

*“opinionway* pour Quantaflow

# Les Français et le commerce physique

Août 2022





# 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 aucune reprise de l'enquête ne pourra être dissociée de cet intitulé.*



# 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%
	<b>Catégories socioprofessionnelles supérieures</b>	<b>28%</b>
	Artisans / Commerçants / Chefs d'entreprise	3%
	Professions libérales / Cadres	10%
	Professions intermédiaires	15%
	<b>Catégories populaires</b>	<b>29%</b>
	Employés	17%
	Ouvriers	12%
	<b>Inactifs</b>	<b>42%</b>
	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





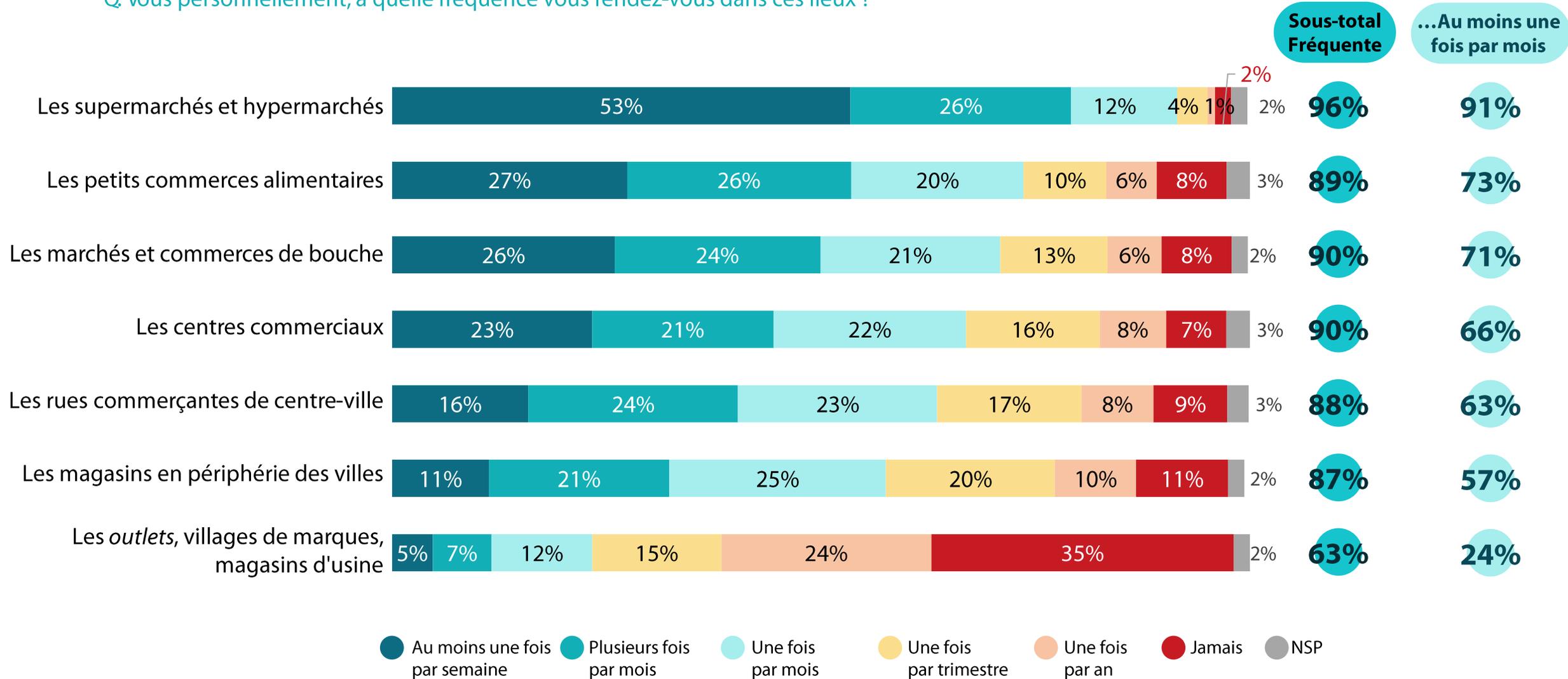
**01**

Le rapport des Français aux  
commerces physiques

# “ La fréquence de visite des commerces physiques

1063 personnes

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



# “ La fréquence de visite des commerces physiques



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

	% Au moins une fois par mois	Sexe		Age					Catégorie socioprofessionnelle		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP+	CSP-	Inactif
Les supermarchés et hypermarchés	<b>91%</b>	93%	90%	87%	88%	91%	94%	93%	90%	91%	92%
Les petits commerces alimentaires	<b>73%</b>	76%	72%	69%	70%	72%	76%	78%	77%	71%	74%
Les marchés et commerces de bouche	<b>71%</b>	77%	66%	60%	73%	67%	73%	76%	75%	68%	72%
Les centres commerciaux	<b>66%</b>	71%	64%	71%	73%	65%	71%	61%	71%	69%	65%
Les rues commerçantes de centre-ville	<b>63%</b>	68%	60%	66%	70%	55%	66%	65%	65%	62%	65%
Les magasins en périphérie des villes	<b>57%</b>	65%	51%	70%	65%	60%	55%	49%	57%	63%	54%
Les <i>outlets</i> , villages de marques, magasins d'usine	<b>24%</b>	26%	21%	46%	44%	24%	17%	9%	35%	27%	13%

# “ La fréquence de visite des commerces physiques



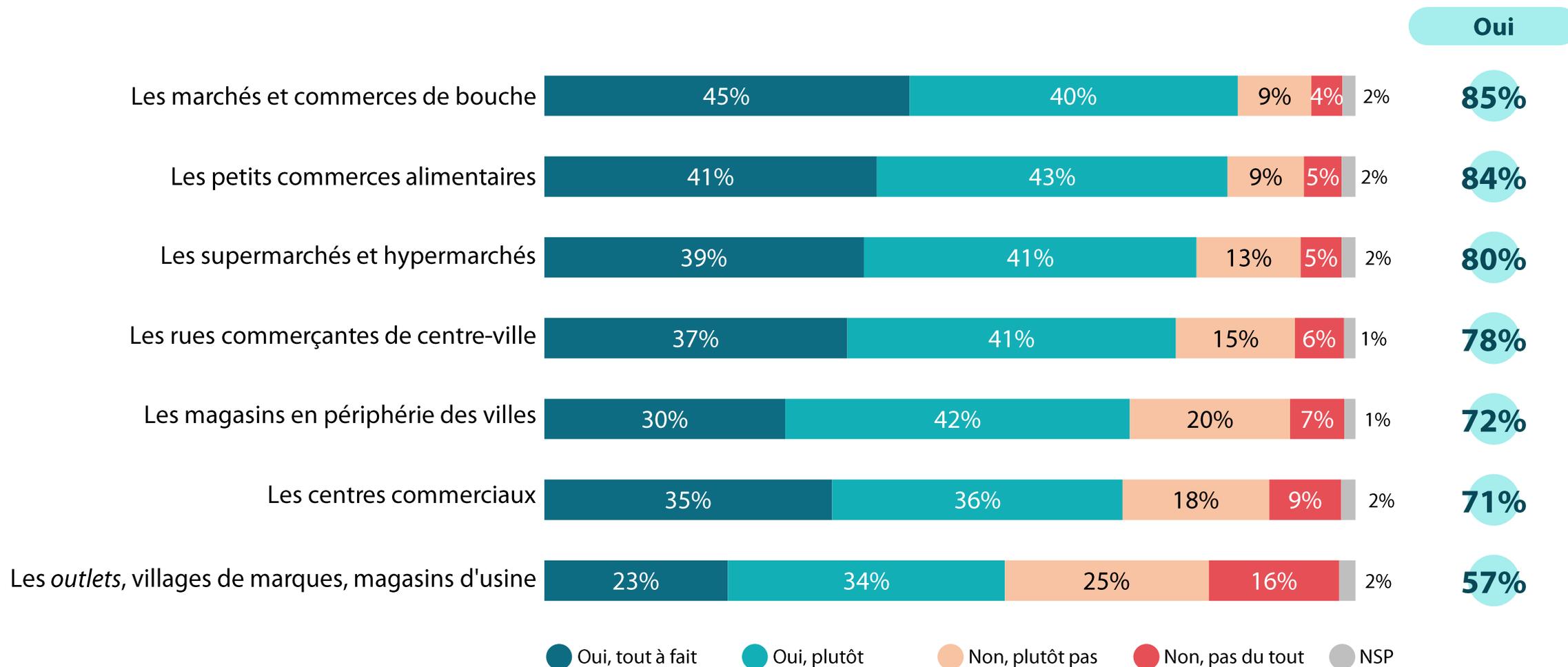
Q. Vous personnellement, à quelle fréquence vous rendez-vous dans ces lieux ?

