

LES FRANÇAIS ET LES COMMERCES DE PROXIMITÉ

Artisans, commerçants, restaurateurs

VAGUE 4 – août 2024 – 2400424

VOS CONTACTS AU SEIN DU PÔLE SOCIETY DE CSA

- Julie Gaillot : julie.gaillot@csa.eu
- Camille Brun : camille.brun@csa.eu
- Lola Loyaté : lola.loyate@csa.eu



Les entreprises alimentaires
de proximité
Membre de l'U2P

Méthodologie

MODE DE RECUEIL

Questionnaire
auto-administré
en ligne via panel



DATES DE TERRAIN



CIBLE INTERROGÉE

Échantillon national
représentatif de
**2 518 Français âgés
de 18 ans et plus**

*La représentativité de
l'échantillon est assurée par la
méthode des quotas sur les
critères de sexe, d'âge, de
catégorie socioprofessionnelle,
de région et de taille
d'agglomération*

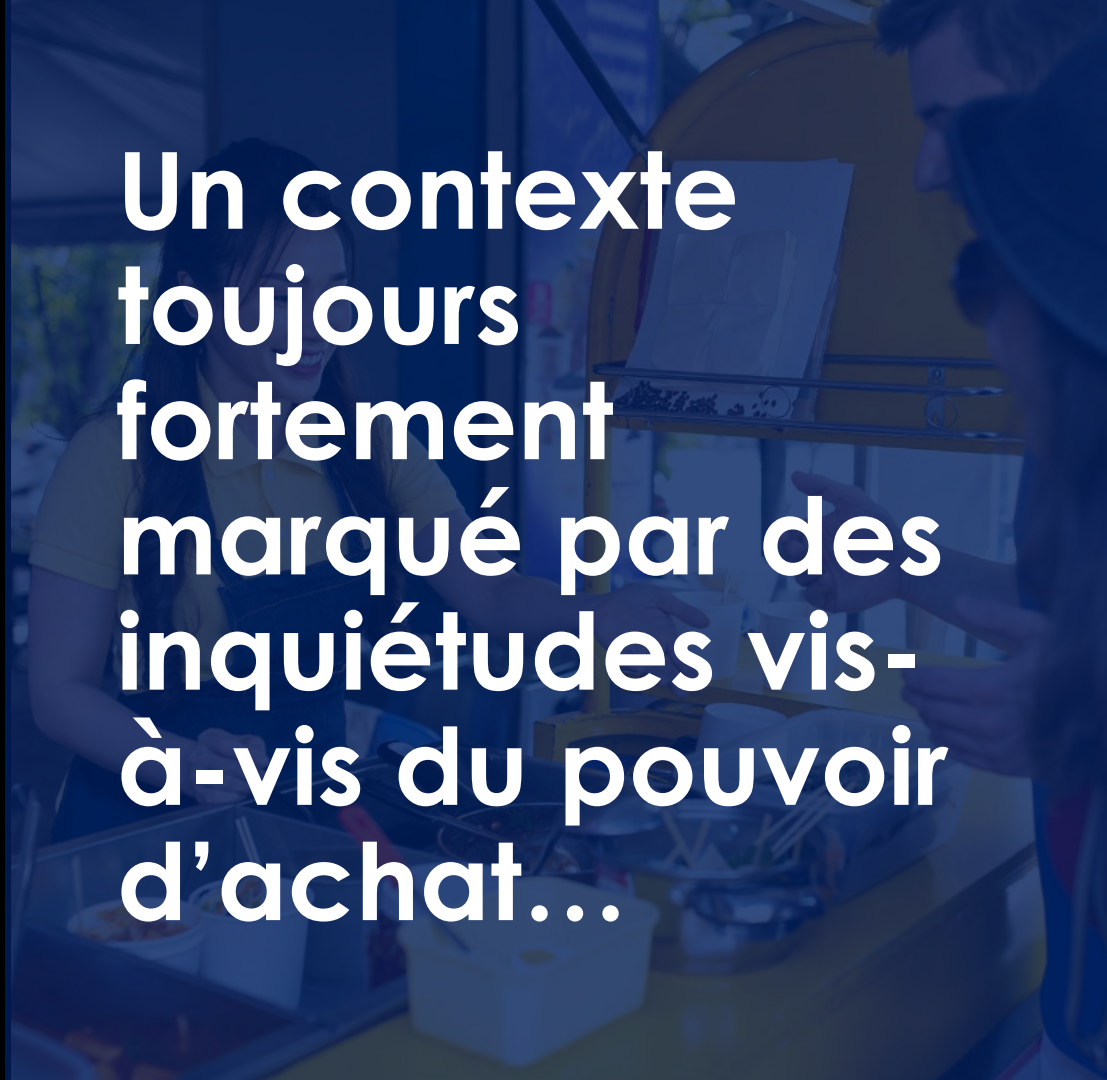
Les évolutions par rapport à 2022 sont indiquées :

- par des flèches rouges lorsque le score de 2024 est **significativement inférieur** à celui de 2022 ➡ (+/-x)
- et par des flèches bleues lorsque le score est **significativement supérieur** ➡ (+/-x)

(seuil de test minimum 95%)

PREMIÈRE PARTIE

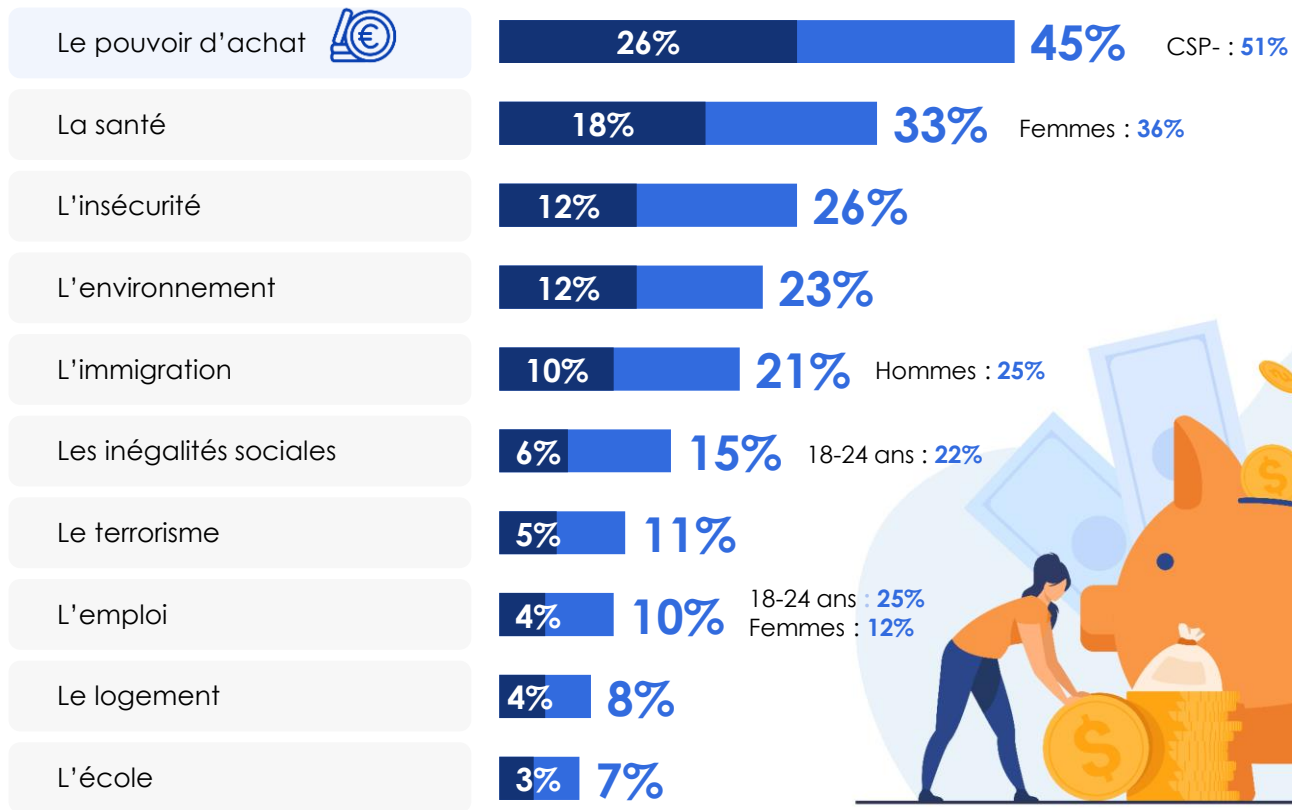
Un contexte
toujours
fortement
marqué par des
inquiétudes vis-
à-vis du pouvoir
d'achat...



Des Français toujours très préoccupés par les questions de pouvoir d'achat...

Q33. Parmi les sujets suivants, quels sont ceux qui vous préoccupent le plus personnellement... ? En premier ? et ensuite ?

Base : A tous (n=2518) – Deux réponses possibles – pas d'évolution, la liste des items ayant évolué en 2024.



■ En premier
■ Au total



... dans un contexte où, même si les choses semblent s'améliorer, plus d'un sur deux a vu son pouvoir d'achat diminué au cours des 12 derniers mois.

Q34. Au cours des 12 derniers mois, diriez-vous que votre pouvoir d'achat a... ?

Base : A tous (n=2518) – Une seule réponse possible

52% (-8pts) ↘

Agglo de plus de 100
000 habitants : 17%
CSP+ : 17%

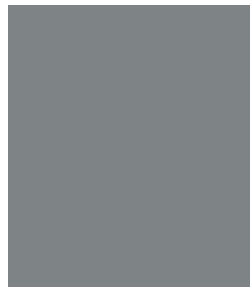
13% (=)



Plutôt
augmenté

Retraités : 59%
Communes
rurales : 59%

35% (+8pts) ↗



Est resté
stable



Pour faire face, pas d'autres solutions que de faire des économies sur les dépenses énergétiques (avec de plus en plus de Français qui réduisent leur consommation depuis 2022) & les loisirs.

Q35. Au cours des douze derniers mois, avez-vous... ?

Base : A tous (n=2518) – Une seule réponse possible par item

... réduit votre consommation énergétique : chauffage, électricité, eau chaude...



