

“opinionway pour **Quantaflow**
et **Siec**  
Salon du Retail & de l'Immobilier Commercial

Les Français et le commerce physique

Septembre 2022



ESOMAR²²
Corporate





La méthodologie



“ La méthodologie



Echantillon de **1063 personnes représentatif de la population française** âgée de 18 ans et plus.

L'échantillon a été 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.



L'échantillon a été interrogé par **questionnaire auto-administré en ligne sur système CAWI** (Computer Assisted Web Interview).



Les interviews ont été réalisées **du 26 au 28 juillet 2022**.

Pour les remercier de leur participation, les panélistes ont touché des incentives ou ont fait un don à l'association proposée de leur choix.



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



Les résultats de ce sondage doivent être lus en tenant compte des marges d'incertitude : 1,4 à 3,1 points au plus pour un échantillon de 1000 répondants.



Toute publication totale ou partielle doit impérativement utiliser la mention complète suivante :

« Sondage OpinionWay pour Quantaflow et la Fédération des Acteurs du Commerce dans les Territoires* »
et aucune reprise de l'enquête ne pourra être dissociée de cet intitulé.

*Ex CNCC

“ Le profil de l'échantillon

Population française âgée de 18 ans et plus.

Source : **INSEE**



| | Sexe | % |
|--|--------|-----|
| | Hommes | 48% |
| | Femmes | 52% |



| | Age | % |
|--|----------------|-----|
| | 18-24 ans | 10% |
| | 25-34 ans | 15% |
| | 35-49 ans | 24% |
| | 50-64 ans | 24% |
| | 65 ans et plus | 27% |



| | Région | % |
|--|---------------|-----|
| | Ile-de-France | 19% |
| | Nord-ouest | 23% |
| | Nord-est | 22% |
| | Sud-ouest | 11% |
| | Sud-est | 25% |



| | Activité professionnelle | % |
|--|---|------------|
| | Agriculteurs | 1% |
| | Catégories socioprofessionnelles supérieures | 28% |
| | Artisans / Commerçants / Chefs d'entreprise | 3% |
| | Professions libérales / Cadres | 10% |
| | Professions intermédiaires | 15% |
| | Catégories populaires | 29% |
| | Employés | 17% |
| | Ouvriers | 12% |
| | Inactifs | 42% |
| | Retraités | 28% |
| | Autres inactifs | 14% |



| | Taille d'agglomération | % |
|--|------------------------------|-----|
| | Une commune rurale | 21% |
| | De 2000 à 19 999 habitants | 18% |
| | De 20 000 à 99 999 habitants | 14% |
| | 100 000 habitants et plus | 30% |
| | Agglomération parisienne | 17% |