	% Au moins une fois par mois	Région		Catégorie d'agglomération					Habite près d'un centre commercial	
		Ile-de-France	Province	Commune rurale	2 000 à 19 999 habitants	20 000 à 99 999 habitants	100 000 habitants et plus	Agglomération parisienne	Oui	Non
Les supermarchés et hypermarchés	<b>91%</b>	89%	92%	91%	95%	93%	91%	88%	92%	91%
Les petits commerces alimentaires	<b>73%</b>	76%	73%	67%	75%	74%	76%	76%	79%	67%
Les marchés et commerces de bouche	<b>71%</b>	77%	69%	65%	70%	72%	71%	79%	75%	67%
Les centres commerciaux	<b>66%</b>	70%	66%	63%	64%	68%	70%	71%	79%	53%
Les rues commerçantes de centre-ville	<b>63%</b>	74%	61%	54%	63%	64%	64%	75%	68%	59%
Les magasins en périphérie des villes	<b>57%</b>	52%	59%	57%	63%	62%	57%	50%	64%	51%
Les <i>outlets</i> , villages de marques, magasins d'usine	<b>24%</b>	30%	22%	18%	21%	24%	24%	31%	31%	13%

# “ Le plaisir de retrouver les commerces physiques



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



# “ Le plaisir de retrouver les commerces physiques



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

	% Oui	Sexe		Age					Catégorie socioprofessionnelle		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP+	CSP-	Inactif
Les marchés et commerces de bouche	<b>85%</b>	89%	83%	79%	83%	84%	90%	86%	86%	87%	85%
Les petits commerces alimentaires	<b>84%</b>	86%	83%	83%	82%	82%	89%	85%	86%	83%	85%
Les supermarchés et hypermarchés	<b>80%</b>	83%	79%	75%	84%	76%	85%	81%	75%	83%	82%
Les rues commerçantes de centre-ville	<b>78%</b>	80%	76%	74%	75%	78%	84%	76%	77%	81%	78%
Les magasins en périphérie des villes	<b>72%</b>	73%	71%	76%	83%	67%	72%	69%	68%	77%	71%
Les centres commerciaux	<b>71%</b>	73%	70%	77%	77%	69%	71%	69%	69%	75%	71%
Les <i>outlets</i> , villages de marques, magasins d'usine	<b>57%</b>	57%	57%	73%	68%	59%	56%	44%	61%	62%	50%

# “ Le plaisir de retrouver les commerces physiques



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

	% Oui	Région		Catégorie d'agglomération					Habite près d'un centre commercial	
		Ile-de-France	Province	Commune rurale	2 000 à 19 999 habitants	20 000 à 99 999 habitants	100 000 habitants et plus	Agglomération parisienne	Oui	Non
Les marchés et commerces de bouche	<b>85%</b>	90%	84%	87%	83%	82%	86%	89%	88%	82%
Les petits commerces alimentaires	<b>84%</b>	87%	83%	83%	84%	81%	85%	87%	87%	81%
Les supermarchés et hypermarchés	<b>80%</b>	84%	80%	79%	80%	81%	79%	84%	84%	77%
Les rues commerçantes de centre-ville	<b>78%</b>	84%	76%	75%	75%	80%	78%	83%	83%	72%
Les magasins en périphérie des villes	<b>72%</b>	71%	72%	72%	69%	76%	74%	70%	77%	68%
Les centres commerciaux	<b>71%</b>	77%	70%	68%	66%	72%	73%	77%	79%	63%
Les <i>outlets</i> , villages de marques, magasins d'usine	<b>57%</b>	60%	56%	55%	50%	57%	60%	61%	64%	48%

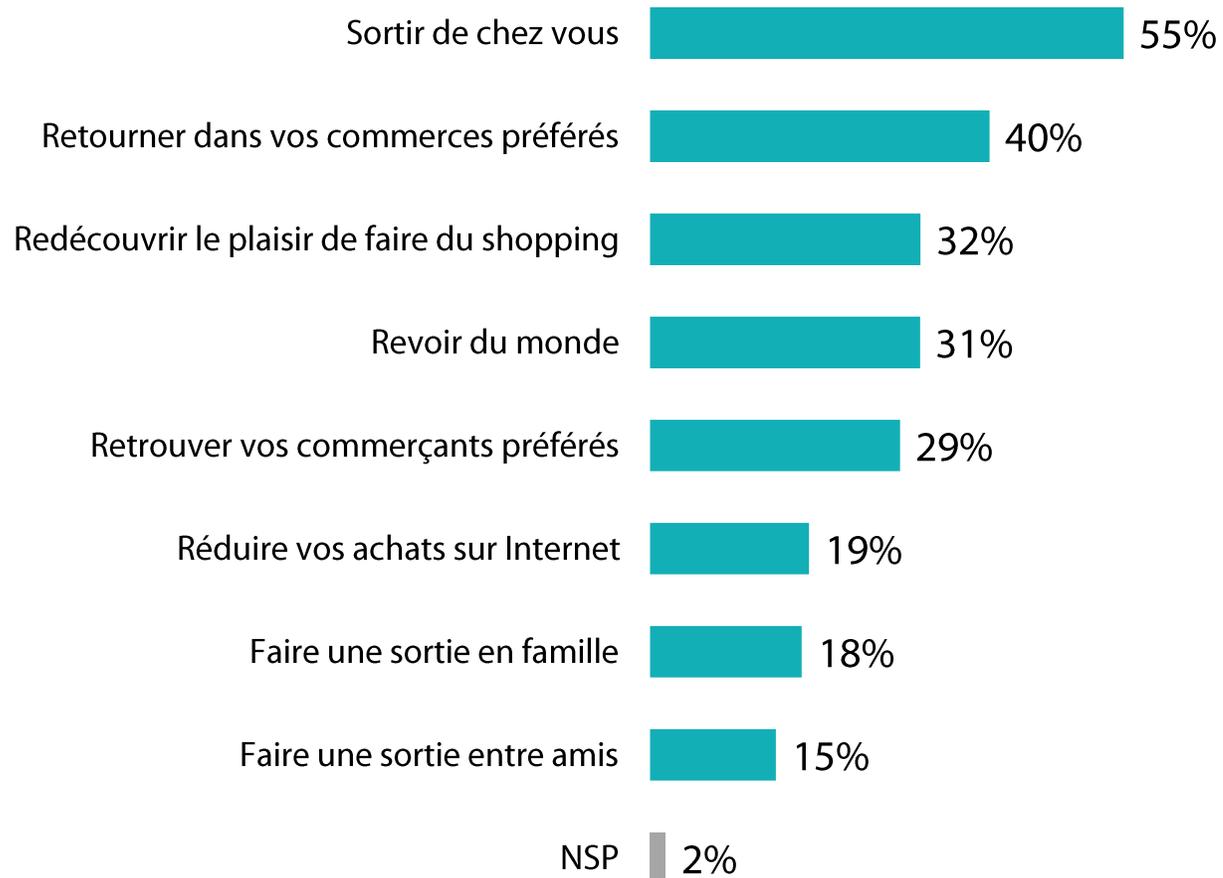


# La réouverture des commerces physiques



Q. La réouverture des commerces physiques a été pour vous l'occasion de...?

Plusieurs réponses possibles, total supérieur à 100%





# La réouverture des commerces physiques



Q. La réouverture des commerces physiques a été pour vous l'occasion de...?

Plusieurs réponses possibles, total supérieur à 100%

	% Total	Sexe		Age					Catégorie socioprofessionnelle		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP+	CSP-	Inactif
Sortir de chez vous	<b>55%</b>	52%	58%	53%	60%	50%	58%	56%	49%	57%	57%
Retourner dans vos commerces préférés	<b>40%</b>	42%	38%	33%	25%	35%	44%	50%	36%	35%	46%
Redécouvrir le plaisir de faire du shopping	<b>32%</b>	28%	35%	40%	28%	32%	36%	27%	33%	31%	31%
Revoir du monde	<b>31%</b>	33%	30%	32%	33%	28%	38%	28%	31%	33%	30%
Retrouver vos commerçants préférés	<b>29%</b>	32%	27%	19%	26%	23%	33%	37%	28%	28%	32%
Réduire vos achats sur Internet	<b>19%</b>	19%	18%	30%	26%	20%	14%	12%	26%	19%	14%
Faire une sortie en famille	<b>18%</b>	16%	19%	26%	26%	24%	14%	8%	20%	23%	12%
Faire une sortie entre amis	<b>15%</b>	13%	16%	36%	26%	13%	9%	6%	19%	15%	11%