69% (+5pts) ↗

31%

... diminué vos dépenses de loisirs

66% (-2pts)

34%

... diminué vos sorties au restaurant, au café

62% (-3pts) ↘

38%

... diminué votre budget de vacances

56% (-1pt)

44%

... limité vos trajets en voiture / privilégié les transports en commun, le vélo

56% (-6pts) ↘

44%

... diminué vos achats de produits du quotidien

44% (-1pt)

56%

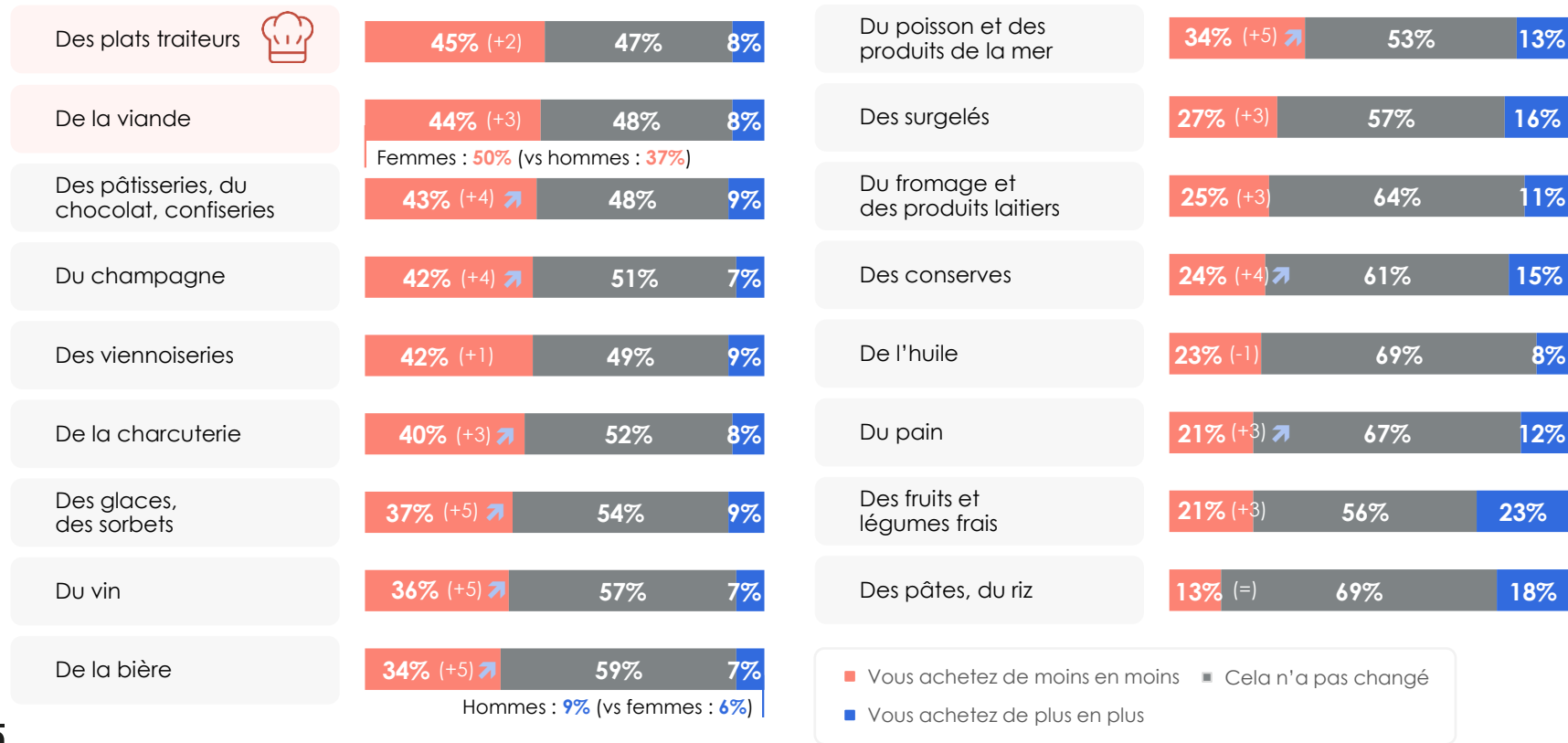


■ Oui
■ Non

Dans ce contexte, les restrictions semblent encore augmenter par rapport à 2022.

Q36. Au cours des douze derniers mois, diriez-vous que...

Base : A tous (n=2518) – Une seule réponse possible par item



DEUXIÈME PARTIE

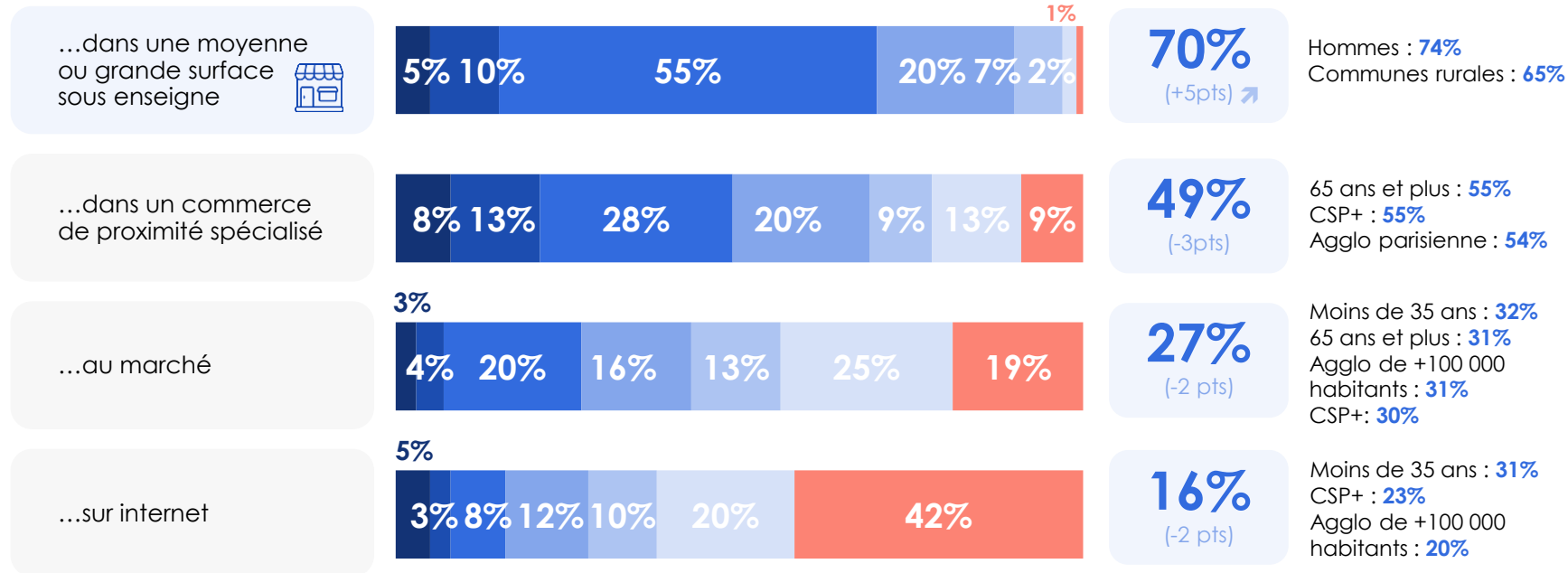
... qui va de pair
avec une baisse
de la fréquentation
des commerces
alimentaires de
proximité
spécialisés.

La fréquentation des enseignes de la grande consommation augmente fortement en 2024 alors que celle des autres types de commerces est en baisse.

Q1. Pour faire vos courses alimentaires, à quelle fréquence vous rendez-vous... ?

Base : A tous (n=2518) – Une seule réponse possible par item

Au moins une fois par semaine



■ Tous les jours ou presque
 ■ 3 à 4 fois semaine
 ■ 1 à 2 fois par semaine
 ■ Plusieurs fois par mois
 ■ 1 fois par mois
 ■ Moins souvent
 ■ Jamais

Seuls les achats sur internet semblent toujours bénéficier d'une dynamique positive.

Q2. Et toujours pour faire vos courses alimentaires, diriez-vous que vous vous rendez... ?

Base : A tous (n=2518) – Une seule réponse possible par item

Différentiel de fréquentation

(« Plus souvent » -
« Moins souvent »)

...sur internet



20%

12%

68%

+8

(+12 en 2022)

...dans un commerce
de proximité spécialisé

19%

22%

59%

-3

(+4 en 2022)

...dans une moyenne
ou grande surface
sous enseigne

17%

19%

64%

-2

(-4 en 2022)

...au marché

16%

24%

60%

-8

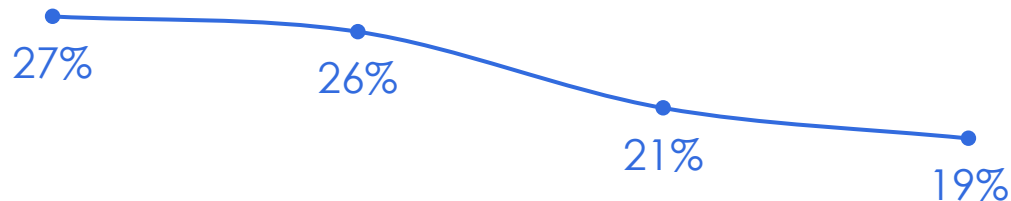
(-5 en 2022)

■ Plus souvent qu'il y a 5 ans ■ Moins souvent qu'il y a 5 ans ■ Ça n'a pas changé

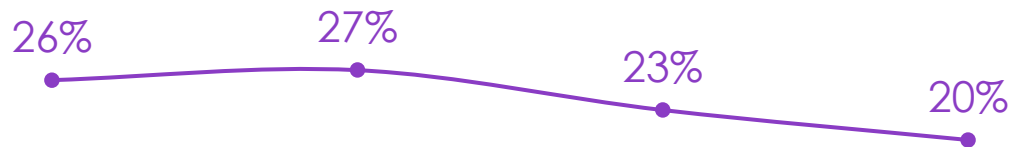


Même si la part de ceux qui s'y rendent plus souvent qu'il y a 5 ans est en baisse, tout comme pour les commerces de proximité.

ÉVOLUTION DU % FRÉQUENTATION « PLUS SOUVENT QU'IL Y A 5 ANS »



**Commerces
alimentaires de
proximités spécialisés**



**Course sur
Internet**

2018

2020

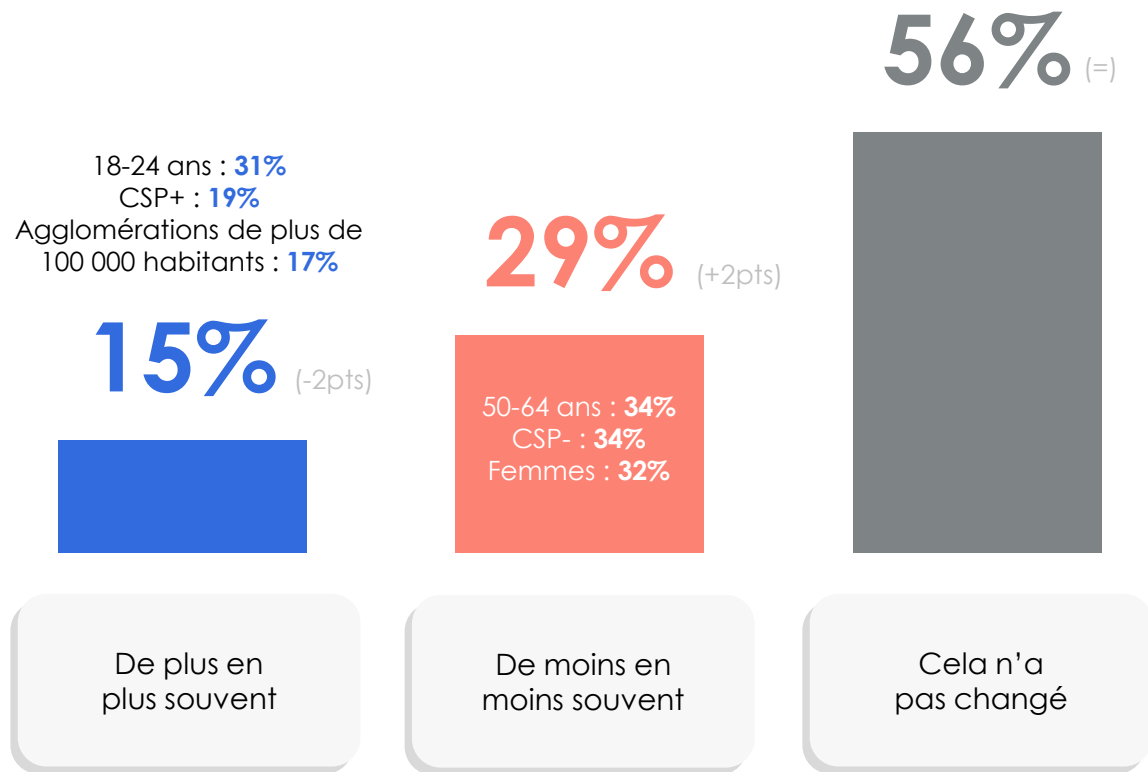
2022

2024

Une tendance que l'on retrouve également sur les douze derniers mois.

