



Des Français plus que jamais adeptes du commerce physique et des centres commerciaux [Etude]

Après la parenthèse de la pandémie, les Français témoignent plus que jamais de leur attachement pour les commerces physiques en général, et les centres commerciaux en particulier. Analyse chiffrée exclusive - y compris sur des critères socio-économiques et émotionnels – du Conseil National des Centres Commerciaux, d'OpinionWay et Quantaflow.

Daniel Bicard

\ 15h00

8 min. de lecture

« Quel est le rapport des Français avec les commerces physiques, et en particulier avec les centres commerciaux, au sortir de la pandémie ? ». Telle est le thème de l'enquête exclusive présentée, ce mercredi 21 septembre, au salon du Siec, salon du Retail et de l'Immobilier Commercial, qui se déroule les 21 & 22 septembre 2022 à Paris Expo, Porte de Versailles. Le Conseil National des Centres Commerciaux (CNCC) organisateur du salon, en partenariat avec l'institut de sondage OpinionWay et Quantaflow, spécialiste du comptage de flux dans les centres commerciaux, ont en effet jugé instructif de connaître la « cote » des commerces physiques, quelques mois après la pandémie de Covid-19 qui aura bouleversé les modes de consommation et leur fréquentation... Sans compter l'imprévisible survenue du conflit ukrainien qui vient à son tour perturber des modèles déjà mis à l'épreuve. « 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, analyse Christophe Noël, délégué général du CNCC. Alors que l'isolement des jeunes constitue un problème de plus en plus préoccupant de notre société, 79% des moins de 24 ans y croisent occasionnellement des connaissances, 70% y retrouvent des amis, et 50% y font de nouvelles rencontres ! C'est sans doute pour toutes ces qualités que deux-tiers des moins de 35 ans se déclarent attachés à un ou plusieurs centres commerciaux, un chiffre élevé et prometteur pour le futur ». LSA vous propose en première exclusivité les conclusions de cette vaste étude, à travers 9 chiffres clés, ensuite détaillés dans chaque paragraphe.

94% : la part de Français satisfaits de pouvoir refréquenter les commerces alimentaires post-pandémie

A la question « au lendemain de la crise Covid et des différents confinements, avez-vous eu plaisir à retrouver les commerces physiques suivants ? » les premiers élus sont les commerces alimentaires à 94%. Et plus précisément, les marchés et commerces de bouche pour 85%, les petits commerces alimentaires pour 84%. Et quand même, pour 80% les supermarchés et hypermarchés. La réponse à la question « vous personnellement, à quelle fréquence vous rendez-vous dans ces lieux ? » met également en lumière cette prédilection, puisque 96% des Français déclarant aller au moins une fois par mois dans ces commerces alimentaires.

71% : la part de Français satisfaits de pouvoir refréquenter les centres commerciaux post-pandémie

Au hit-parade des commerces physiques dont les retrouvailles ont fait plaisir aux Français, la suite des suffrages va aux rues commerçantes de centre-ville à 78%. Quelques points devant le « comeback » aux magasins en périphérie des villes qui recrutent 72% et les centres commerciaux à 71%. Tandis qu'on compte 57% des sondés réjouis de retrouver les outlets, villages de marques, et magasins d'usine. Sur la question de la fréquence de visite, les centres commerciaux remontent le peloton en numéro deux, puisque des interrogés disent s'y rendre au moins une fois par mois. Ce qui est davantage que le rythme de visite annoncé en rues commerçantes de centre-ville (63%), en magasins de périphérie urbaine (57%). Et bien plus que la visite à minima mensuelle déclarée pour les outlets, villages de marques, magasins d'usine (seulement 24%).

75% : la part de Français qui privilégient les achats dans les commerces physiques plutôt qu'en ligne

« Les Français préfèrent faire leurs achats "In Real Life" » triomphe la fédération représentative des centres commerciaux et autres ensembles de commerces. Il est vrai que 75% disent essayer de privilégier les achats dans les commerces physiques plutôt que sur internet. Que justifient 75% des sondés, en trouvant que les premiers sont plus pratiques pour réaliser leurs achats que ne l'est le second. Ceci car « le commerce physique offre des garanties beaucoup plus fortes qu'Internet en termes d'expérience client » synthétisent les auteurs. Plus précisément, 85% pensent que les commerces physiques permettent de bénéficier de meilleurs conseils de

vendeurs ; 80% qu'ils permettent d'acheter des produits de manière plus sécurisée que sur internet (paiements, livraisons) ; 73% qu'on y trouve un meilleur service après-vente . Et pour 71% que la traçabilité des produits surpasse ce que peut offrir internet en la matière.

92% : part égale de Français jugeant les commerces physiques essentiels à la vie en société, aux personnes âgées, à l'aménagement des territoires

Passons à une sorte de « portrait moral » du commerce physique sur la foi du sondage auprès de 1 063 personnes représentatives de la population française. Sur la base de cette question fermée « êtes-vous d'accord ou pas avec les affirmations suivantes... ? », 92% adhèrent (en additionnant les « tout-à-fait » et les « plutôt » d'accord) à cette idée que les commerces physiques sont essentiels à la vie en société. Ce n'est pas vraiment un scoop. En revanche, il est davantage révélateur de trouver une même part d'avis saluant lesdits commerces en dur comme « importants pour les personnes âgées ». Et autant, encore, comme « essentiels pour lutter contre la désertification des territoires ».