# La réouverture des commerces physiques



Q. La réouverture des commerces physiques a été pour vous l'occasion de...?

Plusieurs réponses possibles, total supérieur à 100%

	% Total	Région		Catégorie d'agglomération					Habite près d'un centre commercial	
		Ile-de-France	Province	Commune rurale	2 000 à 19 999 habitants	20 000 à 99 999 habitants	100 000 habitants et plus	Agglomération parisienne	Oui	Non
Sortir de chez vous	<b>55%</b>	52%	56%	57%	55%	49%	59%	51%	56%	55%
Retourner dans vos commerces préférés	<b>40%</b>	43%	39%	36%	41%	36%	40%	44%	42%	37%
Redécouvrir le plaisir de faire du shopping	<b>32%</b>	32%	31%	31%	30%	30%	34%	31%	35%	28%
Revoir du monde	<b>31%</b>	32%	31%	29%	32%	31%	33%	32%	35%	27%
Retrouver vos commerçants préférés	<b>29%</b>	31%	29%	26%	25%	34%	31%	31%	32%	26%
Réduire vos achats sur Internet	<b>19%</b>	22%	18%	19%	25%	17%	15%	20%	21%	15%
Faire une sortie en famille	<b>18%</b>	20%	17%	14%	18%	21%	17%	20%	22%	13%
Faire une sortie entre amis	<b>15%</b>	17%	14%	6%	10%	17%	20%	19%	20%	8%



# L'opinion sur les commerces physiques

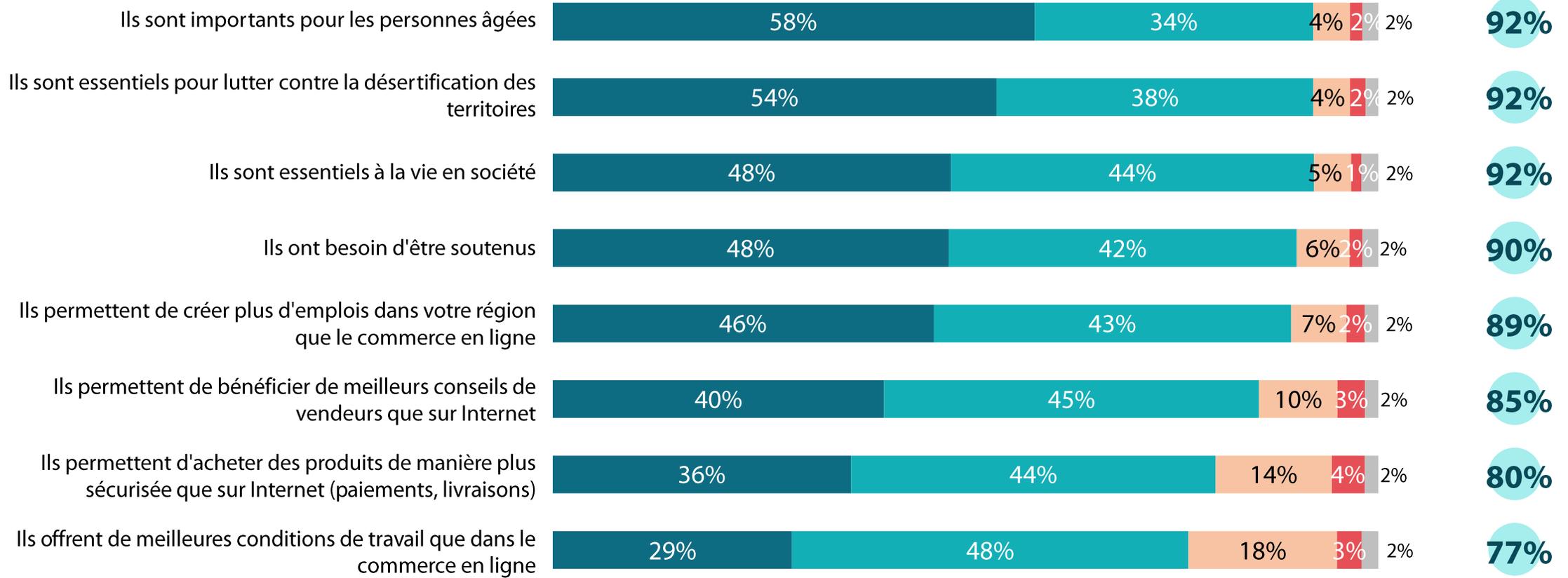


1063 personnes

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

(1/2)

D'accord



● Tout à fait d'accord 
 ● Plutôt d'accord 
 ● Plutôt pas d'accord 
 ● Pas du tout d'accord 
 ● NSP



# L'opinion sur les commerces physiques

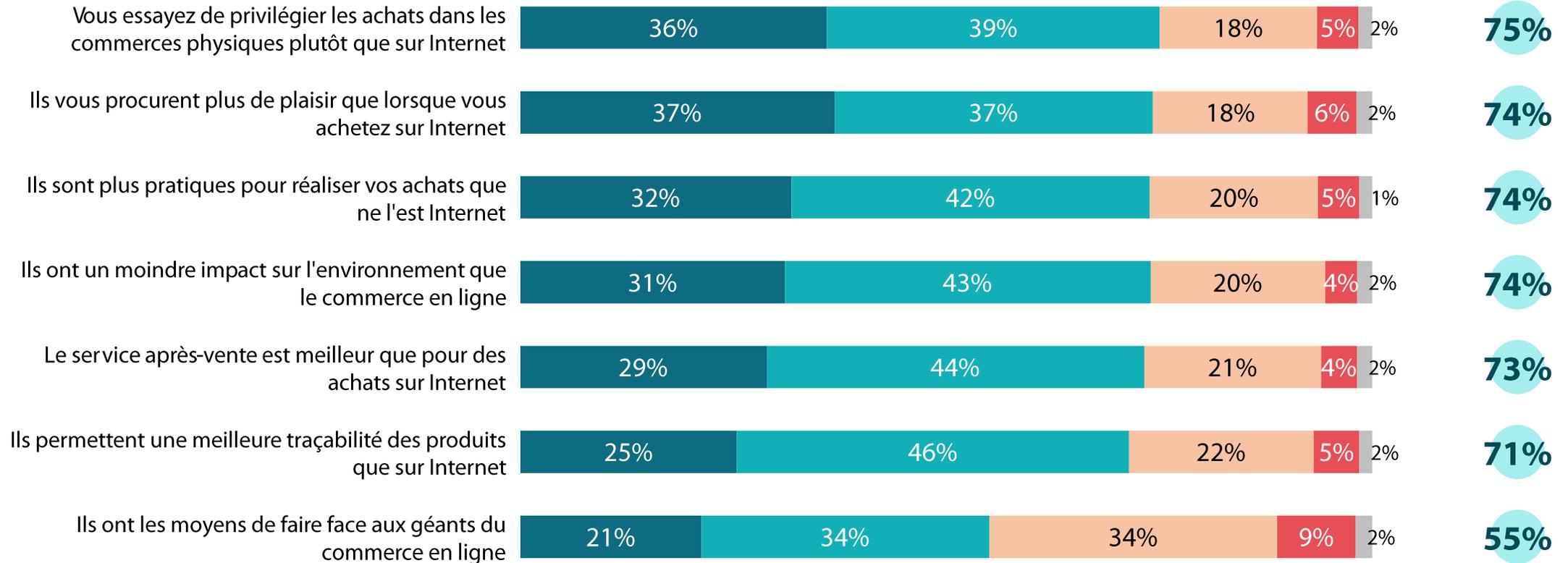


1063 personnes

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

(2/2)

% D'accord



● Tout à fait d'accord
 ● Plutôt d'accord
 ● Plutôt pas d'accord
 ● Pas du tout d'accord
 ● NSP