Q39. Au cours des 12 derniers mois, diriez-vous que vous vous rendez plus souvent, moins souvent, cela n'a pas changé chez vos commerçants/entreprises alimentaires de proximité spécialisées ?

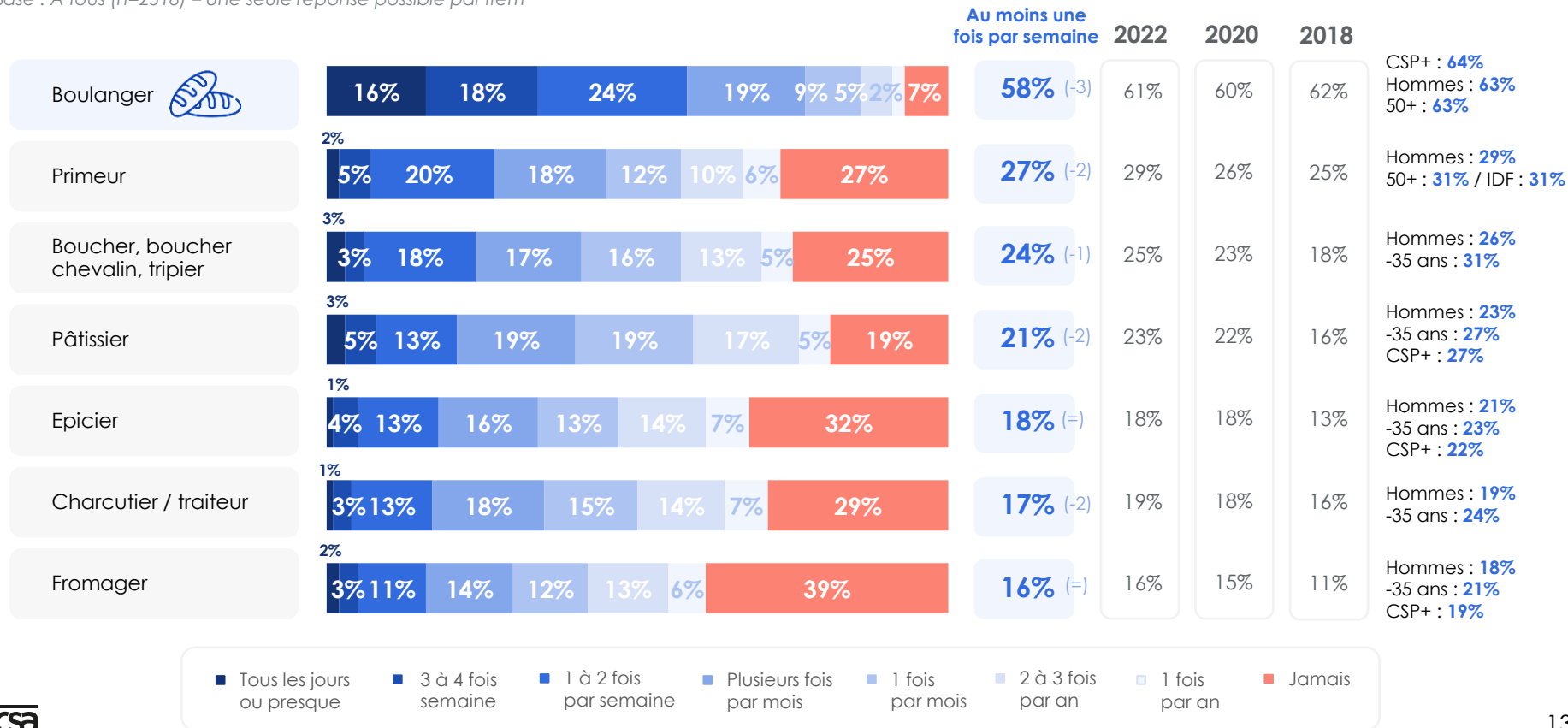
Base : A tous (n=2518) – Une seule réponse possible



Une baisse de fréquentation qui semble se généraliser...

Q4. A quelle fréquence vous rendez-vous chez les commerçants/entreprises alimentaires de proximité spécialisés suivants (en magasin ou sur le marché) ?

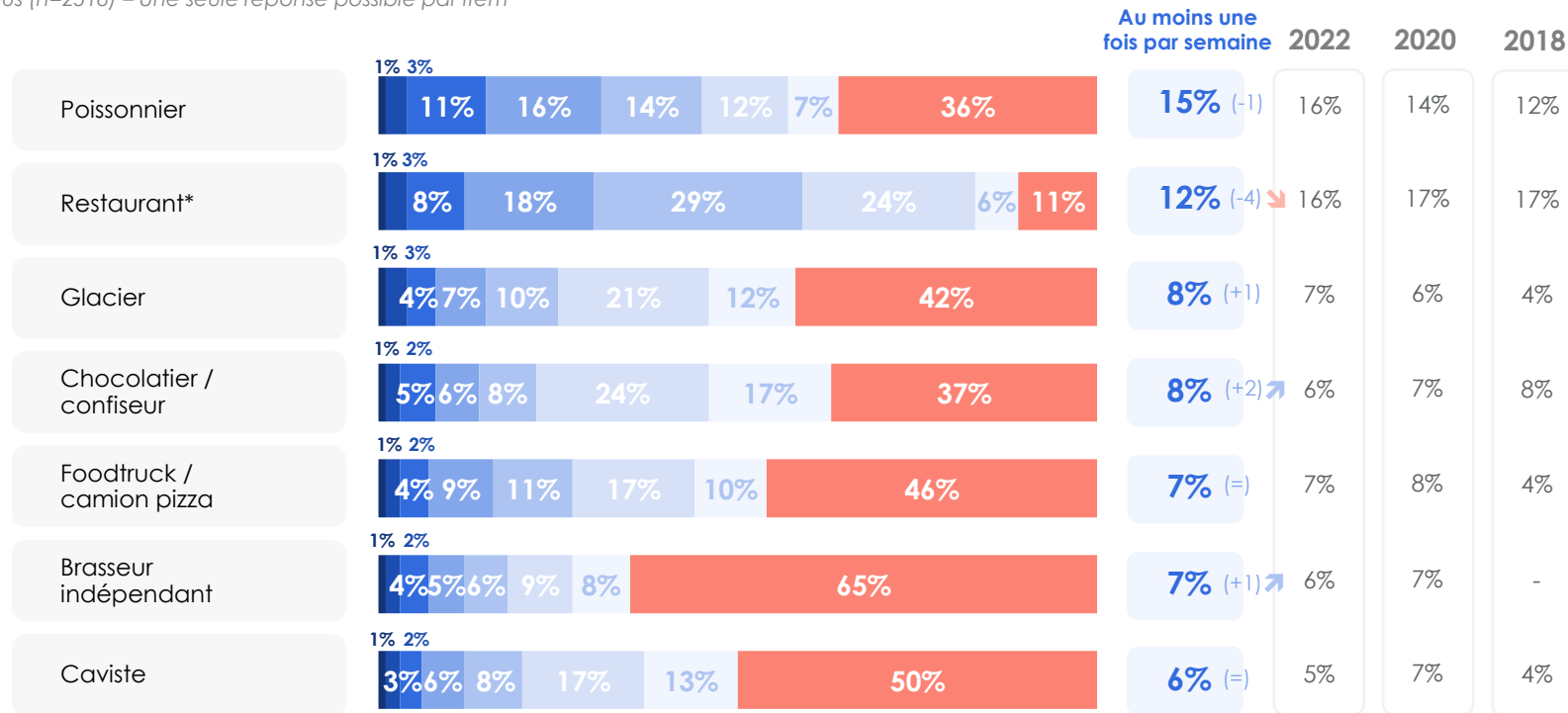
Base : A tous (n=2518) – Une seule réponse possible par item



... à deux exceptions près : les chocolatiers/confiseurs et les brasseurs indépendants.

Q4. A quelle fréquence vous rendez-vous chez les commerçants/entreprises alimentaires de proximité spécialisés suivants (en magasin ou sur le marché) ?

Base : A tous (n=2518) – Une seule réponse possible par item



*L'item dans les éditions précédentes était « café, restaurant »

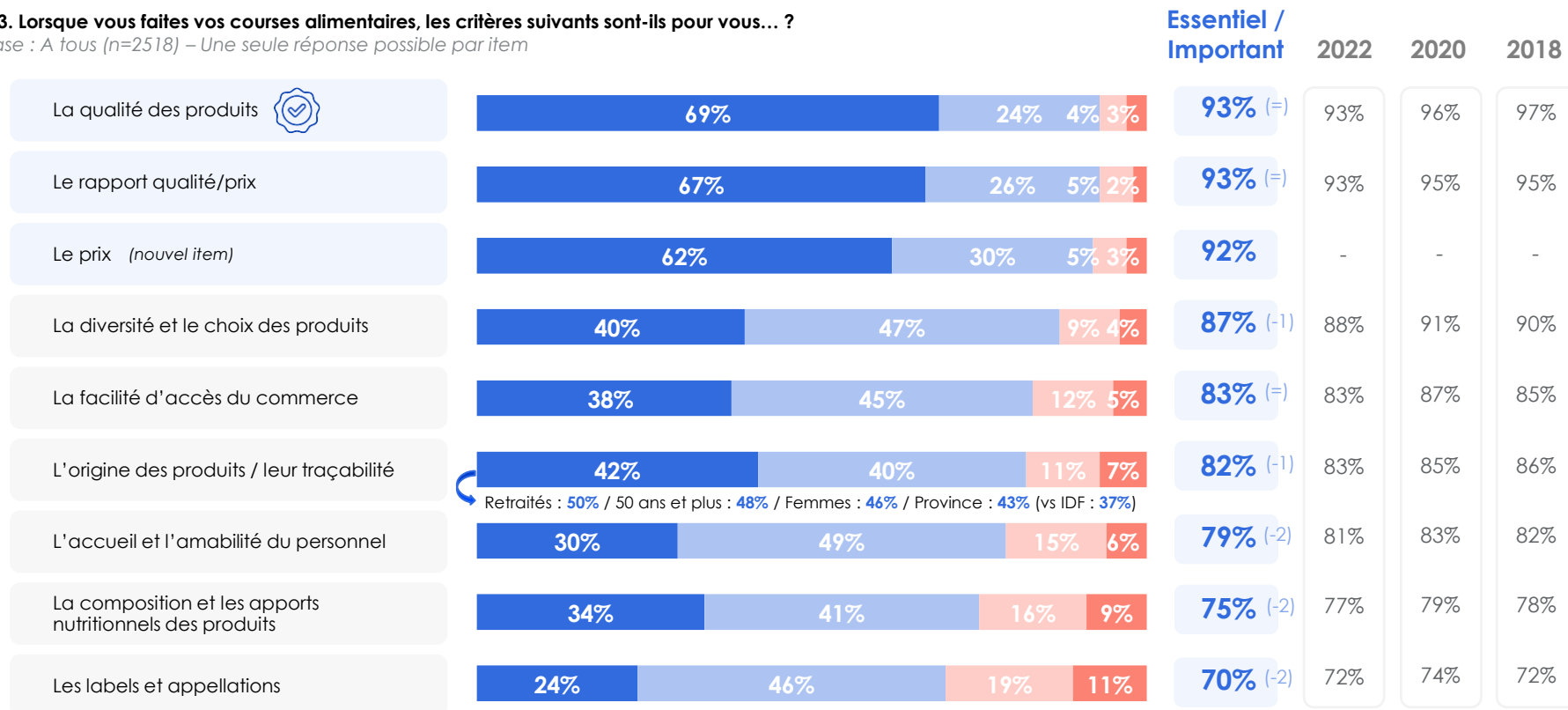
TROISIÈME PARTIE

Des Français à la recherche d'un équilibre entre qualité des produits et prix pour leurs achats alimentaires.