Les résultats





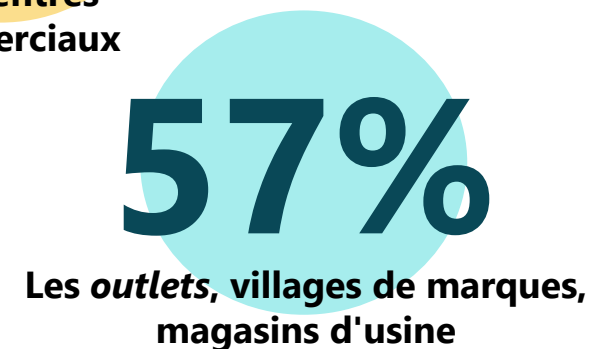
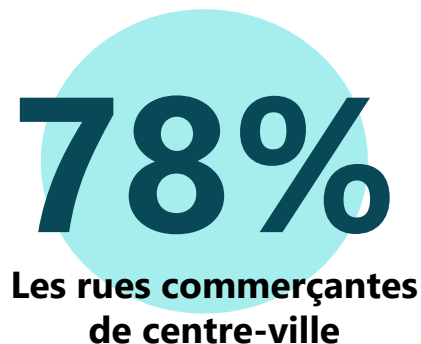
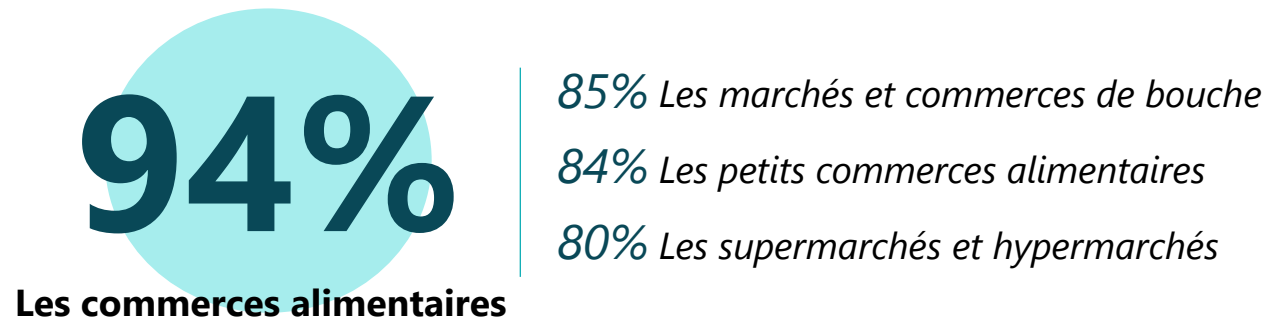
01

Un plaisir de retrouver les commerces physiques post pandémie qui perdure

Les Français ont aimé retrouver l'ensemble des commerces physiques au lendemain de la crise Covid



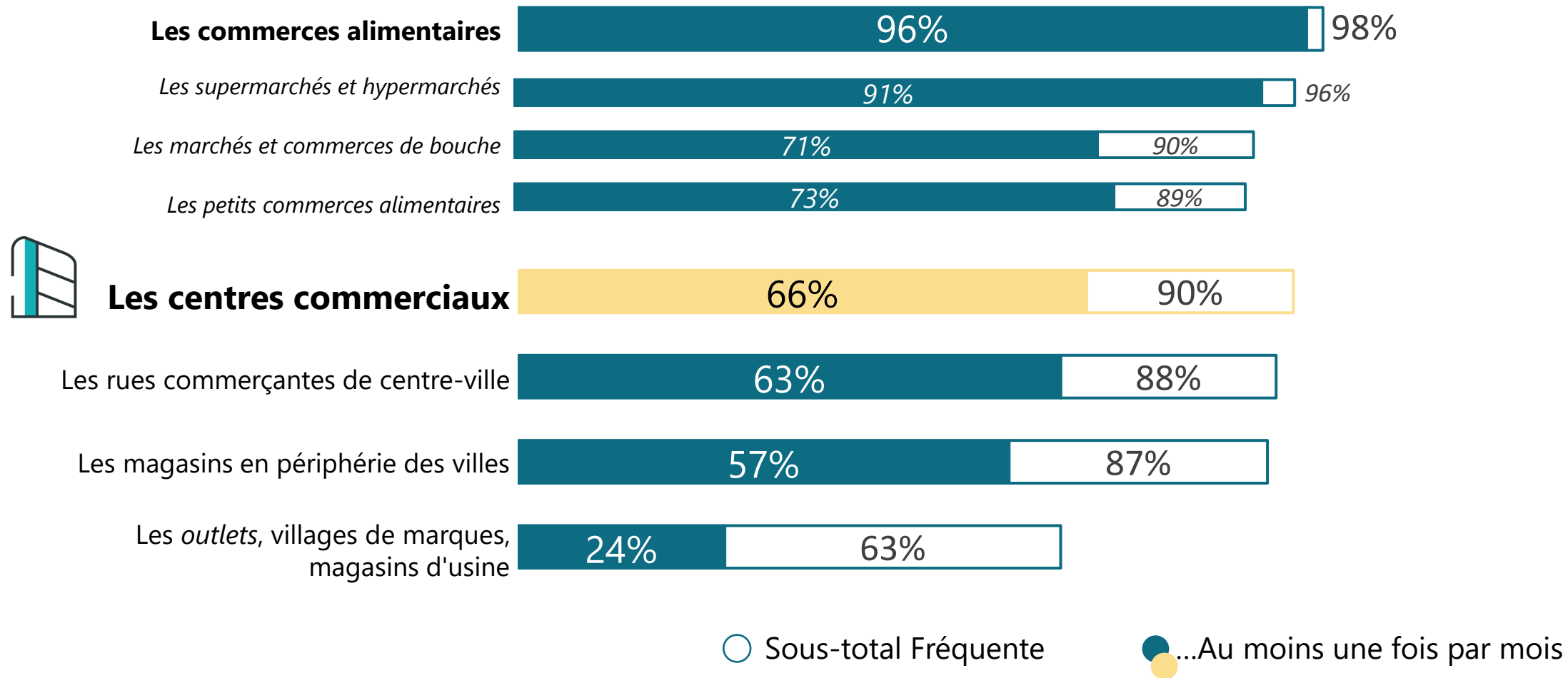
Q. Au lendemain de la crise Covid et des différents confinements, avez-vous eu plaisir à retrouver les commerces physiques suivants ? %Oui