# L'opinion sur les commerces physiques



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

(1/2)	% D'accord	Sexe		Age					Catégorie socioprofessionnelle		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP+	CSP-	Inactif
Ils sont importants pour les personnes âgées	<b>92%</b>	92%	92%	78%	85%	94%	96%	97%	90%	91%	95%
Ils sont essentiels pour lutter contre la désertification des territoires	<b>92%</b>	94%	90%	84%	82%	94%	94%	97%	89%	91%	95%
Ils sont essentiels à la vie en société	<b>92%</b>	92%	92%	86%	87%	92%	95%	95%	90%	92%	94%
Ils ont besoin d'être soutenus	<b>90%</b>	90%	90%	79%	83%	91%	94%	94%	86%	91%	92%
Ils permettent de créer plus d'emplois dans votre région que le commerce en ligne	<b>89%</b>	90%	89%	87%	81%	91%	90%	93%	87%	88%	92%
Ils permettent de bénéficier de meilleurs conseils de vendeurs que sur Internet	<b>85%</b>	86%	86%	77%	81%	88%	85%	89%	87%	86%	85%
Ils permettent d'acheter des produits de manière plus sécurisée que sur Internet (paiements, livraisons)	<b>80%</b>	80%	80%	85%	77%	80%	81%	79%	78%	84%	81%
Ils offrent de meilleures conditions de travail que dans le commerce en ligne	<b>77%</b>	77%	77%	71%	74%	78%	75%	82%	74%	77%	80%



# L'opinion sur les commerces physiques



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

	(1/2)	% D'accord	Région		Catégorie d'agglomération				Habite près d'un centre commercial		
			Ile-de-France	Province	Commune rurale	2 000 à 19 999 habitants	20 000 à 99 999 habitants	100 000 habitants et plus	Agglomération parisienne	Oui	Non
Ils sont importants pour les personnes âgées		<b>92%</b>	92%	92%	91%	94%	95%	90%	92%	92%	92%
Ils sont essentiels pour lutter contre la désertification des territoires		<b>92%</b>	94%	92%	92%	92%	95%	90%	93%	94%	90%
Ils sont essentiels à la vie en société		<b>92%</b>	92%	93%	93%	91%	93%	92%	92%	93%	92%
Ils ont besoin d'être soutenus		<b>90%</b>	90%	91%	91%	91%	90%	90%	90%	90%	89%
Ils permettent de créer plus d'emplois dans votre région que le commerce en ligne		<b>89%</b>	87%	90%	87%	92%	87%	91%	89%	91%	86%
Ils permettent de bénéficier de meilleurs conseils de vendeurs que sur Internet		<b>85%</b>	84%	86%	85%	87%	87%	84%	85%	88%	83%
Ils permettent d'acheter des produits de manière plus sécurisée que sur Internet (paiements, livraisons)		<b>80%</b>	81%	80%	80%	80%	75%	82%	82%	82%	78%
Ils offrent de meilleures conditions de travail que dans le commerce en ligne		<b>77%</b>	79%	77%	74%	76%	80%	78%	80%	81%	73%



# L'opinion sur les commerces physiques



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

	(2/2) % D'accord	Sexe		Age					Catégorie socioprofessionnelle		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP+	CSP-	Inactif
Vous essayez de privilégier les achats dans les commerces physiques plutôt que sur Internet	<b>75%</b>	76%	75%	74%	72%	70%	76%	81%	72%	74%	80%
Ils vous procurent plus de plaisir que lorsque vous achetez sur Internet	<b>74%</b>	76%	73%	64%	74%	71%	76%	80%	75%	71%	77%
Ils sont plus pratiques pour réaliser vos achats que ne l'est Internet	<b>74%</b>	75%	72%	71%	69%	71%	76%	78%	70%	74%	77%
Ils ont un moindre impact sur l'environnement que le commerce en ligne	<b>74%</b>	74%	74%	74%	73%	73%	75%	75%	76%	74%	71%
Le service après-vente est meilleur que pour des achats sur Internet	<b>73%</b>	73%	73%	68%	73%	73%	71%	78%	69%	76%	74%
Ils permettent une meilleure traçabilité des produits que sur Internet	<b>71%</b>	74%	69%	69%	72%	71%	71%	73%	70%	73%	71%
Ils ont les moyens de faire face aux géants du commerce en ligne	<b>55%</b>	54%	56%	70%	59%	55%	53%	49%	56%	59%	51%



# L'opinion sur les commerces physiques



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

	(2/2)	% D'accord	Région		Catégorie d'agglomération				Habite près d'un centre commercial		
			Ile-de-France	Province	Commune rurale	2 000 à 19 999 habitants	20 000 à 99 999 habitants	100 000 habitants et plus	Agglomération parisienne	Oui	Non
Vous essayez de privilégier les achats dans les commerces physiques plutôt que sur Internet		<b>75%</b>	76%	75%	74%	76%	72%	76%	78%	77%	72%
Ils vous procurent plus de plaisir que lorsque vous achetez sur Internet		<b>74%</b>	75%	74%	74%	73%	76%	73%	77%	76%	73%
Ils sont plus pratiques pour réaliser vos achats que ne l'est Internet		<b>74%</b>	78%	73%	73%	73%	74%	72%	79%	77%	70%
Ils ont un moindre impact sur l'environnement que le commerce en ligne		<b>74%</b>	70%	75%	69%	73%	79%	78%	71%	79%	68%
Le service après-vente est meilleur que pour des achats sur Internet		<b>73%</b>	71%	74%	75%	76%	72%	72%	69%	75%	70%
Ils permettent une meilleure traçabilité des produits que sur Internet		<b>71%</b>	71%	71%	71%	75%	72%	69%	72%	75%	68%
Ils ont les moyens de faire face aux géants du commerce en ligne		<b>55%</b>	64%	53%	49%	54%	54%	56%	63%	61%	48%



**02**

Les centres commerciaux comme sources d'émotion

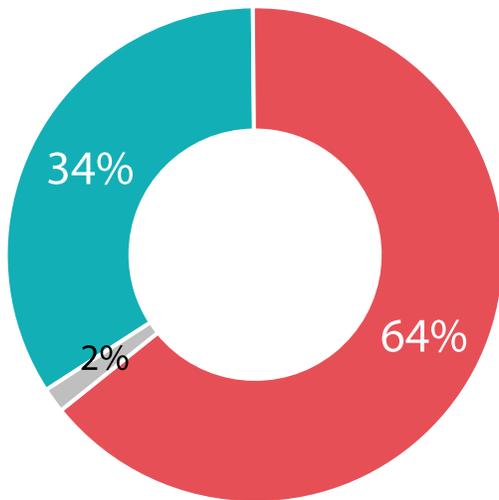
# “ Les souvenirs agréables associés aux centres commerciaux



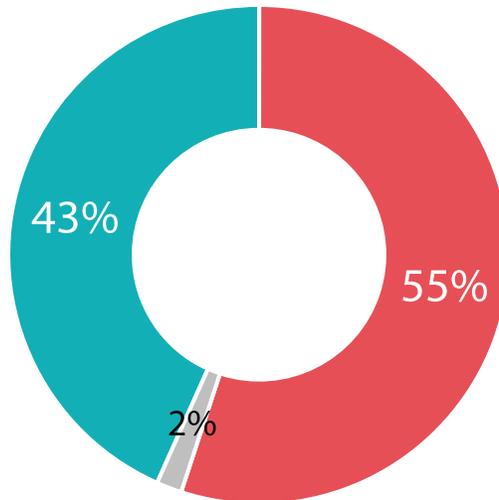
Q. Avez-vous des souvenirs agréables de moments passés dans les centres commerciaux ?

Dans votre...