En lien avec cette baisse de fréquentation, les Français sont surtout attentifs à la qualité, au rapport qualité-prix et au prix.

Q3. Lorsque vous faites vos courses alimentaires, les critères suivants sont-ils pour vous... ?

Base : A tous (n=2518) – Une seule réponse possible par item

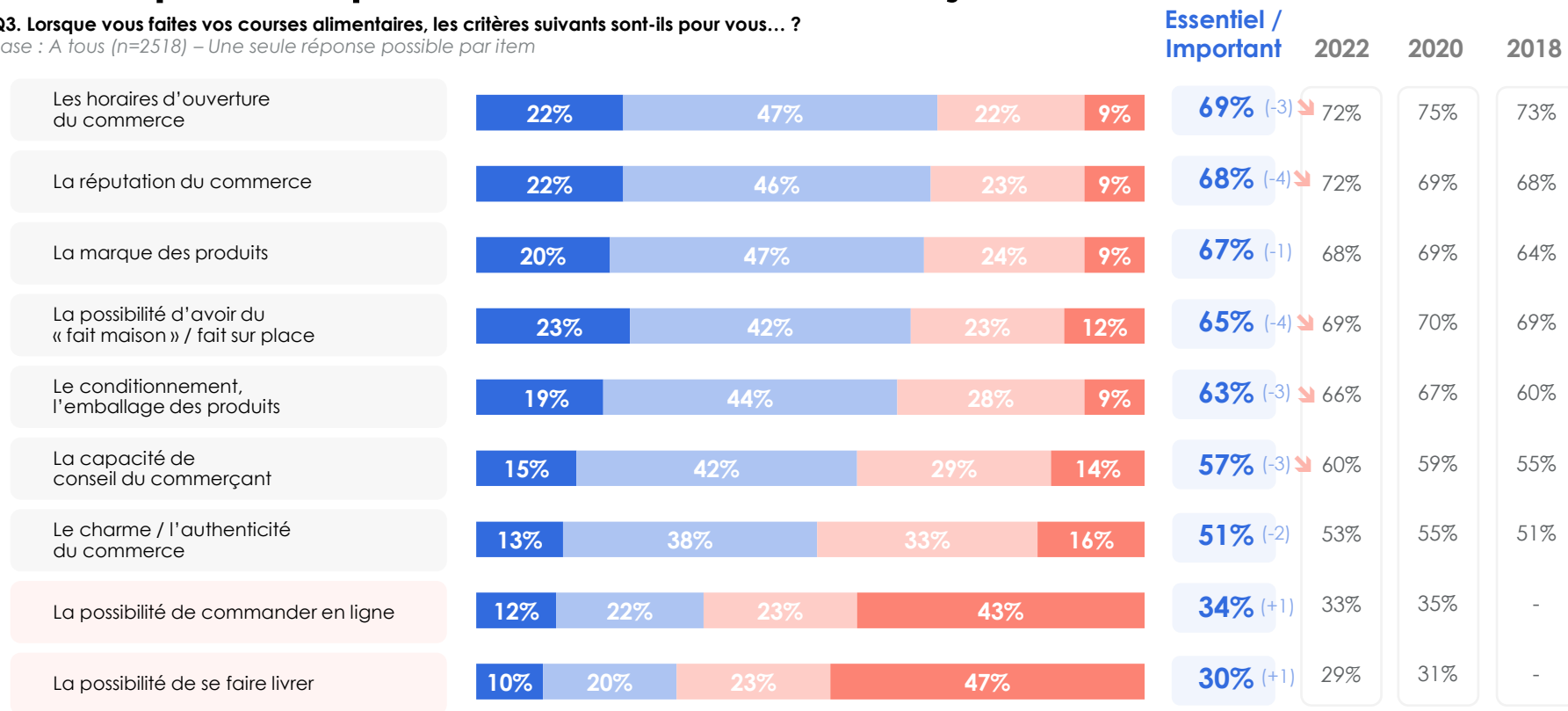


■ Essentiel / Prioritaire ■ Important mais pas prioritaire ■ Secondaire ■ Pas important du tout

La possibilité de commander en ligne ou de se faire livrer sont toujours en bas de tableau, des éléments toujours vus comme peu importants par les deux tiers des Français.

Q3. Lorsque vous faites vos courses alimentaires, les critères suivants sont-ils pour vous... ?

Base : A tous (n=2518) – Une seule réponse possible par item



■ Essentiel / Prioritaire ■ Important mais pas prioritaire ■ Secondaire ■ Pas important du tout

Les consommateurs sont particulièrement attentifs à l'origine de la viande ainsi que celle des fruits et légumes.

Q42. Et plus particulièrement, sur quels types de produit êtes-vous particulièrement attentifs à la provenance, à l'origine des produits que vous achetez ?

Base : A ceux qui considèrent l'origine des produits comme étant essentielle/importante (n=2085) – Plusieurs réponses possibles

Rappel

82%

Considèrent
l'origine
des produits
comme
étant
essentielle/
importante



La viande 

Les fruits

Les légumes

Le fromage, les produits laitiers

Le poisson et les produits de la mer

Les œufs

La charcuterie

Les produits traiteurs

Le vin

Les céréales

Les gâteaux, confiseries, miel, confitures...

Le chocolat

Les glaces

La bière

79%

74%

74%

60%

59%

57%

52%

30%

29%

21%

20%

17%

16%

13%



Même si la possibilité d'avoir du fait maison/fait sur place est moins prioritaire quand les Français font leurs achats, **une large majorité est toutefois sensible à l'indication du « fait maison » ou « fait sur place » lorsqu'ils se rendent dans un commerce.**

Q41. Quand vous vous rendez dans un commerce (restaurant, traiteur, pâtisserie...), l'indication « fait maison » ou « fait sur place » est-elle... ?

Base : A tous (n=2518) – Une seule réponse possible

Rappel

65% (-4)

Considèrent
comme prioritaire
ou important le
fait d'avoir du fait
maison/fait sur
place **QUAND ILS**

**FONT LEURS
COURSES
ALIMENTAIRES.**

40%

CSP+ : **44%**
Femmes : **43%**

50%

Ouvriers : **22%**
IDF : **12%**
Hommes : **12%**
Moins de 35 ans : **12%**

10%

Prioritaire

Important mais
pas prioritaire

Secondaire



Une indication qui met en valeur le savoir-faire des commerçants.

Q49. Pour quelles raisons l'indication « fait maison » ou « fait sur place » est-elle prioritaire/importante ? En premier ? Et en second ?

Base : A ceux dont l'indication « fait maison » ou « fait sur place » est importante ou prioritaire (n=2291) – Deux réponses possibles

Parce que vous appréciez le savoir-faire de votre commerçant

28%

51%

Retraité : 60%
50 ans et plus : 56%
Hommes : 54%

Parce que c'est meilleur

25%

50%

CSP- : 56%
Agglo parisienne : 55%

Parce qu'en choisissant ce professionnel vous voulez trouver du « fait maison »

24%

44%

Retraité : 51%
50 ans et plus : 51%
Province : 45%

Parce que c'est plus sain

22%

44%

Moins de 35 ans : 48%
Femmes : 47%

Une autre raison

1%

3%

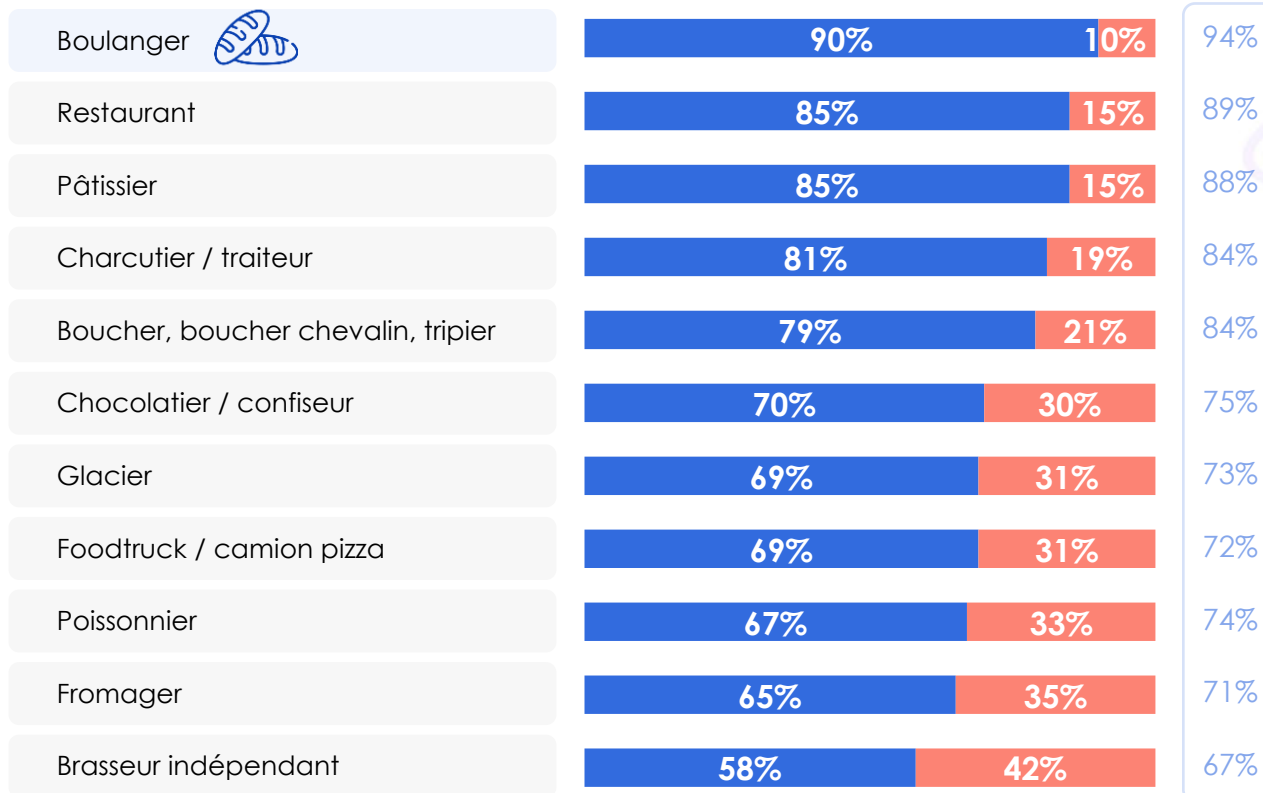
■ En premier
■ Au total



Le « fait maison » ou « sur place » principalement attendu chez les boulangers, les restaurateurs & les pâtisseries.