Les centres commerciaux, premier lieu fréquenté par les Français après les commerces alimentaires



Q. Vous personnellement, à quelle fréquence vous rendez-vous dans ces lieux ?





02

Le commerce physique :
des gains que les Français
ne trouvent pas sur Internet

“ Les Français préfèrent faire leurs achats *In Real Life*



Q. Concernant les commerces physiques, êtes-vous d'accord ou pas avec les affirmations suivantes... ? %D'accord

75%

essaient de **privilégier les achats dans les commerces physiques** plutôt que sur Internet



74%

trouvent que les commerces physiques sont **plus pratiques** pour réaliser leurs achats que ne l'est Internet



Le commerce physique : des garanties beaucoup plus fortes qu'Internet en termes d'expérience client



1063 personnes

Q. Concernant les commerces physiques, êtes-vous d'accord ou pas avec les affirmations suivantes... ? %D'accord

Pour...

...une meilleure sécurité

80%

Les commerces physiques permettent d'acheter des produits de manière **plus sécurisée** que sur Internet (*paiements, livraisons*)

71%

Les commerces physiques permettent une meilleure **traçabilité** des produits que sur Internet



...des interactions sociales

85%

Les commerces physiques permettent de bénéficier de **meilleurs conseils** de vendeurs que sur Internet