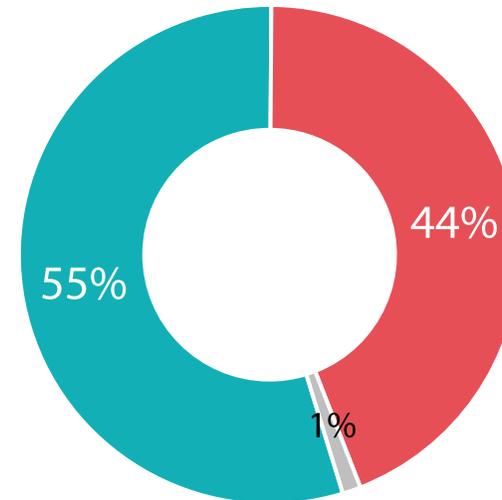
Petite enfance



Enfance



Adolescence



Oui Non NSP

**61%**  
Oui à au moins une des trois périodes



# Les souvenirs agréables associés aux centres commerciaux



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

	% Oui	Sexe		Age					Catégorie socioprofessionnelle		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP+	CSP-	Inactif
<b>Au moins une des trois périodes</b>	<b>61%</b>	<b>58%</b>	<b>63%</b>	<b>96%</b>	<b>77%</b>	<b>63%</b>	<b>59%</b>	<b>38%</b>	<b>68%</b>	<b>67%</b>	<b>51%</b>
Dans votre petite enfance	<b>34%</b>	34%	34%	66%	52%	37%	28%	14%	42%	37%	24%
Dans votre enfance	<b>43%</b>	43%	44%	67%	62%	48%	41%	22%	51%	48%	33%
Dans votre adolescence	<b>55%</b>	52%	57%	77%	69%	58%	55%	35%	60%	61%	45%

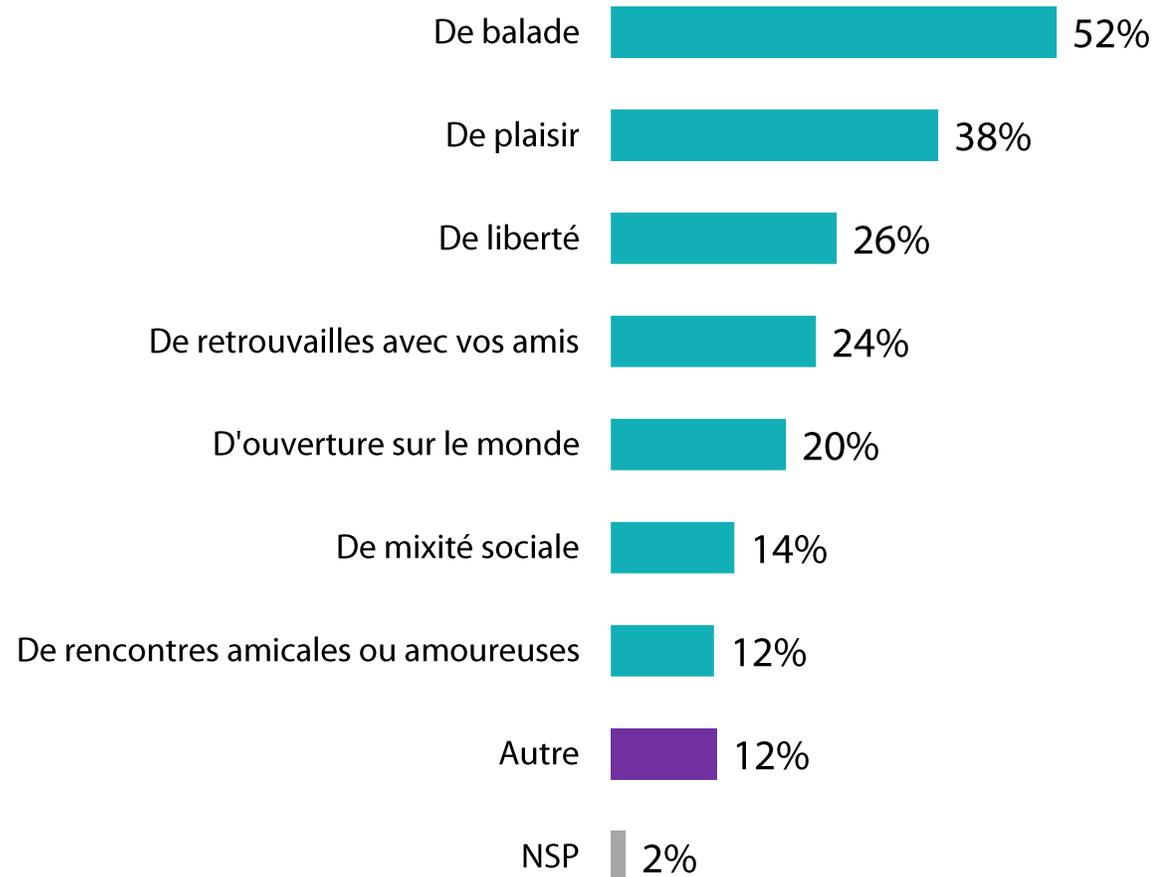
	% Oui	Région		Catégorie d'agglomération					Habite près d'un centre commercial	
		Ile-de-France	Province	Commune rurale	2 000 à 19 999 habitants	20 000 à 99 999 habitants	100 000 habitants et plus	Agglomération parisienne	Oui	Non
<b>Au moins une des trois périodes</b>	<b>61%</b>	<b>62%</b>	<b>60%</b>	<b>58%</b>	<b>60%</b>	<b>57%</b>	<b>63%</b>	<b>63%</b>	<b>69%</b>	<b>51%</b>
Dans votre petite enfance	<b>34%</b>	35%	34%	29%	30%	32%	39%	37%	43%	23%
Dans votre enfance	<b>43%</b>	44%	43%	40%	43%	38%	48%	45%	51%	34%
Dans votre adolescence	<b>55%</b>	57%	54%	53%	56%	53%	55%	58%	63%	45%

# “ La perception des centres commerciaux dans la jeunesse

1063 personnes

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

Plusieurs réponses possibles, total supérieur à 100%



# “ La perception des centres commerciaux dans la jeunesse



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

Plusieurs réponses possibles, total supérieur à 100%

	% Total	Sexe		Age					Catégorie socioprofessionnelle		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP+	CSP-	Inactif
De balade	<b>52%</b>	51%	53%	54%	50%	59%	54%	44%	57%	53%	47%
De plaisir	<b>38%</b>	35%	41%	54%	53%	40%	38%	22%	39%	45%	32%
De liberté	<b>26%</b>	29%	24%	33%	36%	23%	28%	21%	28%	26%	23%
De retrouvailles avec vos amis	<b>24%</b>	21%	27%	36%	31%	25%	22%	15%	28%	27%	18%
D'ouverture sur le monde	<b>20%</b>	22%	19%	24%	14%	17%	24%	22%	16%	19%	23%
De mixité sociale	<b>14%</b>	16%	13%	20%	16%	13%	13%	14%	14%	14%	14%
De rencontres amicales ou amoureuses	<b>12%</b>	12%	12%	17%	18%	12%	12%	7%	17%	11%	9%
Autre	<b>12%</b>	13%	12%	2%	6%	7%	12%	25%	8%	6%	19%