Q45. Pour chacun des commerces suivants, est-ce essentiel ou pas pour vous qu'il propose des produits fait maison ou réalisés sur place ?

Base : A tous (n=2518) – Une seule réponse possible par item



« Important »
pour les clients
des différents
commerces

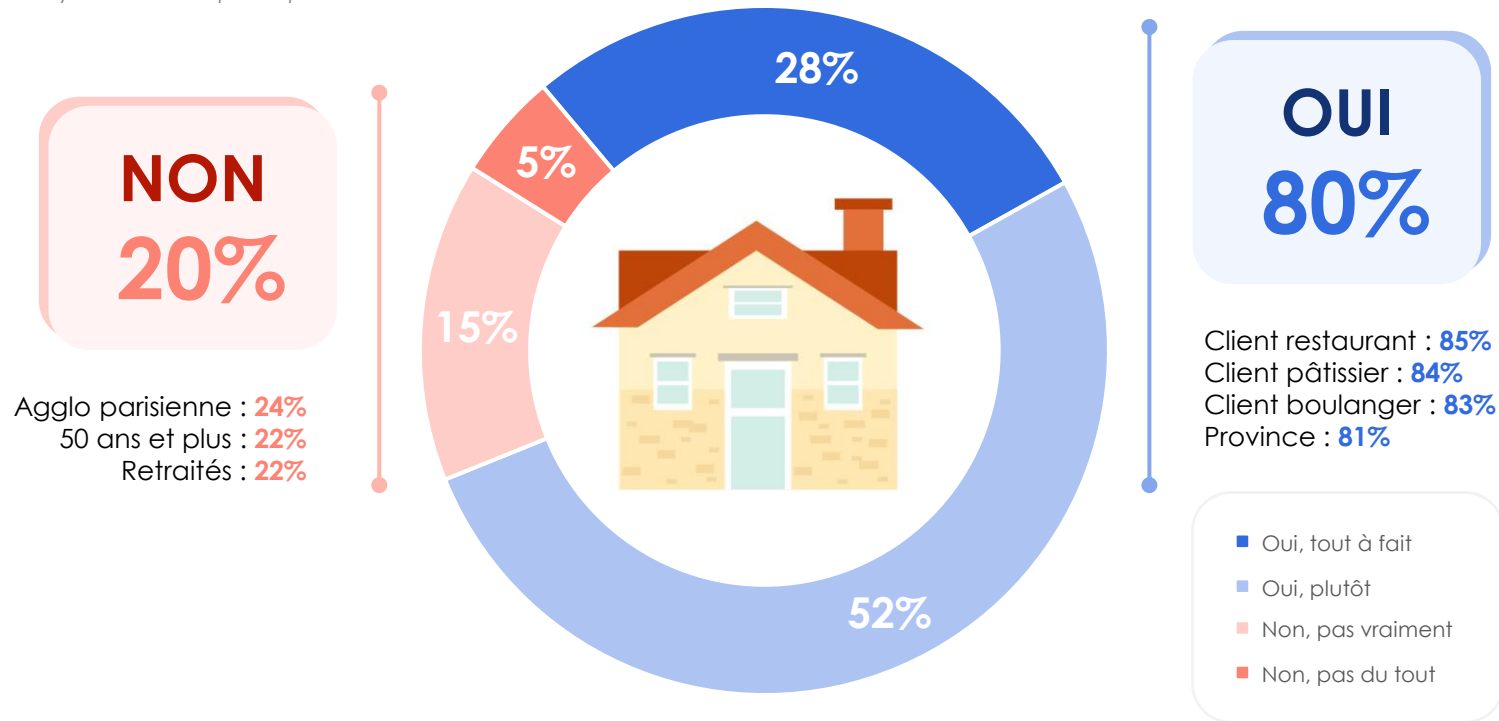


■ Important
■ Pas important

Des Français qui ne changeraient pas leurs habitudes même en cas de durcissement de la loi sur le « fait maison ».

Q47. Une réforme de la loi concernant la mention « fait maison » est actuellement à l'étude. Elle prévoit notamment de rendre plus difficile l'utilisation de la mention « fait maison » par les commerçants et les restaurateurs. **Continueriez-vous à vous rendre chez votre commerçant de proximité si pour des raisons « techniques » il devait indiquer que certains de ses produits n'étaient PAS entièrement faits maison** (par exemple un boulanger qui ne pourrait pas indiquer « fait maison » pour son sandwich « jambon beurre » car le jambon n'est pas fait chez lui) ?

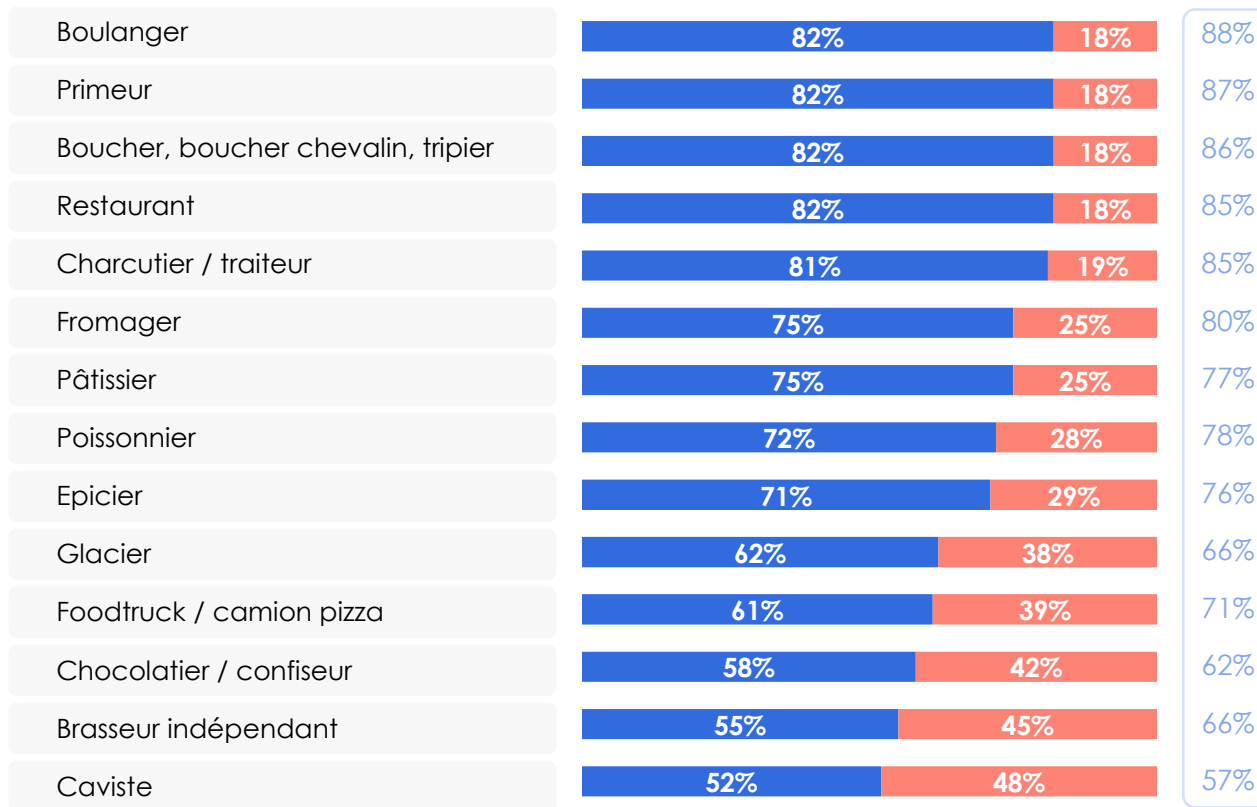
Base : A tous (n=2518) – Une seule réponse possible



Tout comme le « fait maison », s'approvisionner localement est une attente forte du côté des Français...

Q46. Pour vous personnellement, est-ce important que votre commerçant s'approvisionne auprès de producteurs en direct et si possible localement ?

Base : A tous (n=2518) – Une seule réponse possible par item



« Important »
pour les clients
des différents
commerces

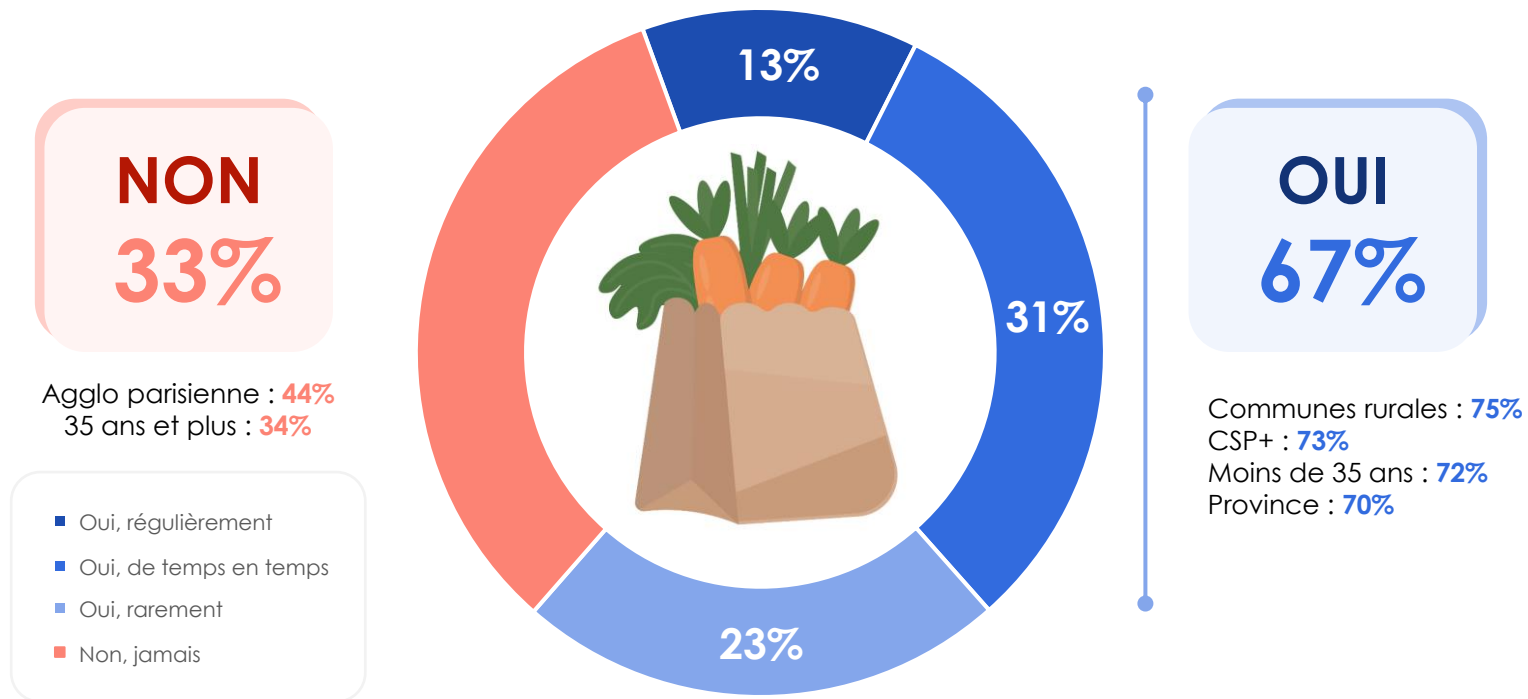


■ Important
■ Pas important

... dont une majorité a déjà fait des achats alimentaires en circuit court.

