

panorama de presse

D_QUANTAFLOW_L

lundi 26 septembre 2022

SOMMAIRE

QUANTAFLOW

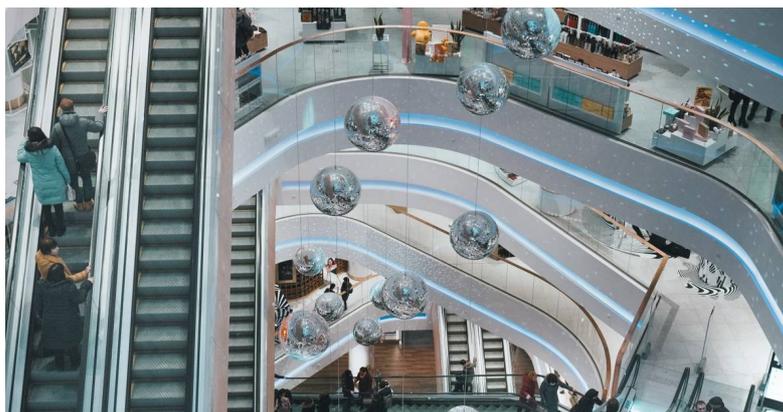
Quel rapport les Français entretiennent-ils avec les commerces physiques ?
fashionunited.fr - 26/09/2022

1

QUANTAFLOW



Quel rapport les Français entretiennent-ils avec les commerces physiques □ ?



By Herve Dewintre

Retail

Unsplash

Une enquête réalisée par OpinionWay relève que les moins de 35 ans plébiscitent davantage les commerces physiques que leurs aînés tout en pointant des évolutions porteuses pour les centres commerciaux.

Pas besoin d'étude pour constater que les Français – et ce phénomène n'est pas lié à l'Hexagone – se sont massivement réjouis de pouvoir retrouver les joies du shopping dans leurs commerces favoris après la pandémie de Covid-19. Pourtant, l'enquête réalisée en partenariat avec OpinionWay pour la Fédération des Acteurs du Commerce (ex-Conseil National des Centres Commerciaux) et [Quantaflow](#) (société développant des solutions de comptage, de certification et d'analyse de flux de consommateurs dans l'optique de valoriser les espaces dédiés à la vente) est riche d'enseignements parfois inattendus.

Si sans surprise, on constate que 71 pour cent des répondants ont été satisfaits de pouvoir fréquenter à nouveau leurs commerces et leurs centres commerciaux, il n'est pas indifférent d'observer que ce pourcentage est sensiblement plus élevé chez les moins de 35 ans. Les Franciliens s'affirment également plus nombreux que la moyenne (77 pour cent) à avoir apprécié la réouverture des centres commerciaux. Cette appétence pour le commerce physique se maintient depuis le dernier confinement à un niveau élevé. Les résultats font également ressortir la très grande diversité des commerces fréquentés par les Français : les super et hypermarchés, bien sûr, pour 96 pour cent d'entre eux, les centres commerciaux pour 90 pour cent des répondants, suivis des magasins de centre-ville (87 pour cent), des magasins en périphérie des villes (87 pour cent) et des outlets ou villages de marque (63 pour cent).

Les 18-24 ans, eux aussi, plébiscitent le commerce physique



Autre enseignement intéressant : 75 pour cent des répondants cherchent à privilégier les achats en magasin plutôt que sur Internet. Pour 80 pour cent d'entre eux, le commerce physique apporte plus de sécurité, en termes de paiement, de livraison, ou, pour 71 pour cent, de traçabilité des produits. Contrairement aux idées reçues, les 18-24 ans s'avèrent aussi nombreux que les autres tranches d'âge à privilégier le commerce physique. Et la conviction que leurs achats seront plus sécurisés s'élève, chez eux, à 85 pour cent.

Autre point fort des commerces physiques : leur utilité perçue sur le plan socio-économique. Ils sont identifiés comme permettant de créer plus d'emplois en région que le commerce en ligne (89 pour cent), mais aussi comme offrant de meilleures conditions de travail (77 pour cent). Enfin, 74 pour cent des Français estiment leur impact environnemental moins lourd que celui du commerce en ligne.

Ainsi, si les Français continuent à acheter autant en ligne, c'est essentiellement pour des raisons pratiques (manque d'alternative, contraintes de temps, de transport...). L'étude suggère que les centres commerciaux dans cette équation bénéficient d'une marge de progression conséquente de leur fréquentation. Comment ? En faisant le choix de diversifier leur offre avec de nouveaux services. 63 pour cent des répondants indiquent en effet qu'ils fréquenteraient davantage les centres commerciaux s'ils y trouvaient plus d'offre pour se restaurer, 59 pour cent pour boire un verre. Les activités culturelles (62 pour cent), ludiques (54 pour cent) ou sportives (36 pour cent) sont également évoquées. Les Franciliens en particulier se montrent particulièrement intéressés par davantage d'activités culturelles (71 pour cent), et sportives (48 pour cent). Enfin, la possibilité de télétravailler depuis un espace de coworking, au sein du centre commercial, inciterait 40 pour cent des actifs et étudiants à s'y rendre davantage.

« Ce sondage montre que les centres commerciaux sont des lieux de convivialité et de sociabilité pour les Français, et en particulier les moins de 24 ans, nous indique Christophe Noël, délégué général de la Fédération des Acteurs du Commerce. Alors que l'isolement des jeunes constitue un problème de plus en plus préoccupant de notre société, 79 pour cent des moins de 24 ans y croisent occasionnellement des connaissances, 70 pour cent y retrouvent des amis, et 50 pour cent y font de nouvelles rencontres. C'est sans doute pour toutes ces qualités que 2/3 des moins de 35 ans se déclarent attachés à un ou plusieurs centres commerciaux, un chiffre élevé et prometteur pour le futur. Quant aux plus de 65 ans, ils sont aussi 68 pour cent à déclarer échanger avec les commerçants, ou 38 pour cent à discuter avec des inconnus. Je suis convaincu que nos sites sont appelés à jouer un rôle croissant dans la sociabilité des seniors. »

« Nos datas confirment que les centres commerciaux qui enregistrent une hausse de leur fréquentation sont clairement ceux qui ont été rénovés » nous indique de son côté Thierry Heude, Directeur général de Quantaflow. En effet, l'intégralité des sites qui sont en progression a procédé à une extension et/ou une importante re-commercialisation. On constate également que ceux qui disposent d'une offre de restauration et de cinéma enregistrent des flux supérieurs à 5 points par rapport aux autres ».



Une appétence pour les nouveaux usages que reconnaît bien volontiers Christophe Noël : « Pour pouvoir opérer ces mutations, en particulier dans les sites plus traditionnels que sont les galeries d'hypermarché en périphérie, il est indispensable que la puissance publique favorise à nouveau le redéveloppement des projets dont le commerce n'est qu'une composante désormais. La plupart des concitoyens estiment que les commerces physiques sont essentiels à la vie en société, ou pour la lutte contre la désertification des territoires, ou encore pour les personnes âgées : c'est dire comme ces commerces sont importants dans la vie d'une immense majorité des Français ! Ils se rendent compte également aujourd'hui de l'importance de nos sites en matière d'emplois, directs et indirects, et plus globalement d'attractivité locale : nous avons un rôle croissant à jouer dans les réflexions autour des projets de développement urbain, à travers tout le territoire. »