89% : la part de Français jugeant les commerces physiques créateurs d'emplois locaux

Vision solidaire pour leurs concitoyens : 89% des Français estiment les commerces physiques susceptibles de créer davantage d'emplois dans leur région que le commerce en ligne. Tandis que 77% des interrogés estiment qu'ils offrent de meilleures conditions de travail que dans le commerce en ligne ; et 74% qu'ils ont un moindre impact sur l'environnement que le commerce en ligne.

90% : la part de Français partisans d'un meilleur soutien des commerces physiques

Le sondage prend un tour politique, quand, toujours au jeu des « êtes-vous d'accord ou pas avec les affirmations suivantes... », l'adhésion atteint les 90% pour l'idée que les commerces ont besoin d'être soutenus. Notamment car 45% estiment qu'ils n'ont pas les moyens de faire face aux géants du commerce en ligne.

74% : la part de Français trouvant plus de plaisir à acheter dans les commerces physiques qu'en ligne.

C'est ensuite le domaine affectif que le sondage aborde avec sa grille de questions. L'hédonisme se fait jour en effet quand on apprend, à 74% d'adhésion, que les commerces physiques procurent plus de plaisir aux Français que lorsqu'ils achètent sur internet. Le sondage ouvre même un chapitre « nostalgie » avec la question « avez-vous des souvenirs agréables de moments passés dans les centres commerciaux ? » ! Non seulement 61% répondent avoir des souvenirs de jeunesse agréables de moments passés dans les centres commerciaux. Mais ce sentiment est ressenti à 96% parmi les 18 à 24 ans ! Cette exploration quasi proustienne des temps de l'enfance fait remonter ces bons souvenirs à la petite enfance , pour 34% de l'échantillon (mais à 66% dans la tranche des 18 à 24 ans). Ce good feeling se situe dans l'enfance pour 43% du total (mais à 67% pour les 18 à 24 ans). Et dans l'adolescence pour 55% de l'ensemble (mais à 77%, score de la nostalgie pour les 18 à 24 ans).

29% : la part de Français percevant les centres commerciaux comme lieux d'ouverture sociale

La suite de cette véritable psychanalyse des centres commerciaux en fait « des lieux de construction de soi » ! N'y a-t-il pas 44% de Français les associant à des lieux d'émancipation, part atteignant 60% chez les 18 à 24 ans. Ne sont-ils pas 29% y percevant des lieux d'ouverture sociale (et 37% chez les 18 à 24 ans). Que l'on en fasse des lieux de balade (52% des avis), de plaisir (38%), de liberté (26%), de retrouvailles avec ses amis (24%), d'ouverture sur le monde (20%), de mixité sociale (14%). Et même de rencontres amicales/amoureuses (12%). Bref, les centres commerciaux se revendiquent en « lieux décisifs pour contrer le rétrécissement de la bulle sociale ». 48% des Français déclarant y retrouver des amis , 42% y discutant avec des inconnus ; 32% y faisant de nouvelles rencontres . Ces trois expériences sociales culminant à, respectivement, 70%, 52% et 50% dans la tranche des 18 à 24 ans. Et pour boucler l'analyse du « lien fort qui unit les Français aux centres commerciaux » le sondage établit que non seulement 51% des Français déclarent être attachés à un ou plusieurs centres. Mais que cette part atteint les 70% parmi les 18 à 24 ans.

72% : la part de Français souhaitant davantage d'activités culturelles, ludiques ou sportives

Revenons à des perspectives de pur retail avec cette dernière question « les éléments suivants pourraient-ils vous inciter à vous rendre davantage dans des centres commerciaux à l'avenir ? » En tête des desideratas se hisse la réponse « des activités culturelles, ludiques ou sportives » à 71%. Avec des cinémas, expositions, médiathèques, etc. en première ligne des sous-réponses (62%). La deuxième demande est « des espaces où se retrouver » (63%), avec plus précisément des lieux pour se restaurer/ boire un verre (59%) et, dans une moindre mesure, des lieux d'activités nocturnes tels que bars, boîtes de nuit, etc. (32%). En troisième lieu, la demande s'exprime pour un pôle

santé (52%), qu'il soit médical (47%) ou dentaire (41%). Suivent, dans la panoplie de services attendus, un principe de collecte de commandes (56%) ; un Pôle service -Pôle Emploi, La Poste , CAF – (45%) ; des lieux pour travailler faire du coworking (40%) ; des crèches, garderies (31%). Evidemment chaque profil de client n'a pas les mêmes demandes. Ce sont les moins de 35 ans qui se prononcent en faveur d'activités culturelles (cinéma, expo, médiathèque...) pour 73% ; de lieux pour se restaurer/ boire un verre pour 73% ; d'activités ludiques et loisirs pour 70%. Les lycéens et étudiants accordent aussi leur faveur aux activités ludiques et loisirs à 70% ; mais aussi aux lieux pour travailler et faire du coworking à 60%. Les hommes ou femmes au foyer souhaitent des lieux pour se restaurer/ boire un verre à 55% ; des activités ludiques et des loisirs à 54%. Sans mettre de côté pour 48% d'entre eux, un pôle services (Pôle Emploi, La Poste, CAF). Les retraités appellent de leurs vœux des activités culturelles encore (cinéma, expo, médiathèque...) à 48%. Et une part égale s'exprime pour des lieux pour se restaurer/ boire un verre. On ne s'étonnera pas que 45% des parents veuillent crèches et garderies. Et un focus sur les habitants d' Ile-de-France apprend qu'ils hiérarchisent les activités culturelles (cinéma, expo, médiathèque...) à 71%, devant les principes de collecte de commandes à 65% et le pôle médical à 58%.