Q43. Faites-vous vos achats alimentaires en circuit court (via des AMAP, des associations de producteurs locaux ou encore directement chez un producteur...) ?

Base : A tous (n=2518) – Une seule réponse possible



Les légumes et fruits frais sont particulièrement recherchés en circuit court.

Q44. Et plus particulièrement, quels types de produit achetez-vous en circuit court (que cela soit via une AMAP, des associations de producteurs locaux ou directement chez un producteur) ? Base : A ceux qui achètent en circuit court (n=1715) – Plusieurs réponses possibles

Rappel
67%
achètent
en circuit
court



Les légumes frais



Les fruits frais



Les œufs



La viande



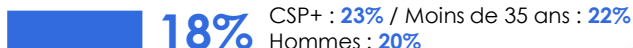
Le fromage, les produits laitiers



La charcuterie



Le poisson



Les gâteaux, confiseries, miel...



Le vin



La bière



Les céréales



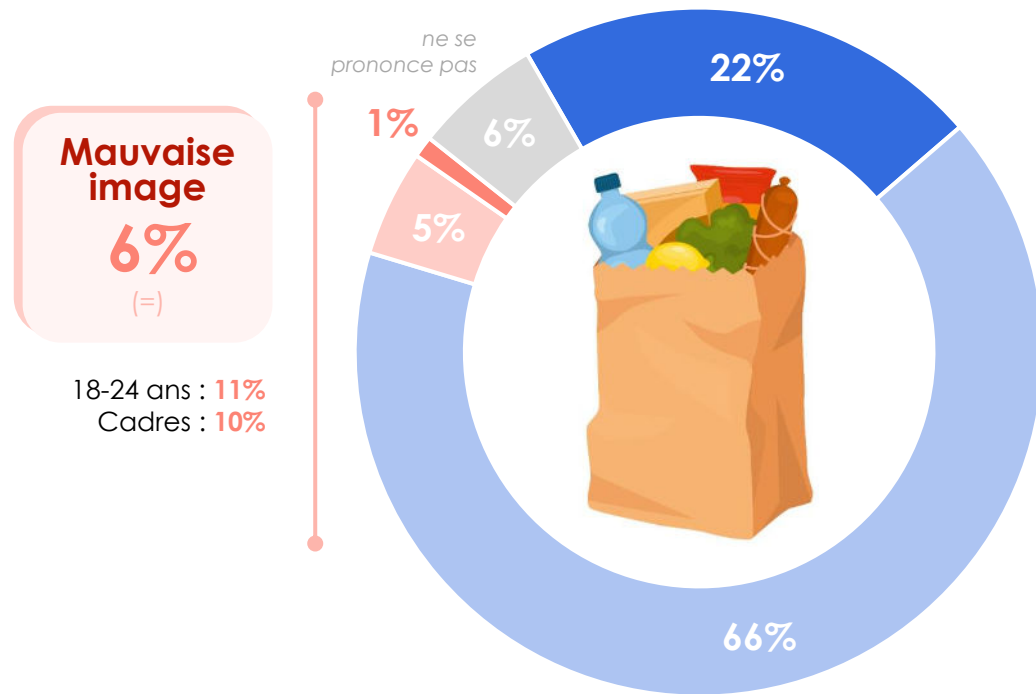
QUATRIÈME PARTIE

Une image des
commerçants /
entreprises
alimentaires de
proximité
spécialisées
toujours
excellente.

L'image des commerces alimentaires de proximité reste excellente... et parfaitement stable.

Q6. D'une manière générale, diriez-vous que vous avez une très bonne, plutôt bonne, plutôt mauvaise ou très mauvaise image des commerces/entreprises alimentaires de proximité spécialisés ?

Base : A tous (n=2518) – Une seule réponse possible

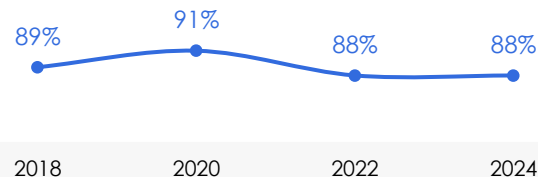


Bonne image
88%
(=)

- Très bonne image
- Plutôt bonne image
- Plutôt mauvaise image
- Très mauvaise image

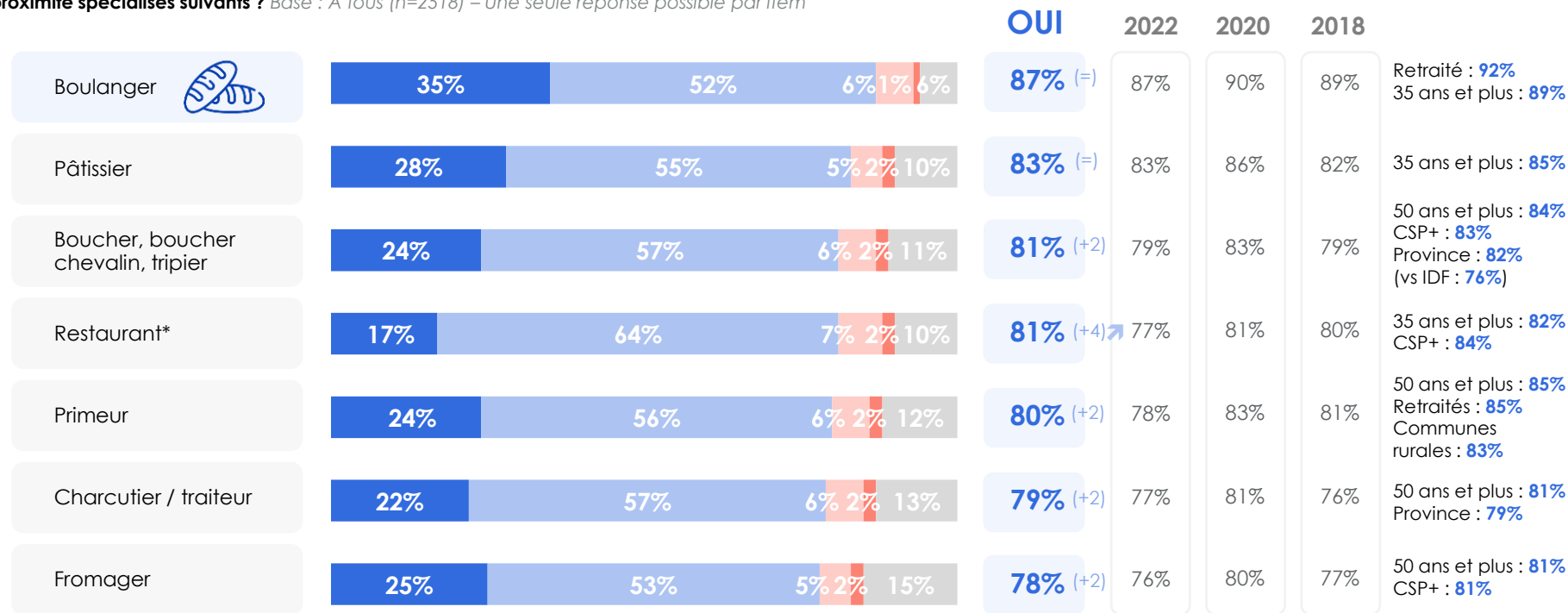
50 ans et plus : **90%** (vs moins de 35 ans : **84%**)
CSP+ : **89%** (vs CSP- : **86%**)
Province : **88%** (vs **83%** en IDF)

ÉVOLUTION DU % « BONNE IMAGE »



Et dans le détail, une image des différents commerçants/entreprises alimentaires de proximité spécialisées qui s'améliore (boucher, restaurant, primeur, charcutier, fromager...)

Q7. Et plus précisément, diriez-vous que vous avez une très bonne, plutôt bonne, plutôt mauvaise ou très mauvaise image des commerçants/entreprises alimentaires de proximité spécialisés suivants ? Base : A tous (n=2518) – Une seule réponse possible par item

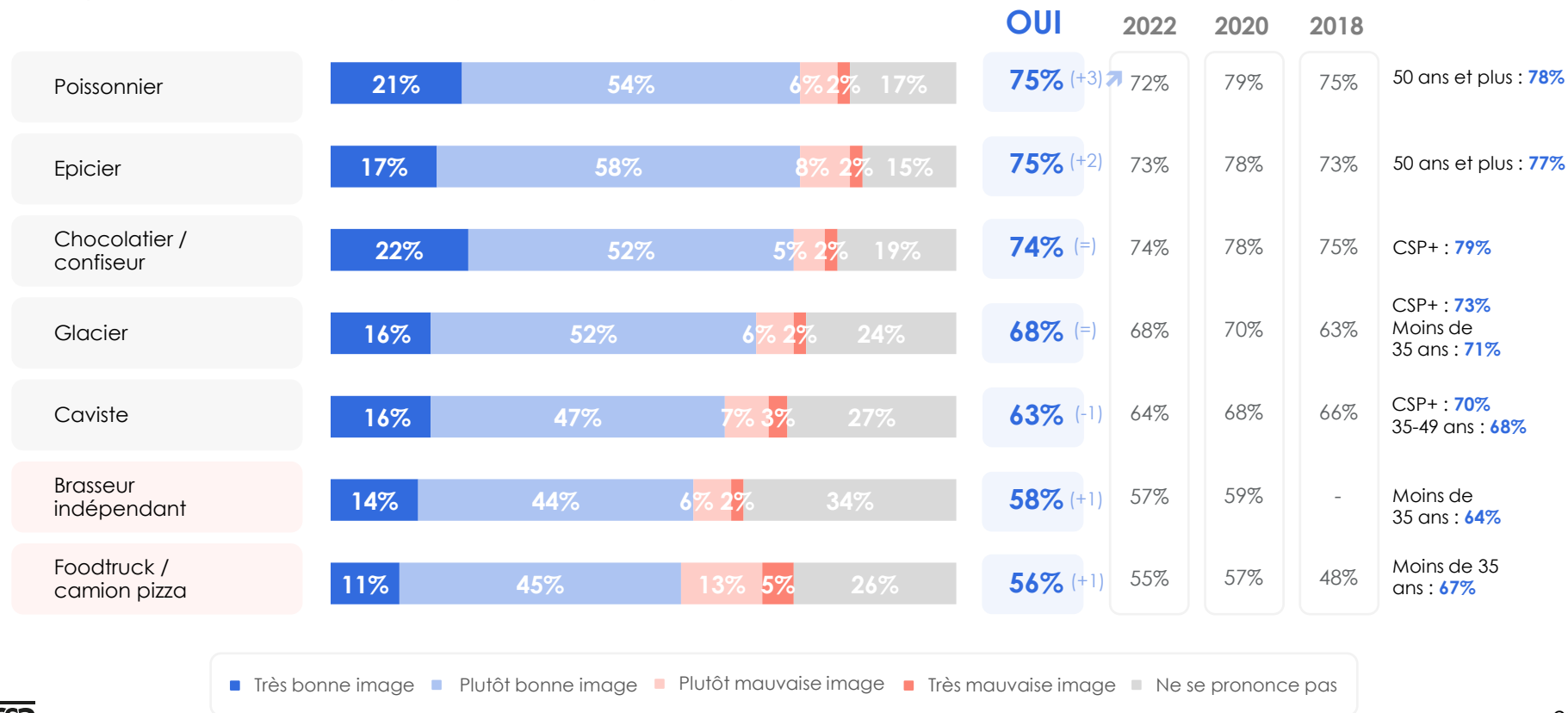


*L'item dans les éditions précédentes était « café, restaurant »

■ Très bonne image ■ Plutôt bonne image ■ Plutôt mauvaise image ■ Très mauvaise image ■ Ne se prononce pas

Avec une hausse notable chez les poissonniers.

