

# VIDÉOSURVEILLANCE DANS LES COMMERCES : LES FRANÇAIS DISENT « OUI » À CONDITION D'ÊTRE BIEN INFORMÉS

1 SUR 2 RÉCLAME DES PROPOSITIONS DES CANDIDATS À LA PRÉSIDENTIELLE

COLLECTIF POUR UNE VIDÉOSURVEILLANCE RESPONSABLE  
Étude "opinionway - Perifem « Les Français & la vidéosurveillance dans le commerce » - février 2022

ANAVEO everseen Veesion

## ETUDE OPINIONWAY-PERIFEM

Paris, le 8 mars 2022

*Depuis bientôt 30 ans, les systèmes de vidéosurveillance se déploient dans les commerces dans un cadre légal clair à des fins de prévention des atteintes à la sécurité des personnes, des biens, et des actes de terrorisme. La démocratisation de ces systèmes et l'avènement de solutions technologiques dites « intelligentes » permettent aujourd'hui de capter et d'utiliser ces images pour des champs d'application bien plus vastes, mais des questions se posent sur l'adhésion des consommateurs et leur acceptation.*

*Interlocuteurs privilégiés des enseignes (magasins et centres commerciaux), des pouvoirs publics et des créateurs de solutions technologiques, la Fédération Technique du Commerce Perifem a initié avec ses adhérents Anaveo, Everseen et Veesion, un collectif visant à travailler sur le cadre de ces évolutions et dessiner les contours d'une vidéosurveillance intelligente, responsable, protectrice et respectueuse de la vie privée des Français.*

*La première étape est de prendre le pouls des Français pour contribuer au débat public et aux réflexions en cours au niveau de la CNIL en missionnant iloveretail.fr et OpinionWay pour réaliser cette étude exclusive que nous avons le plaisir de vous présenter aujourd'hui.*

## EN BREF

- 77% des Français sont favorables à la vidéosurveillance en général.
- Parmi les 23% restants, un quart d'entre eux évoquent une atteinte à la liberté, 24% à la vie privée et 23% l'associent à du « flicage » alors que 13% ne savent pas pourquoi ils y sont opposés.
- L'adhésion est massive dans tous les lieux publics à grand passage : gares et aéroports (93%), parkings (92%), transports en commun (90%).
- Plus de 8 Français sur 10 sont favorables à la vidéosurveillance dans les commerces, quel que soit le format : centres commerciaux (86%), grandes surfaces alimentaires (84%), commerces de proximité (81%) ou magasins spécialisés (80%).
- En revanche une majeure partie des Français se sent mal informée sur les techniques de vidéosurveillance en magasins (68%) ou leurs droits en tant que citoyens (65%).
- Pire, les Français ne connaissent pas vraiment les obligations des magasins sur les garanties à leur apporter en matière de vidéosurveillance.
- La moitié des derniers réfractaires à la vidéosurveillance en magasin changerait d'avis s'ils étaient mieux informés, connaissaient mieux la loi ou bénéficiaient d'une meilleure pédagogie.
- Les nouveautés à base de vidéosurveillance intelligente en magasins sont favorablement accueillies pour des usages qui servent la sécurité (88% accepteraient d'être filmés pour la lutte contre les incivilités et agressions et 86% pour la lutte contre le terrorisme par exemple) ou l'expérience d'achat des Français (68% pour faciliter la fluidité du passage en caisse).
- Un Français sur deux (48%) attend des propositions concrètes de la part des candidats à la présidentielle en matière de vidéosurveillance.