# “ La perception des centres commerciaux dans la jeunesse



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

Plusieurs réponses possibles, total supérieur à 100%

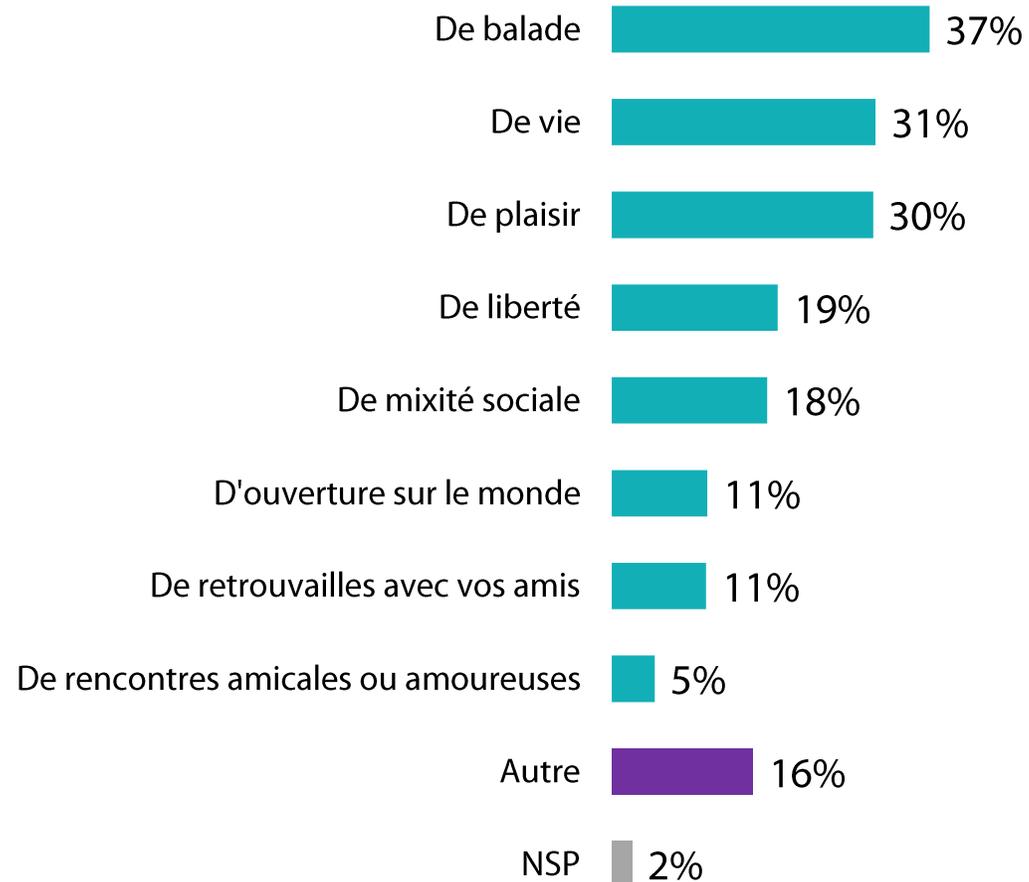
	% Total	Région		Catégorie d'agglomération					Habite près d'un centre commercial	
		Ile-de-France	Province	Commune rurale	2 000 à 19 999 habitants	20 000 à 99 999 habitants	100 000 habitants et plus	Agglomération parisienne	Oui	Non
De balade	<b>52%</b>	51%	52%	51%	59%	50%	52%	48%	53%	51%
De plaisir	<b>38%</b>	36%	39%	37%	34%	40%	43%	35%	43%	33%
De liberté	<b>26%</b>	30%	26%	21%	28%	24%	29%	29%	30%	22%
De retrouvailles avec vos amis	<b>24%</b>	28%	23%	22%	26%	23%	22%	29%	25%	22%
D'ouverture sur le monde	<b>20%</b>	19%	21%	20%	22%	23%	19%	19%	21%	19%
De mixité sociale	<b>14%</b>	17%	14%	11%	13%	14%	16%	18%	18%	10%
De rencontres amicales ou amoureuses	<b>12%</b>	13%	12%	10%	15%	9%	13%	13%	12%	12%
Autre	<b>12%</b>	12%	12%	13%	11%	10%	14%	12%	9%	17%

# “ La perception des centres commerciaux aujourd’hui

1063 personnes

Q. Et aujourd'hui, les centres commerciaux représentent pour vous un lieu... ?

Plusieurs réponses possibles, total supérieur à 100%



# “ La perception des centres commerciaux aujourd’hui



Q. Et aujourd'hui, les centres commerciaux représentent pour vous un lieu... ?

Plusieurs réponses possibles, total supérieur à 100%

	% Total	Sexe		Age					Catégorie socioprofessionnelle		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP+	CSP-	Inactif
De balade	<b>37%</b>	34%	40%	44%	33%	38%	39%	34%	35%	40%	36%
De vie	<b>31%</b>	31%	30%	45%	35%	24%	28%	32%	34%	27%	32%
De plaisir	<b>30%</b>	27%	34%	45%	44%	32%	31%	16%	34%	34%	24%
De liberté	<b>19%</b>	22%	17%	30%	22%	14%	20%	18%	16%	22%	19%
De mixité sociale	<b>18%</b>	21%	16%	22%	24%	13%	19%	17%	16%	18%	19%
D'ouverture sur le monde	<b>11%</b>	12%	11%	12%	6%	11%	9%	16%	7%	10%	16%
De retrouvailles avec vos amis	<b>11%</b>	11%	11%	36%	18%	9%	4%	6%	14%	9%	10%
De rencontres amicales ou amoureuses	<b>5%</b>	6%	4%	10%	9%	5%	5%	1%	7%	6%	2%
Autre	<b>16%</b>	18%	15%	4%	8%	13%	23%	24%	16%	12%	20%

# “ La perception des centres commerciaux aujourd’hui



Q Et aujourd'hui, les centres commerciaux représentent pour vous un lieu... ?

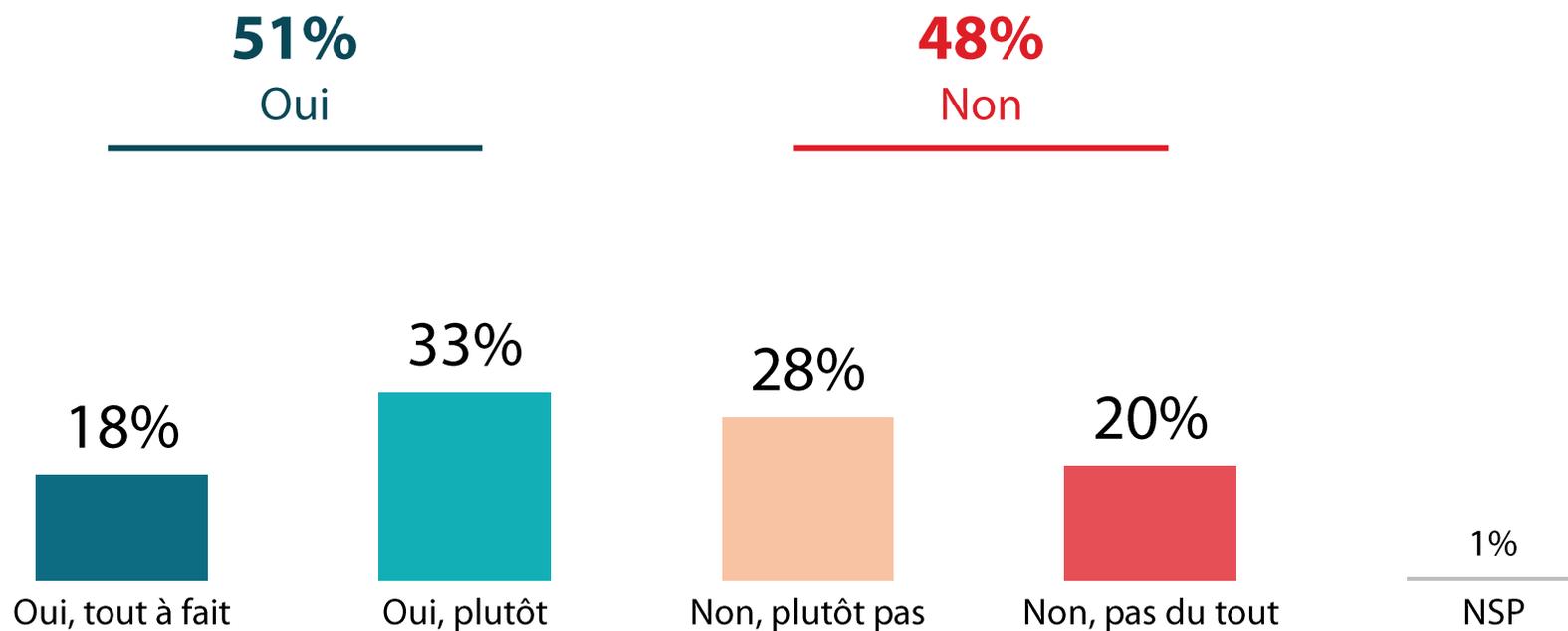
Plusieurs réponses possibles, total supérieur à 100%

	% Total	Région		Catégorie d'agglomération					Habite près d'un centre commercial	
		Ile-de-France	Province	Commune rurale	2 000 à 19 999 habitants	20 000 à 99 999 habitants	100 000 habitants et plus	Agglomération parisienne	Oui	Non
De balade	<b>37%</b>	37%	37%	37%	34%	35%	40%	37%	37%	37%
De vie	<b>31%</b>	24%	32%	23%	37%	36%	35%	22%	37%	23%
De plaisir	<b>30%</b>	32%	30%	27%	26%	30%	34%	33%	35%	25%
De liberté	<b>19%</b>	22%	19%	15%	17%	19%	24%	20%	24%	13%
De mixité sociale	<b>18%</b>	19%	18%	16%	13%	24%	18%	20%	20%	16%
D'ouverture sur le monde	<b>11%</b>	11%	11%	11%	11%	15%	11%	10%	13%	9%
De retrouvailles avec vos amis	<b>11%</b>	17%	10%	4%	9%	9%	13%	18%	13%	9%
De rencontres amicales ou amoureuses	<b>5%</b>	8%	4%	5%	5%	2%	4%	9%	7%	2%
Autre	<b>16%</b>	14%	17%	21%	19%	13%	15%	13%	11%	23%