Q7. Et plus précisément, diriez-vous que vous avez une très bonne, plutôt bonne, plutôt mauvaise ou très mauvaise image des commerçants/entreprises alimentaires de proximité spécialisés suivants ? Base : A tous (n=2518) – Une seule réponse possible par item



Pour parler et décrire les commerces/entreprises alimentaires de proximité spécialisées, un seul maître mot : LA QUALITE!

Q5. Lorsque vous pensez aux commerces/entreprises alimentaires de proximité spécialisés, quels sont tous les mots, les idées qui vous viennent spontanément à l'esprit ?

Base : A tous (n=2518) – Question ouverte, réponses spontanées

36% ⁽⁻¹⁾
QUALITÉ

- Qualité des produits : 20%
dont produits frais : 9%
dont produits de
bonne qualité : 8%
dont traçabilité
des produits : 3%
- Qualité,
professionnalisme : 17%

16% ⁽⁼⁾
**PROXIMITÉ,
ACCESSIBILITÉ**

- Proximité : 10%
- Local : 4%

13%
**TYPE DE
PRODUITS**

- Produits
locaux : 9% (+2)

12% ⁽⁻³⁾
**CONTACT,
AMBIANCE**

- Accueil,
convivial : 10%

11% ⁽⁺¹⁾
**TYPE DE
COMMERCE**

- Grande
surface : 4%

Autres : 13% (-1)
NSPP, sans
réponse : 19%
(+5pts)

15%
**ÉLÉMENTS
NÉGATIFS**

- Cher : 13%

**8% PRATIQUE,
(+1) FACILE**

- Pratique : 6%

7% PRIX

- Prix (sp) : 4%

6% SERVICES

- Conseils : 4%

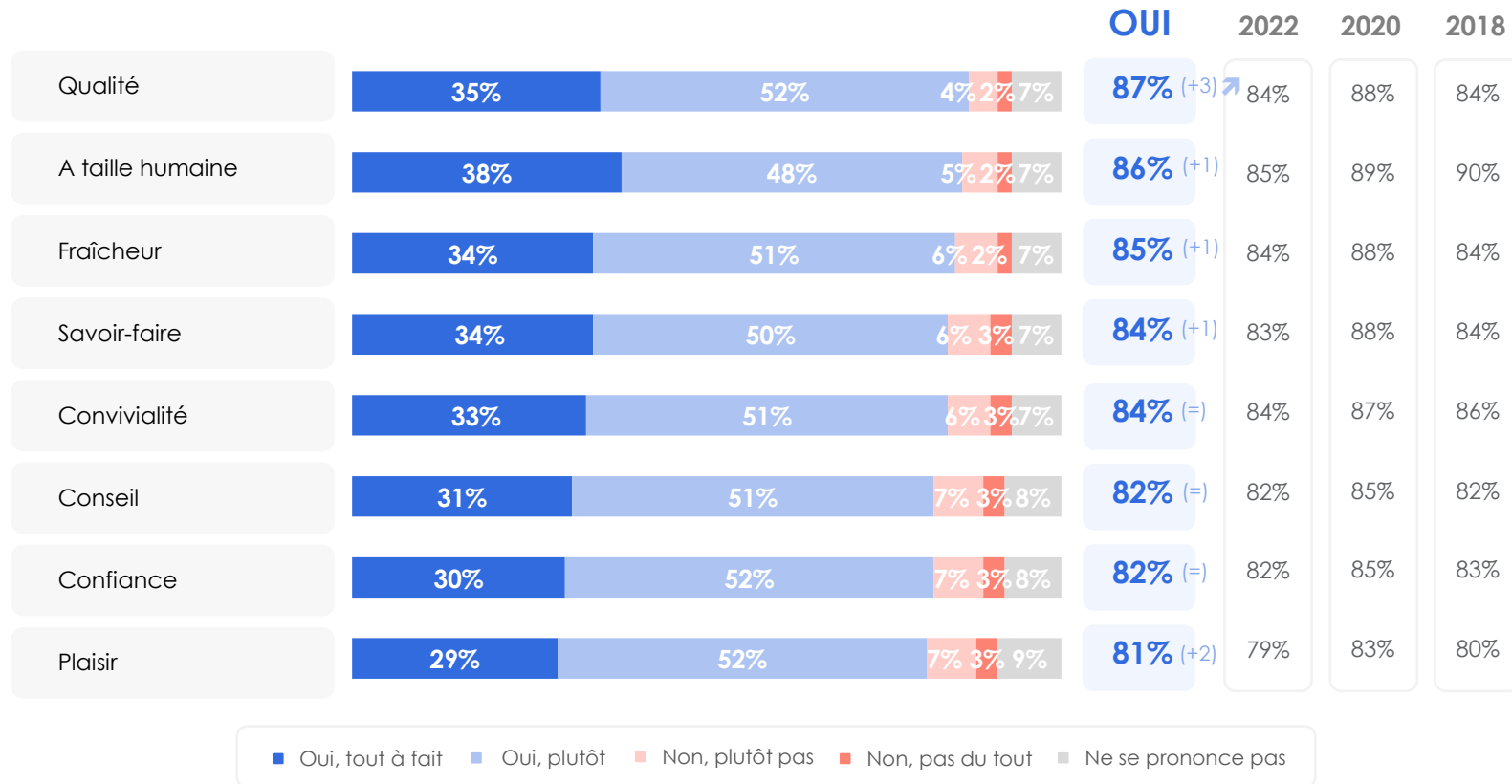
**5% TRADITION
(+1) ARTISANALE**

- Authentique,
fait maison : 4%



La qualité, une valeur encore plus soulignée qu'en 2022 par les Français.

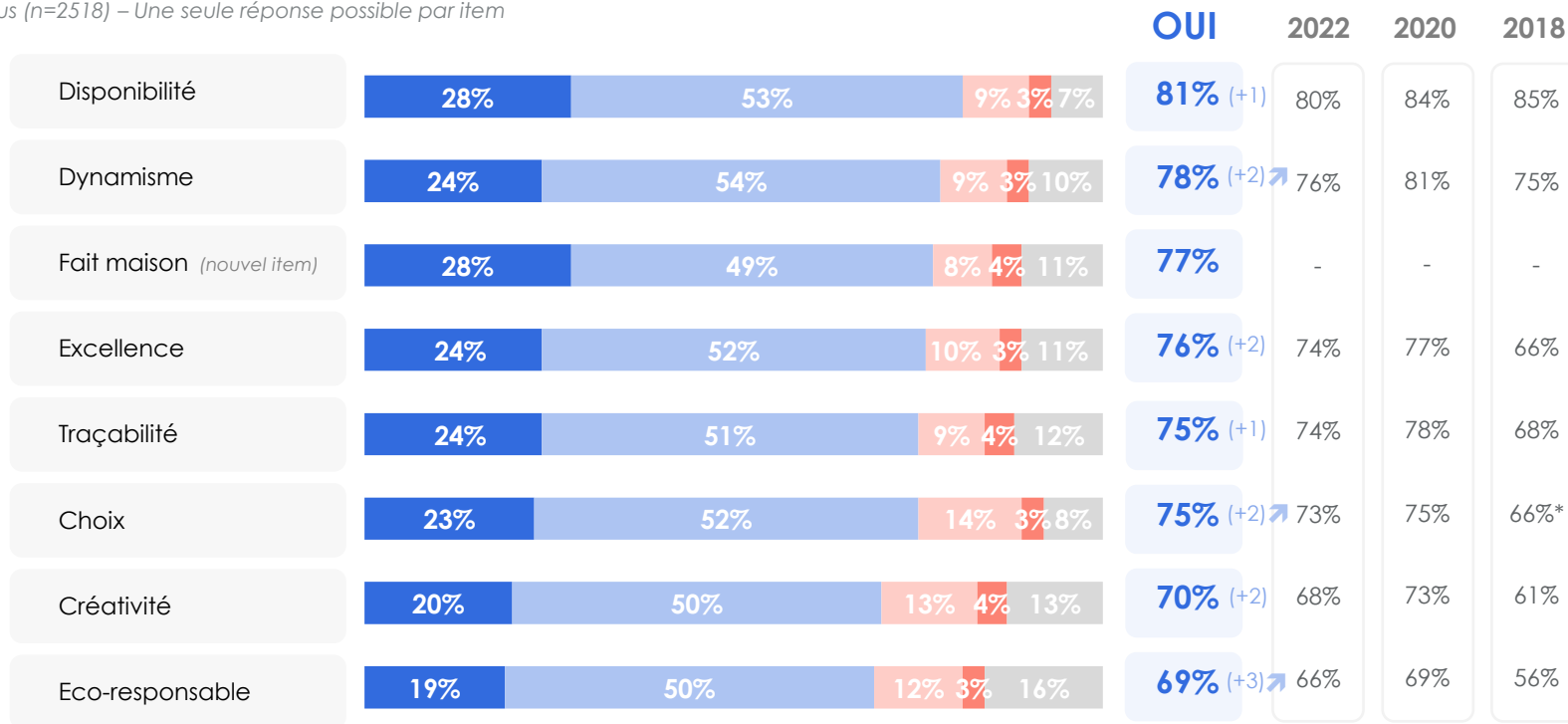
Q9. Parmi les propositions suivantes, diriez-vous qu'elles correspondent tout à fait, plutôt, plutôt pas ou pas du tout aux valeurs que vous associez aux commerces/entreprises alimentaires de proximité spécialisés ? Base : A tous (n=2518) – Une seule réponse possible par item



Le choix, la créativité et l'éco-responsabilité arrivent en bas de tableau mais sont sur une dynamique positive par rapport à 2022.

Q9. Parmi les propositions suivantes, diriez-vous qu'elles correspondent tout à fait, plutôt, plutôt pas ou pas du tout aux valeurs que vous associez aux commerces/entreprises alimentaires de proximité spécialisés ?