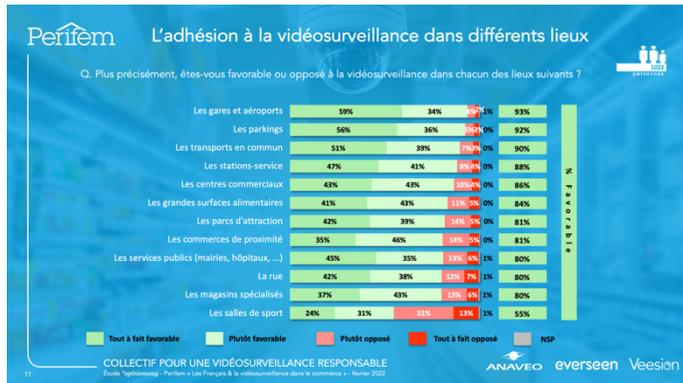
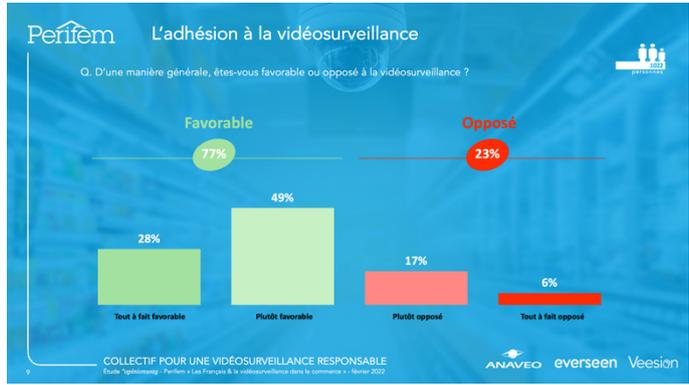
Toute publication totale ou partielle doit impérativement utiliser la mention complète suivante  
« Étude OpinionWay-Perifem » et aucune reprise de l'enquête ne pourra être dissociée de cet intitulé.

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

[www.perifem.com/etude-vidEOSurveillance](http://www.perifem.com/etude-vidEOSurveillance)

# LA VIDÉOSURVEILLANCE MASSIVEMENT APPROUVÉE DANS LES MAGASINS

Le nombre est impressionnant : 77% des Français adhèrent à la vidéosurveillance en général et seuls 6% y sont tout à fait opposés. Parmi les 23% restants, il est intéressant de noter que 13% ne savent pas pourquoi ils y sont opposés, un quart évoque sans surprise une atteinte possible à la liberté et à la démocratie, un autre quart de ces réfractaires une atteinte à la vie privée. 23% pense qu'il s'agit de « fliquer » la population et 12% que la vidéosurveillance est carrément inutile contre les crimes et agressions.



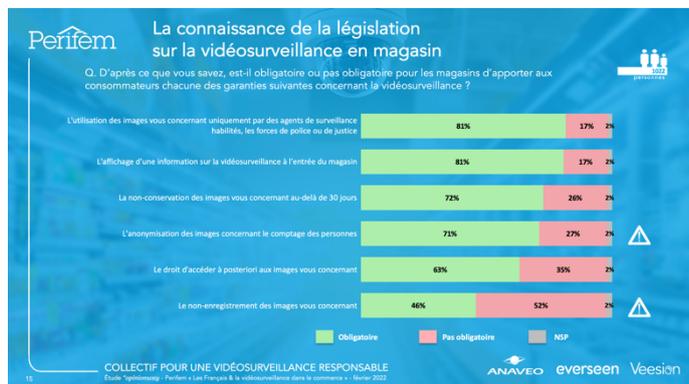
En entrant dans le détail, l'adhésion à la vidéosurveillance est massive dans tous les lieux publics à grand passage : gares et aéroports (93%), parkings (92%), transports en commun (90%), rue (80%) et ce, tous âges confondus (les femmes un peu plus que les hommes, les CSP- un peu plus que les CSP+). Les salles de sport constituent le lieu où ils l'approuvent le moins (55%), ce qui est certainement dû à un sentiment d'insécurité moins prégnant et une réticence par rapport au fait d'y être filmés.

Concernant les commerces spécifiquement, l'adhésion est massive avec plus de 8 Français sur 10 favorables à la vidéosurveillance, quel que soit le format : centres commerciaux (86%), grandes surfaces alimentaires (84%), commerces de proximité (81%) ou magasins spécialisés (80%).