# “ L'attachement à un ou plusieurs centres commerciaux



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



# “ L’attachement à un ou plusieurs centres commerciaux



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

	% Total	Sexe		Age					Catégorie socioprofessionnelle		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP+	CSP-	Inactif
<b>Oui</b>	<b>51%</b>	<b>51%</b>	<b>50%</b>	<b>70%</b>	<b>60%</b>	<b>50%</b>	<b>50%</b>	<b>41%</b>	<b>55%</b>	<b>52%</b>	<b>47%</b>
<i>Oui, tout à fait</i>	<b>18%</b>	19%	17%	37%	25%	15%	15%	14%	21%	16%	17%
<i>Oui, plutôt</i>	<b>33%</b>	32%	33%	33%	35%	35%	35%	27%	34%	36%	30%
<b>Non</b>	<b>48%</b>	<b>48%</b>	<b>49%</b>	<b>30%</b>	<b>38%</b>	<b>49%</b>	<b>50%</b>	<b>59%</b>	<b>44%</b>	<b>47%</b>	<b>53%</b>
<i>Non, plutôt pas</i>	<b>28%</b>	29%	28%	23%	23%	27%	30%	33%	25%	29%	31%
<i>Non, pas du tout</i>	<b>20%</b>	19%	21%	7%	15%	22%	20%	26%	19%	18%	22%

# “ L’attachement à un ou plusieurs centres commerciaux



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

	% Total	Région		Catégorie d'agglomération					Habite près d'un centre commercial	
		Ile-de-France	Province	Commune rurale	2 000 à 19 999 habitants	20 000 à 99 999 habitants	100 000 habitants et plus	Agglomération parisienne	Oui	Non
<b>Oui</b>	<b>51%</b>	<b>55%</b>	<b>50%</b>	<b>44%</b>	<b>49%</b>	<b>53%</b>	<b>55%</b>	<b>54%</b>	<b>63%</b>	<b>36%</b>
<i>Oui, tout à fait</i>	<b>18%</b>	19%	18%	14%	16%	21%	21%	20%	25%	10%
<i>Oui, plutôt</i>	<b>33%</b>	36%	32%	30%	33%	32%	34%	34%	38%	26%
<b>Non</b>	<b>48%</b>	<b>45%</b>	<b>49%</b>	<b>55%</b>	<b>50%</b>	<b>47%</b>	<b>44%</b>	<b>46%</b>	<b>36%</b>	<b>64%</b>
<i>Non, plutôt pas</i>	<b>28%</b>	25%	29%	30%	30%	28%	28%	25%	25%	33%
<i>Non, pas du tout</i>	<b>20%</b>	20%	20%	25%	20%	19%	16%	21%	11%	31%



# 03

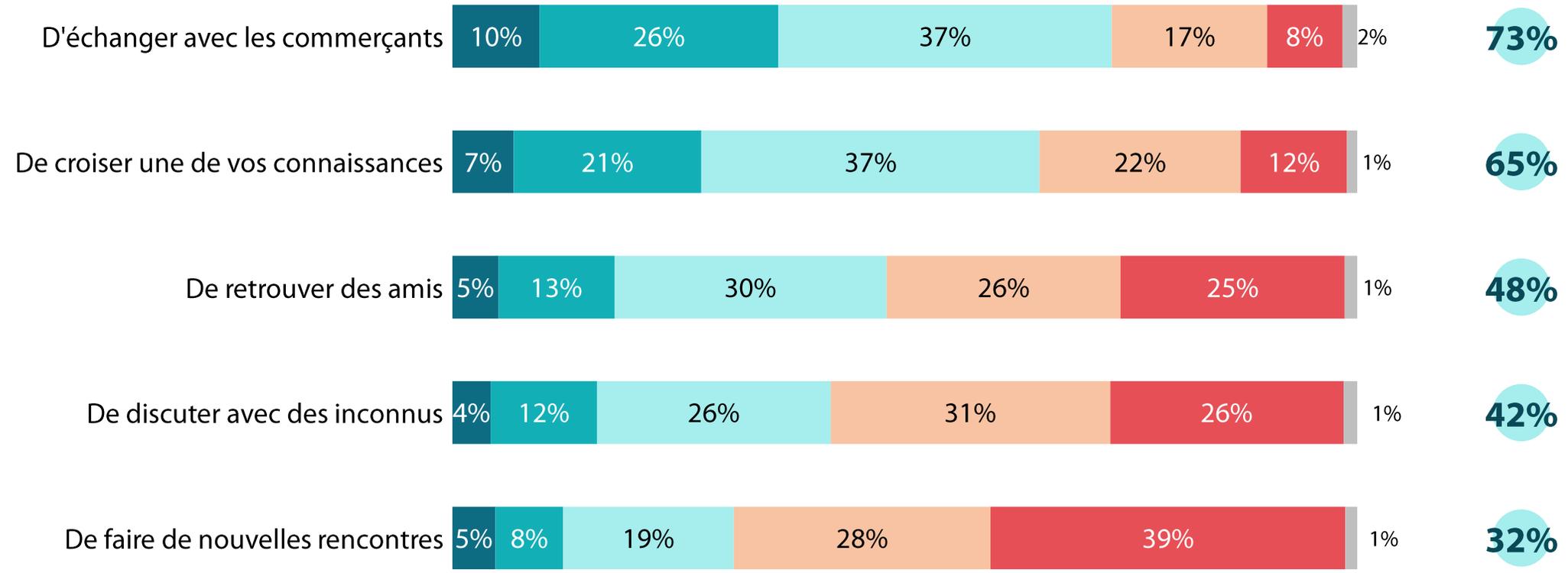
Les centres commerciaux  
comme lieu central de vie sociale

# La fréquence des rencontres et échanges dans les centres commerciaux

1063 personnes

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

Au moins occasionnellement



● Systématiquement ● Souvent ● Occasionnellement ● Rarement ● Jamais ● NSP

# “ La fréquence des rencontres et échanges dans les centres commerciaux



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

	% Au moins occasionnellement	Sexe		Age					Catégorie socioprofessionnelle		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP+	CSP-	Inactif
D'échanger avec les commerçants	<b>73%</b>	73%	72%	79%	75%	70%	77%	68%	72%	76%	72%
De croiser une de vos connaissances	<b>65%</b>	67%	63%	79%	70%	62%	63%	62%	60%	69%	65%
De retrouver des amis	<b>48%</b>	50%	46%	70%	61%	46%	45%	37%	51%	52%	44%
De discuter avec des inconnus	<b>42%</b>	46%	39%	52%	46%	40%	42%	38%	41%	47%	39%
De faire de nouvelles rencontres	<b>32%</b>	35%	27%	50%	44%	29%	27%	22%	32%	36%	26%

# La fréquence des rencontres et échanges dans les centres commerciaux



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

	% Au moins occasionnellement	Région		Catégorie d'agglomération					Habite près d'un centre commercial	
		Ile-de-France	Province	Commune rurale	2 000 à 19 999 habitants	20 000 à 99 999 habitants	100 000 habitants et plus	Agglomération parisienne	Oui	Non
D'échanger avec les commerçants	<b>73%</b>	70%	73%	73%	78%	71%	74%	68%	78%	67%
De croiser une de vos connaissances	<b>65%</b>	58%	66%	66%	69%	66%	65%	58%	73%	55%
De retrouver des amis	<b>48%</b>	50%	48%	44%	50%	51%	47%	50%	56%	39%
De discuter avec des inconnus	<b>42%</b>	39%	42%	42%	42%	40%	43%	40%	51%	32%
De faire de nouvelles rencontres	<b>32%</b>	30%	32%	31%	30%	27%	35%	30%	38%	22%