73%

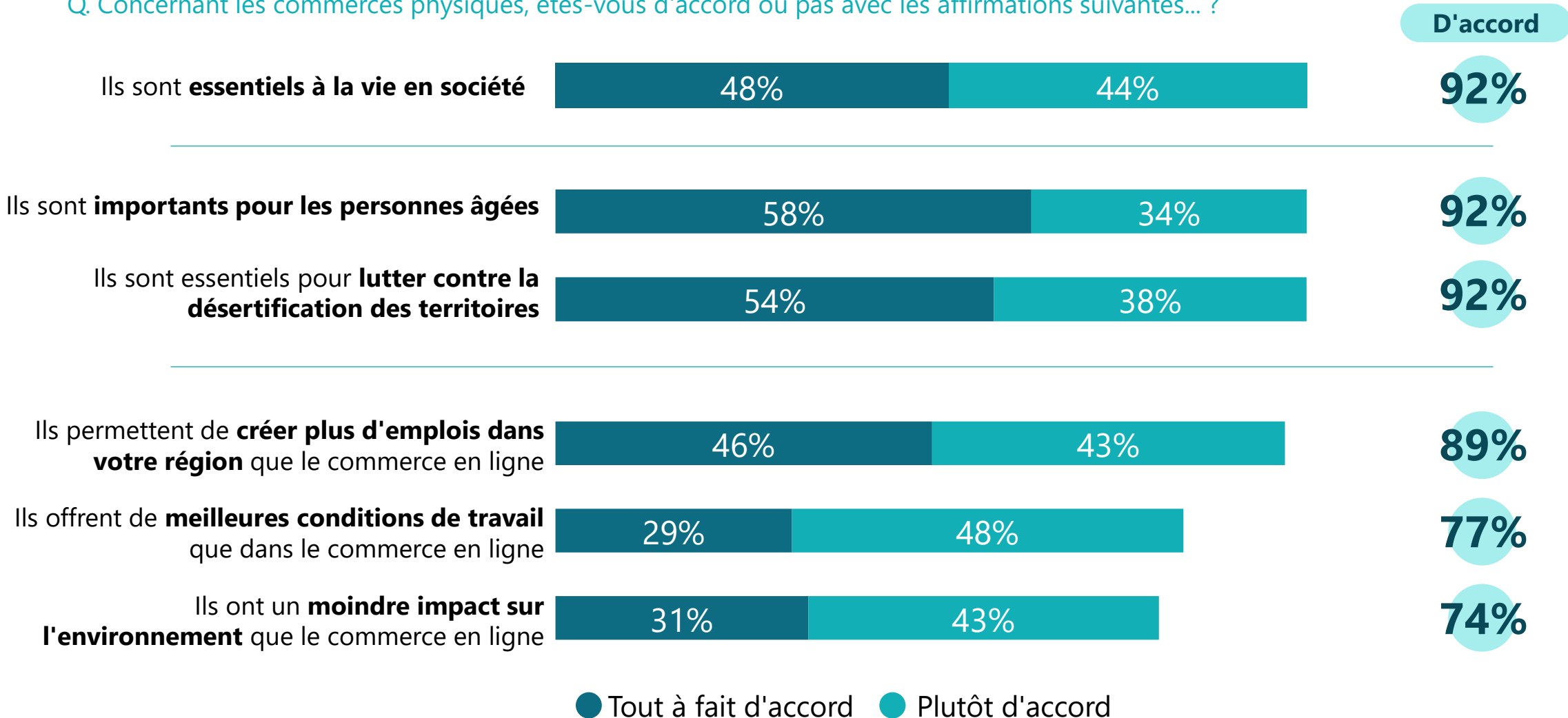
Le **service après-vente** des commerces physiques est meilleur que pour des achats sur Internet



“ Les commerces physiques : des acteurs indispensables



Q. Concernant les commerces physiques, êtes-vous d'accord ou pas avec les affirmations suivantes... ?





Un caractère essentiel qui justifie le soutien à leur apporter



Q. Concernant les commerces physiques, êtes-vous d'accord ou pas avec les affirmations suivantes... ? %D'accord

90%

déclarent que les commerces physiques ont **besoin d'être soutenus**



Notamment car...

45%

estiment que les commerces physiques n'ont pas les **moyens de faire face aux géants du commerce en ligne**



03

Le centre commercial, lieu d'interactions sociales chargé d'émotions

“ Les centres commerciaux : lieu sentimental unique



Q. Concernant les commerces physiques, êtes-vous d'accord ou pas avec les affirmations suivantes... ?

Les commerces physiques **procurent aux Français plus de plaisir** que lorsqu'ils achètent sur Internet

74%

Q. Avez-vous des souvenirs agréables de moments passés dans les centres commerciaux ?

61%

des Français ont des **souvenirs de jeunesse agréables** de moments passés dans les centres commerciaux

96%

parmi les **18 à 24 ans**

Des souvenirs agréables dans...