## DES FRANÇAIS TRÈS MAL INFORMÉS SUR LA VIDÉOSURVEILLANCE

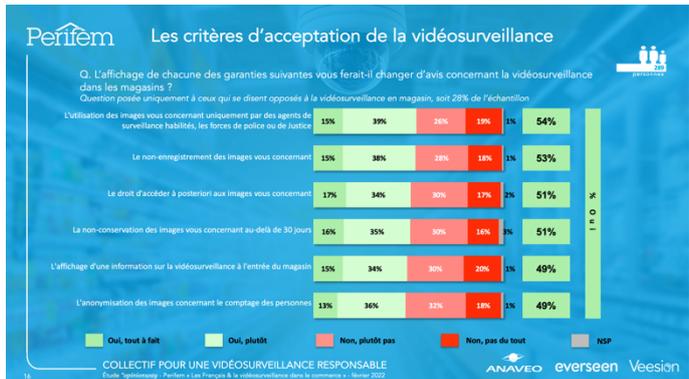
Les Français s'estiment eux-mêmes mal informés par rapport à la vidéosurveillance en magasins : 68% concernant les techniques, 65% concernant leurs droits en tant que citoyens et 62% par rapport aux droits et devoirs du magasins qui filme.

Mais l'étude révèle aussi qu'ils ont aussi une faible connaissance des réglementations en vigueur. Par exemple, 35% pensent à tort qu'un magasin n'a pas l'obligation de leur permettre d'accéder à posteriori aux images les concernant. Force est de constater que les Français ne connaissent pas vraiment les obligations des magasins sur les garanties à leur apporter en matière de vidéosurveillance.



## 1 RÉFRACTAIRE SUR 2 BASCULERAIT S'IL ÉTAIT MIEUX INFORMÉ

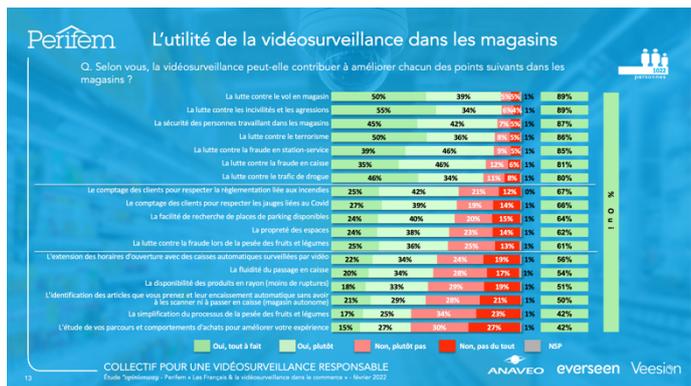
28% des Français se disent opposés à la vidéosurveillance dans au moins un des types de magasins proposés. Mais quand on demande à ces réfractaires si l'affichage de garanties légales les ferait changer d'avis, ils sont la moitié à répondre oui ! Dans le détail, 54% adhèreraient finalement s'ils étaient conscients que les images les concernant n'étaient utilisées que par des agents de surveillance, de police ou de justice. 53% auraient besoin d'être rassurés sur le non-enregistrement des images les concernant et 51% sur le droit d'accéder aux images les concernant. Sachant que la plupart ces paramètres sont déjà des obligations légales existantes et que ces chiffres révèlent uniquement de grosse lacunes – facilement remédiables - en termes d'information et de pédagogie, il ne resterait donc que moins de 15% de Français réellement opposés à la vidéosurveillance en magasin.



## LA VIDÉOSURVEILLANCE JUGÉE UTILE POUR DE NOMBREUX USAGES EN MAGASIN

Les Français pensent indéniablement que la vidéosurveillance peut contribuer à assurer la sécurité des biens et des personnes en magasin que ce soit pour lutter contre le vol (89%), à égalité avec les incivilités et agressions (89%) puis la sécurité des personnels (87%) et la lutte contre le terrorisme (86%) mais également la lutte contre la fraude en station-service (85%) ou en caisse (81%).

Dans les usages compris mais moins évidents, on retrouve les aspects liés au comptage des personnes pour respecter les jauges incendie (67%), Covid (66%), ou pour faciliter la recherche de places de parking (64%).