# 04

Les souhaits des Français quant à  
l'évolution des centres commerciaux

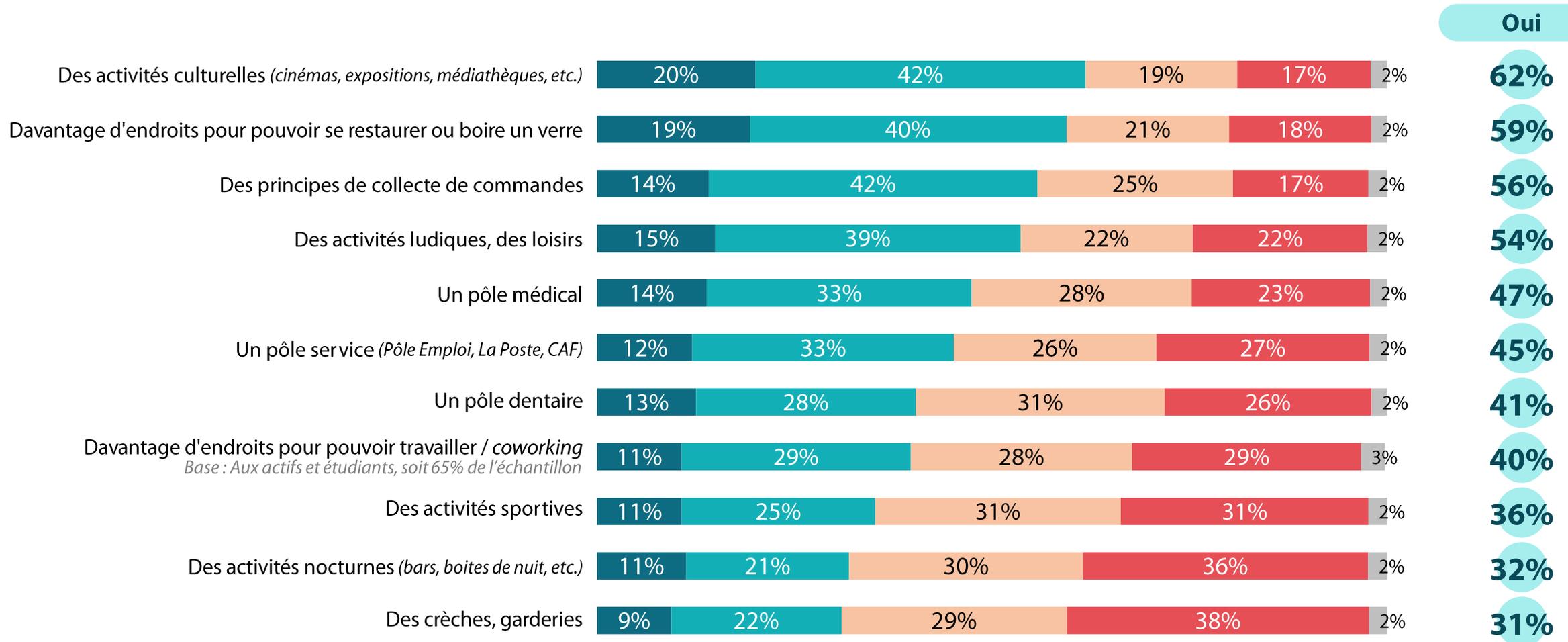


# Les éléments incitant à se rendre dans les centres commerciaux



1063 personnes

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



● Oui, certainement    ● Oui, probablement    ● Non, probablement pas    ● Non, certainement pas    ● NSP



# Les éléments incitant à se rendre dans les centres commerciaux



1063 personnes

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

	% Oui	Sexe		Age					Catégorie socioprofessionnelle		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP+	CSP-	Inactif
Des activités culturelles <i>(cinémas, expositions, médiathèques, etc.)</i>	<b>62%</b>	63%	61%	74%	72%	68%	58%	48%	68%	67%	53%
Davantage d'endroits pour pouvoir se restaurer ou boire un verre	<b>59%</b>	62%	58%	72%	74%	61%	60%	44%	62%	66%	52%
Des principes de collecte de commandes	<b>56%</b>	53%	58%	65%	67%	64%	56%	38%	62%	65%	44%
Des activités ludiques, des loisirs	<b>54%</b>	51%	56%	69%	71%	60%	52%	34%	59%	61%	43%
Un pôle médical	<b>47%</b>	46%	48%	51%	52%	54%	49%	37%	54%	52%	41%
Un pôle service <i>(Pôle Emploi, La Poste, CAF)</i>	<b>45%</b>	45%	45%	45%	53%	50%	47%	36%	48%	50%	40%
Un pôle dentaire	<b>41%</b>	40%	41%	40%	48%	48%	42%	28%	47%	45%	33%
Davantage d'endroits pour pouvoir travailler / <i>coworking</i> <i>Base : Aux actifs et étudiants, soit 65% de l'échantillon</i>	<b>40%</b>	41%	38%	67%	47%	34%	27%	12%	42%	34%	60%*
Des activités sportives	<b>36%</b>	37%	33%	60%	58%	41%	28%	14%	46%	43%	22%
Des activités nocturnes <i>(bars, boîtes de nuit, etc.)</i>	<b>32%</b>	33%	31%	54%	51%	36%	27%	13%	38%	40%	21%
Des crèches, garderies	<b>31%</b>	30%	31%	37%	53%	38%	25%	16%	42%	36%	18%



# Les éléments incitant à se rendre dans les centres commerciaux



1063 personnes

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

	% Oui	Région		Catégorie d'agglomération				Habite près d'un centre commercial		
		Ile-de-France	Province	Commune rurale	2 000 à 19 999 habitants	20 000 à 99 999 habitants	100 000 habitants et plus	Agglomération parisienne	Oui	Non
Des activités culturelles <i>(cinémas, expositions, médiathèques, etc.)</i>	<b>62%</b>	71%	60%	54%	59%	60%	65%	71%	70%	52%
Davantage d'endroits pour pouvoir se restaurer ou boire un verre	<b>59%</b>	58%	60%	59%	57%	58%	62%	60%	67%	51%
Des principes de collecte de commandes	<b>56%</b>	65%	54%	52%	50%	53%	59%	64%	62%	48%
Des activités ludiques, des loisirs	<b>54%</b>	55%	53%	51%	57%	49%	55%	55%	60%	46%
Un pôle médical	<b>47%</b>	58%	45%	48%	50%	45%	41%	58%	53%	41%
Un pôle service <i>(Pôle Emploi, La Poste, CAF)</i>	<b>45%</b>	52%	44%	45%	48%	39%	43%	51%	50%	40%
Un pôle dentaire	<b>41%</b>	49%	39%	37%	50%	38%	33%	48%	45%	35%
Davantage d'endroits pour pouvoir travailler / <i>coworking</i> <i>Base : Aux actifs et étudiants, soit 65% de l'échantillon</i>	<b>40%</b>	50%	37%	27%	39%	40%	42%	50%	50%	25%
Des activités sportives	<b>36%</b>	48%	32%	29%	32%	35%	33%	49%	43%	26%
Des activités nocturnes <i>(bars, boîtes de nuit, etc.)</i>	<b>32%</b>	35%	31%	24%	34%	32%	35%	35%	42%	20%
Des crèches, garderies	<b>31%</b>	35%	30%	26%	39%	31%	28%	34%	39%	23%

# WE ARE DIGITAL !

**Fondé en 2000 sur cette idée radicalement innovante pour l'époque, OpinionWay a été précurseur dans le renouvellement des pratiques de la profession des études marketing et d'opinion.**

Forte d'une croissance continue depuis sa création, l'entreprise n'a eu de cesse de s'ouvrir vers de nouveaux horizons pour mieux adresser toutes les problématiques marketing et sociétales, en intégrant à ses méthodologies le Social Média Intelligence, l'exploitation de la smart data, les dynamiques créatives de co-construction, les approches communautaires et le storytelling.

Aujourd'hui OpinionWay poursuit sa dynamique de croissance en s'implantant géographiquement sur des zones à fort potentiel que sont l'Europe de l'Est et l'Afrique.



## RENDRE LE MONDE INTELLIGIBLE POUR AGIR AUJOURD'HUI ET IMAGINER DEMAIN

**C'est la mission qui anime les collaborateurs d'OpinionWay et qui fonde la relation qu'ils tissent avec leurs clients.**

Le plaisir ressenti à apporter les réponses aux questions qu'ils se posent, à réduire l'incertitude sur les décisions à prendre, à tracker les insights pertinents et à co-construire les solutions d'avenir, nourrit tous les projets sur lesquels ils interviennent.

Cet enthousiasme associé à un véritable goût pour l'innovation et la transmission expliquent que nos clients expriment une haute satisfaction après chaque collaboration - 8,9/10, et un fort taux de recommandation – 3,88/4.

Le plaisir, l'engagement et la stimulation intellectuelle sont les trois mantras de nos interventions.





## RESTONS CONNECTÉS !

[www.opinion-way.com](http://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](mailto:equarre@opinion-way.com)

#### **Olga Rouaud**

Chargée d'études

[orouaud@opinion-way.com](mailto:orouaud@opinion-way.com)