34% la petite enfance

66%

18 à 24 ans



43% l'enfance

67%

18 à 24 ans



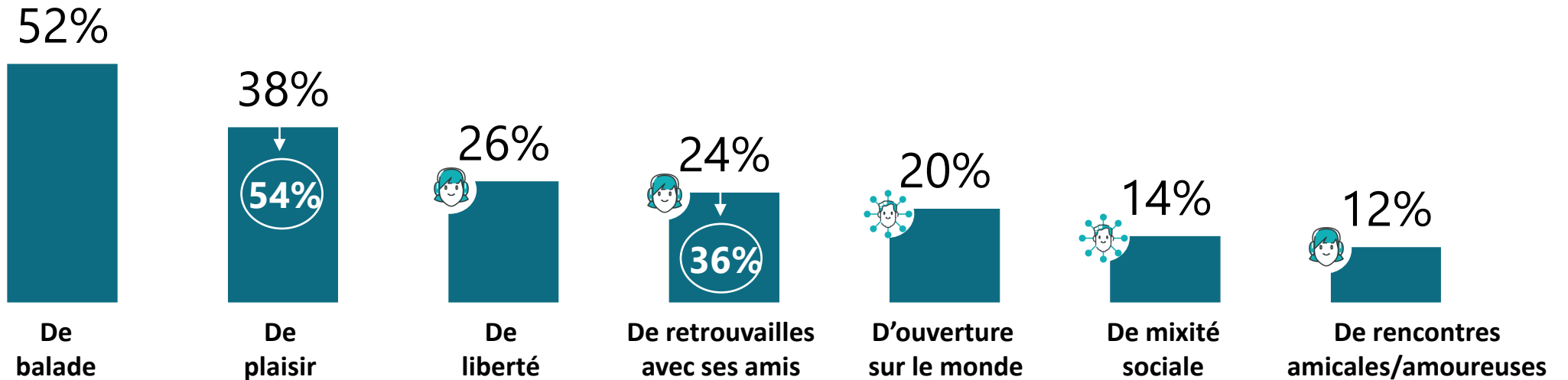
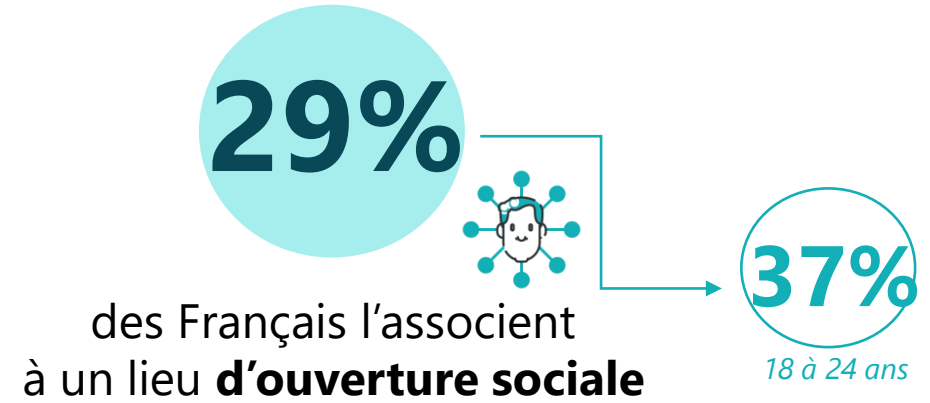
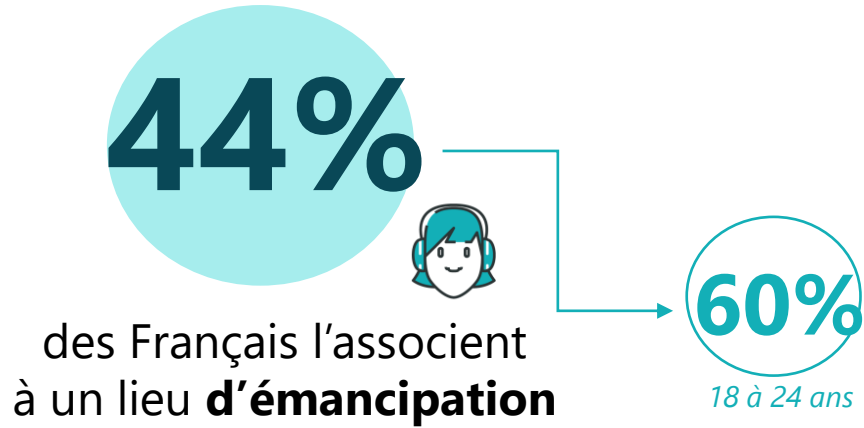
55% l'adolescence