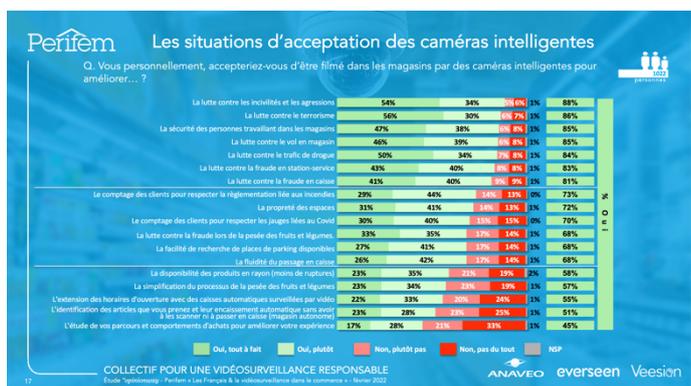
En revanche, la contribution de la vidéosurveillance à des usages plus nouveaux est moins évident comme l'identification des articles pris et leur encaissement automatique sans avoir à les scanner ni à passer en caisse (magasins autonomes) pour 1 Français sur 2, la simplification de la pesée des fruits et légumes (42%).

## LES FRANÇAIS ACCEPTENT DE SE FAIRE FILMER PAR DES CAMÉRAS INTELLIGENTES EN MAGASIN, DU MOMENT QUE LE BÉNÉFICE EST CONCRET

Forte surprise de cette étude, les Français acceptent très majoritairement d'être filmés par des caméras intelligentes en magasin pour la quasi-totalité des usages proposés.

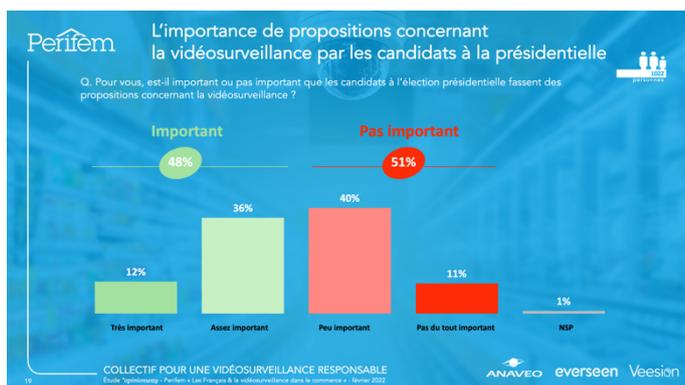
Très logiquement, en miroir de la question précédente, ce sont les usages liés à la protection des biens et des personnes qui arrivent en tête : lutte contre les incivilités et les agressions (88%), lutte contre le terrorisme (86%), sécurité des personnels (85%) ou lutte contre le vol (85%).

Forte adhésion également quand il s'agit de l'amélioration du parcours d'achat avec la propreté des espaces (72%), la recherche de places de parking disponibles (68%) ou l'amélioration de la fluidité du passage en caisse (68%).



Enfin noter que les Français sont tout de même majoritaires à accepter d'être filmé par des caméras intelligentes pour de nouveaux usages moins développés et moins compris comme l'amélioration du taux de disponibilité des produits en rayon (58%), l'extension des horaires d'ouverture avec des caisses automatiques surveillées par vidéo (55%) ou même les magasins autonomes (51%).

## UN ENJEU RÉEL POUR LES FRANÇAIS MAIS SOUS-EXPLOITÉ PAR LES CANDIDATS À LA PRÉSIDENTIELLE



Preuve que la vidéosurveillance est un enjeu actuel majeur, un Français sur deux (48%) attend des propositions dans ce domaine de la part de leurs candidats à la présidentielle.

Or, force est de constater que si la sécurité soucie les Français et prévaut dans les discours des candidats, ces derniers, tous bords confondus, ne se sont pas encore positionnés sur cet aspect précis en constante évolution qu'est la vidéosurveillance et ses nouveaux usages.



« En créant le 'Collectif pour une vidéosurveillance responsable', la fédération Perifem et ses membres engagés, souhaite contribuer au débat public pour dessiner les contours d'une vidéosurveillance responsable et respectueuse des consommateurs. Nous voulons prôner des technologies intelligentes, demandées par les Français, qui nous aideront à progresser sur le terrain de la sécurité des biens, des personnes, mais aussi à développer de nouveaux usages relatifs à l'expérience client comme la fluidité du passage en caisse, l'extension des horaires d'ouverture des magasins, ou encore une meilleure disponibilité des produits en rayon », explique **Thierry Cotillard, Président de Perifem**.

