ces pratiques. Ainsi, pour l'achat de cadeaux, 81% des Français souhaitent l'impression d'un ticket, en recul de 6 points, tout comme ils sont 81% à le demander dans un magasin d'électroménager en recul de 10 points. Les différents cas d'usage marquent ce recul : magasin de vêtements ou de chaussures -6 points ; magasin d'articles de maison -10 points ; magasin alimentaire -13 points.



Ce reflux se constate dans toutes les situations d'achat, y compris pour un cadeau.



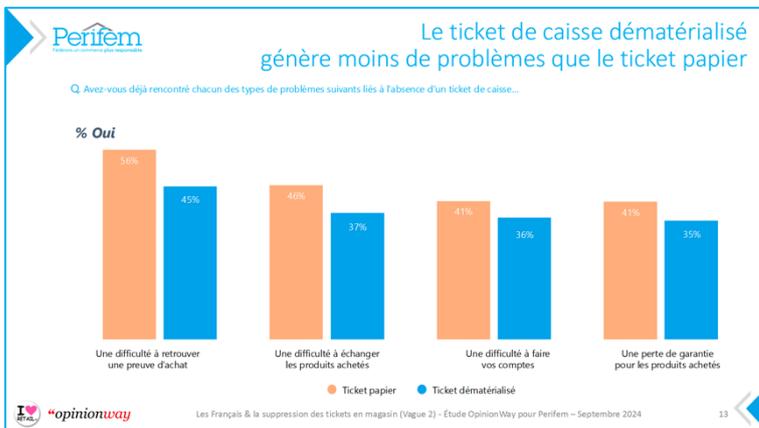
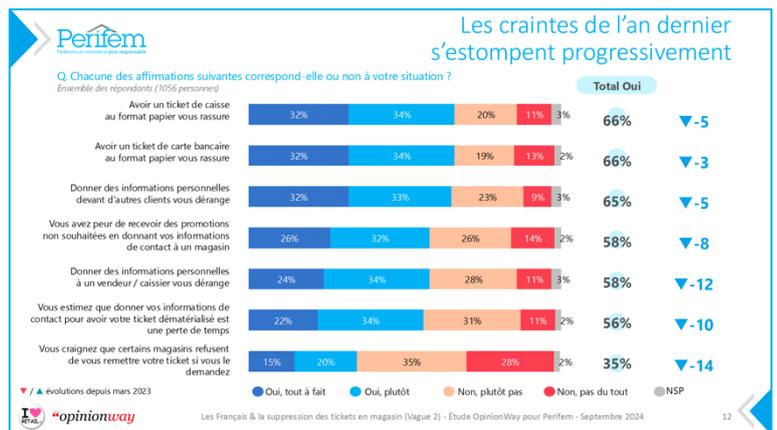
## Le ticket dématérialisé, un support protéiforme

Le ticket dématérialisé commence à rentrer dans l'esprit des Français qui expriment pour les trois quarts d'entre eux une préférence quant à son mode de réception, 54% préférant ainsi recevoir leur ticket dématérialisé par sms ou email.

## Des craintes et réticences qui s'estompent

Le travail de sensibilisation mené par les enseignes porte ses fruits, le lien de confiance avec les retailers rassure les consommateurs :

- Plus forte baisse (- 14 points) : seuls un tiers (35%) des clients ont peur que le magasin refuse l'impression du ticket de caisse contre plus de la moitié (58%) il y a un an.
- Inquiétudes sur la confidentialité : 58% des Français sont inquiets à l'idée de communiquer des informations personnelles à un vendeur, un item en large baisse de 12 points vs 2023.
- Les Français ne sont plus que 56% à estimer que donner des informations personnelles pour avoir un ticket dématérialisé est une perte de temps vs 66% l'année dernière (- 10 points).



## Le ticket de caisse dématérialisé génère moins de problèmes que le ticket papier

Les Français qui utilisent de fait de plus en plus le ticket dématérialisé y trouvent plus d'avantages que dans le ticket de caisse papier : celui-ci leur occasionne plus de difficultés à trouver une preuve d'achat, à échanger les produits achetés, à faire ses comptes ou à retrouver une garantie.



**Pour Franck Charton, Délégué Général de Perifem :** « Cette étude montre la lente transition des Français vers le ticket de caisse dématérialisé et le changement des habitudes. Il y a encore beaucoup à faire mais malgré leur refus de principe énoncé l'année dernière, on constate que les craintes s'estompent et que les Français se familiarisent avec le ticket dématérialisé. ».

**Méthodologie :**

L'étude OpinionWay pour Perifem a été réalisée sur un échantillon de 1056 personnes représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus. L'échantillon a été interrogé par questionnaire auto-administré en ligne sur système CAWI. Enquête réalisée les 15 et 16 mai 2024.

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.

*L'ensemble des supports de cette étude est disponible en téléchargement ici :*  
[www.perifem.com/etude-suppression-ticket-2024](http://www.perifem.com/etude-suppression-ticket-2024)

**Contact presse :**

Émilie Delozanne, Plegma : [emilie.delozanne@plegma.fr](mailto:emilie.delozanne@plegma.fr) - +33 (0)6 30 60 87 35  
iloveretail.fr, Mike Hadjadj : [mike@iloveretail.fr](mailto:mike@iloveretail.fr) - +33 (0)6 27 30 52 08

**À propos de Perifem :**

*Interlocuteur reconnu des pouvoirs publics, Perifem œuvre pour embarquer l'ensemble des acteurs de la distribution afin de créer un écosystème commercial plus responsable. Depuis plus de 40 ans Perifem fédère l'ensemble des acteurs de la distribution : intégrés, indépendants, dans le secteur alimentaire et du commerce spécialisé, centres commerciaux, ainsi que leurs fournisseurs, autour des préoccupations d'environnement, d'énergie, de sécurité et d'innovation technologique. Tous ensemble, notre mission est de décrypter les réglementations, favoriser le développement et le déploiement de solutions technologiques dédiées, impulser et contribuer à l'élaboration des lois qui régissent ce commerce responsable. Plus d'infos sur [www.perifem.com](http://www.perifem.com) et [www.magasinresponsable.com](http://www.magasinresponsable.com)*

**À propos d'OpinionWay :**

*Créé en mars 2000, pionnier de la digitalisation des études, OpinionWay est un acteur majeur de l'innovation dans les études marketing et opinion. Sa vocation consiste à rendre le monde intelligible pour agir aujourd'hui et imaginer demain. La société intervient dans de nombreux domaines comme la compréhension des marchés, les problématiques de marques, le développement de produits et de services, etc. auprès de cibles BtoB ou BtoC pour des clients à forte notoriété. [www.opinionway.com](http://www.opinionway.com)*