77%

18 à 24 ans

“ Les centres commerciaux : un lieu de construction de soi

Q. Dans votre jeunesse, les centres commerciaux représentaient pour vous un lieu... ?



Les centres commerciaux : un lieu décisif pour contrer le rétrécissement de la bulle sociale



Q. Lorsque vous vous rendez dans un centre commercial, à quelle fréquence vous arrive-t-il... ? %Oui



“ Un lien fort qui unit les Français aux centres commerciaux



Q. Etes-vous attaché ou non à un ou plusieurs centres commerciaux ?



51% déclarent être **attachés** à un ou plusieurs centres commerciaux

↳ **70%** parmi les **18 à 24 ans**



Des attentes fortes en matière de services complémentaires



1063 personnes

Q. Les éléments suivants pourraient-ils vous inciter à vous rendre davantage dans des centres commerciaux à l'avenir ? %Oui

Des activités culturelles, ludiques ou sportives **71%**

Activités culturelles (cinémas, expositions, médiathèques, etc.) **62%**

Activités ludiques, loisirs **54%**

Activités sportives **36%**



Un pôle santé **52%**

Pôle médical **47%**

Pôle dentaire **41%**



Des espaces où se retrouver **63%**

Lieux pour se restaurer / boire un verre **59%**

Activités nocturnes (bars, boîtes de nuit, etc.) **32%**



Autres services

Principes de collecte de commandes **56%**

Pôle service (Pôle Emploi, La Poste, CAF) **45%**

Lieux pour travailler / de coworking **40%**

Crèches, garderies **31%**



Des offres adaptables selon les profils



1063 personnes

Q. Les éléments suivants pourraient-ils vous inciter à vous rendre davantage dans des centres commerciaux à l'avenir ? %Oui

Moins de 35 ans

Activités culturelles **73%**
(cinéma, expo, médiathèque...)

Lieux pour se **restaurer / boire un verre** **73%**

Activités ludiques, loisirs **70%**

Habitants d'Ile-de-France

Activités culturelles **71%**
(cinéma, expo, médiathèque...)

Principes de **collecte de commandes** **65%**

Pôle médical **58%**

Lycéens, Etudiants

Activités ludiques, loisirs **70%**

Lieux pour **travailler / de coworking** **60%**



Hommes/femmes au foyer

Lieux pour se **restaurer / boire un verre** **55%**

Activités ludiques, loisirs **54%**

Pôle services **48%**
(Pôle Emploi, La Poste, CAF)

Retraités

Activités culturelles **48%**
(cinéma, expo, médiathèque...)

Lieux pour se **restaurer / boire un verre** **48%**

Parents

Crèches, garderies **45%**



RESTONS CONNECTÉS !

www.opinion-way.com



Envie d'aller plus loin ?

Recevez chaque semaine nos derniers résultats d'études dans votre boîte mail en vous abonnant à notre

[newsletter !](#)

“*opinionway*”

15 place de la République
75003 Paris

PARIS
CASABLANCA
ALGER
VARSOVIE
ABIDJAN

Vos contacts

Eléonore Quarré

Directrice conseil

equarre@opinion-way.com

Olga Rouaud

Chargée d'études

rouaud@opinion-way.com