« En allant à la rencontre des Français sur ces sujets sensibles car fortement liés aux questions de liberté individuelle et de protection de la vie privée, nous souhaitions avoir une visibilité très précise sur ce qu'ils en pensaient vraiment. Cette étude est donc une première pierre à l'édifice et nous révèle principalement que les Français sont prêts, à une seule condition : être mieux informés des usages et des garanties légales. »

## CONTACTS PRESSE

### RP au carré

Carine Lennuyeux : 06 84 10 73 02

[carine.lennuyeux@rp-aucarre.com](mailto:carine.lennuyeux@rp-aucarre.com)

### iloveretail.fr

Mike Hadjadj : 06 27 30 52 08

[mike@iloveretail.fr](mailto:mike@iloveretail.fr)

### Méthodologie :

Étude réalisée les 12 et 13 janvier 2022, auprès d'un échantillon de 1022 personnes représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus. Cet échantillon a été interrogé par questionnaire auto-administré en ligne sur système CAWI (Computer Assisted Web Interview).

### A 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.

[www.perifem.com](http://www.perifem.com)

### A 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. OpinionWay est membre actif d'Esomar et développe une politique RSE depuis 2007. Il est certifié depuis 2009 ISO 20252 par l'AFNOR et membre de CroissancePlus.

[www.Opinion-Way.com](http://www.Opinion-Way.com)

### A propos de iloveretail.fr

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](http://iloveretail.fr) est un activateur de contenu et d'influence réunissant des experts passionnés du retail afin de vous proposer des Store Tours et Learning Expeditions, des rapports de tendances et d'innovations, des études d'opinion et de comportement consommateurs, des événements visant à valoriser votre expertise ou des opérations d'influence sur-mesure. #contenu et #influence sur [www.iloveretail.fr](http://www.iloveretail.fr)

### A propos d'Anaveo

Acteur majeur sur le marché de la sécurité, le Groupe **ANAVEO** est spécialisé dans la conception, la fabrication, l'intégration, l'installation et la maintenance de solutions intelligentes de sécurité électronique : vidéosurveillance, contrôle d'accès, détection d'intrusion, télévidéosurveillance et détection incendie. Le Groupe ANAVEO met à profit son savoir-faire pour développer des solutions de sécurité globale à destination de tous ses clients, quel que soit leur secteur d'activité : la distribution, les entreprises, les professionnels du transport et de la logistique, les administrations et les collectivités locales... Être leader c'est aussi faire de l'accompagnement client une de ses priorités. La disponibilité des équipes commerciales et techniques, leur proximité et leur compétence garantissent ainsi un suivi et une réactivité à toute épreuve.

[www.anaveo.fr](http://www.anaveo.fr)

### A propos d'Everseen

Pionnier de l'Intelligence Artificielle européenne depuis 12 ans, Everseen conçoit et déploie à grande échelle des solutions pour améliorer la démarque inconnue, fluidifier leurs opérations magasin ou logistique et offrir une meilleure expérience client.

Notre plateforme Visual AI™ aide les équipes opérationnelles à relever leurs défis au quotidien grâce à des systèmes expert améliorant les processus métiers en encaissement, en rayon, sur la chaîne d'approvisionnement ou de production. Notre technologie d'Intelligence

*Artificielle révolutionnaire traite chaque jour plus de 200 ans de séquences vidéo et protège des actifs d'une valeur de plus de 400 milliards d'euros.*

*Everseen a reçu cinq années de suite le 1er Prix Gartner pour l'innovation technologique en grande distribution ainsi que le prix « Tech Fast 50 » de Deloitte et le prix « New Tech » de Google.*

<https://everseen.com>

#### **A propos de Veesion**

*Veession développe une technologie de reconnaissance de gestes dans du contenu vidéo pour détecter, automatiquement et en temps réel, les actes de vol qui peuvent survenir dans un point de vente. La technologie Veession analyse uniquement les gestes, jamais les individus, et a la même finalité que les systèmes de vidéo-protection existants, veiller à la sécurité des biens et des personnes. L'Intelligence Artificielle est mise au service de ses clients comme outil d'aide à la décision.*

*La solution se "branche" sur un système de surveillance existant. Elle analyse en continu et en parallèle tous les flux des caméras du magasin et détecte des gestes associés au vol. Une fois détecté, un extrait vidéo contenant le geste suspect est transmis à un humain pour confirmation et intervention si nécessaire.*

<https://veession.io>