Base : A tous (n=2518) – Une seule réponse possible par item



■ Oui, tout à fait ■ Oui, plutôt ■ Non, plutôt pas ■ Non, pas du tout ■ Ne se prononce pas

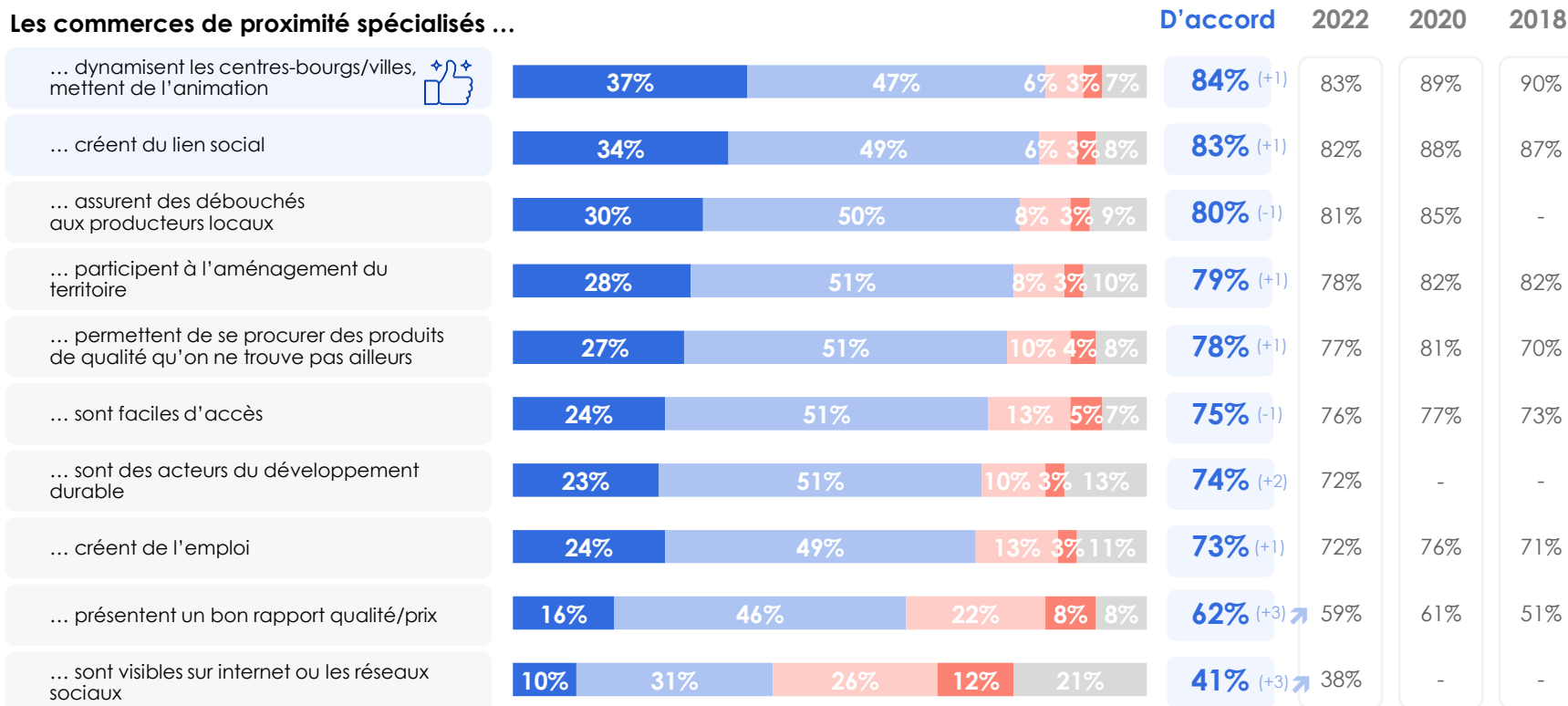
*Changement d'item : Diversité

A noter que le rapport qualité/prix et la visibilité sur internet ou les réseaux sociaux sont mieux évalués qu'en 2022.

Q8. Pour chacune des affirmations suivantes, diriez-vous que vous êtes tout à fait, plutôt, plutôt pas ou pas du tout d'accord ?

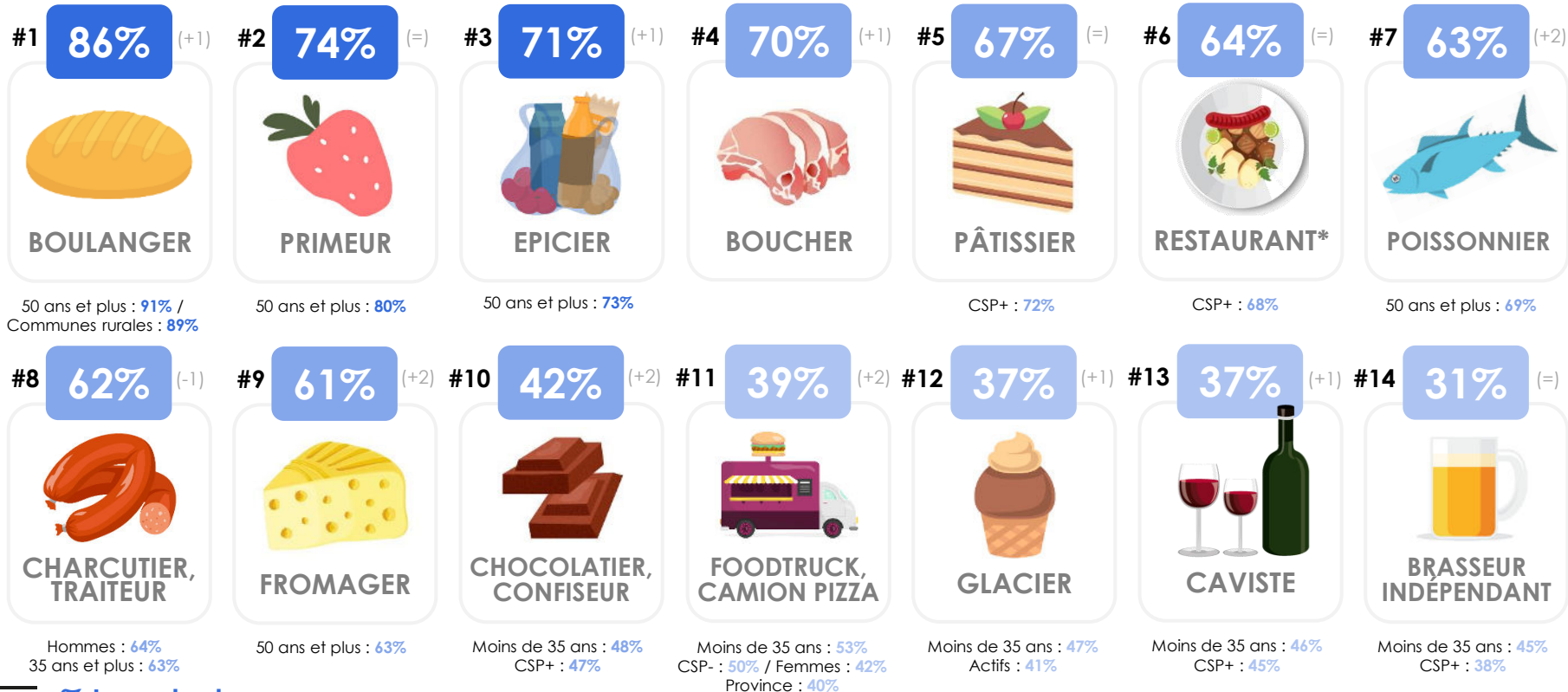
Base : A tous (n=2518) – Une seule réponse possible par item

Les commerces de proximité spécialisés ...



Jamais sans mon boulanger !

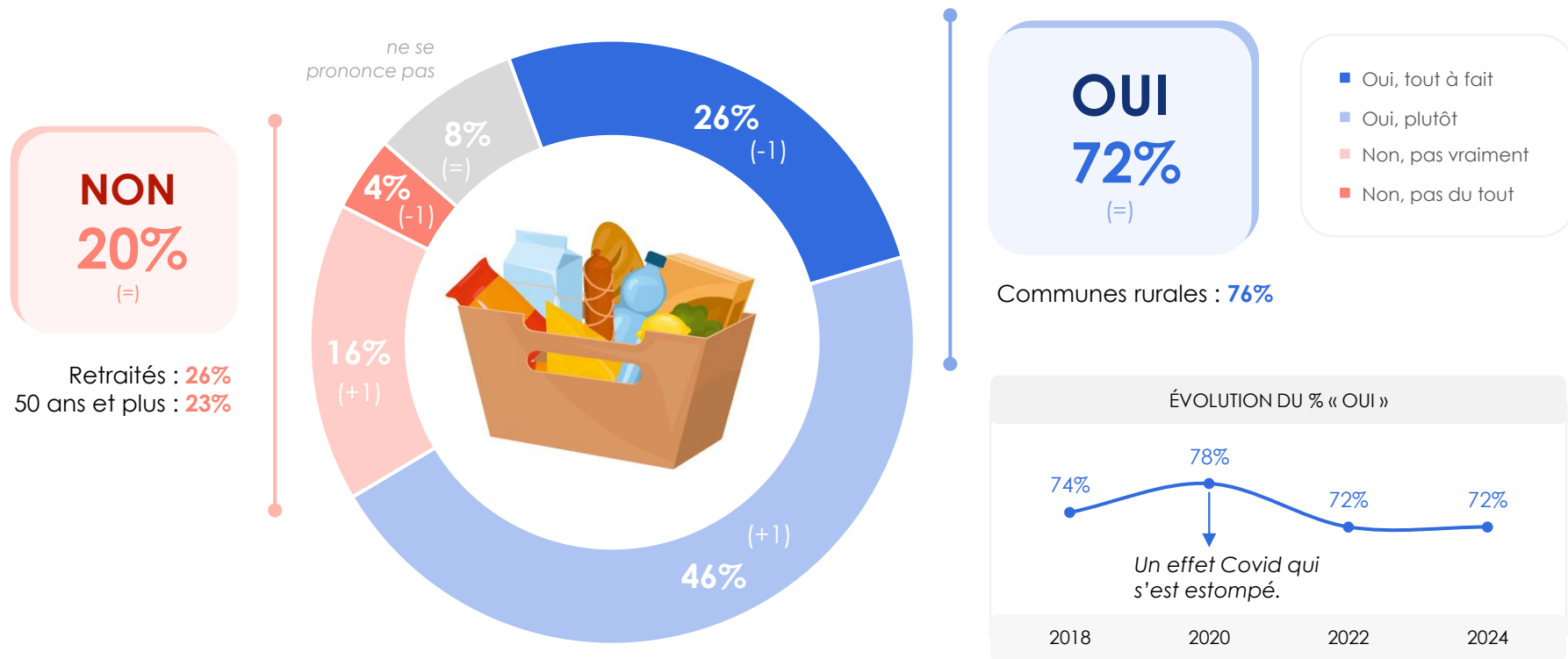
Q10. Pour chacun des commerçants/entreprises alimentaires de proximité spécialisés suivants, est-ce très important, plutôt important, plutôt pas important ou pas du tout important d'en avoir un(e) près de chez vous (magasin ou marché) ? Base : A tous (n=2518) – Une seule réponse possible par item



Des Français qui souhaitent toujours autant avoir davantage de commerces et d'entreprises spécialisés près de chez eux notamment dans les zones rurales

Q11. Souhaiteriez-vous avoir davantage de commerces/entreprises alimentaires de proximité spécialisés près de chez vous ?

Base : A tous (n=2518) – Une seule réponse possible



Boulangerie, primeur et boucherie sont les commerces que les Français souhaitent avoir davantage près de chez eux.

A noter, la progression des charcutiers/traiteurs cette année.

Q11bis. Lesquels ?

Base : A ceux souhaitant avoir davantage de commerces/entreprises alimentaires de proximité près de chez eux (n=1812) – Plusieurs réponses possibles

Rappel

72%

souhaitent
avoir plus de
commerces
/ entreprises
alimentaire
de proximité



Boulangier



Primeur



Boucher, boucher
chevalin, tripier



Poissonnier



Fromager



Charcutier / traiteur



Restaurant*



Epicier



Pâtissier



Foodtruck /
camion pizza



Glacier



Chocolatier / confiseur



Caviste



Brasseur indépendant



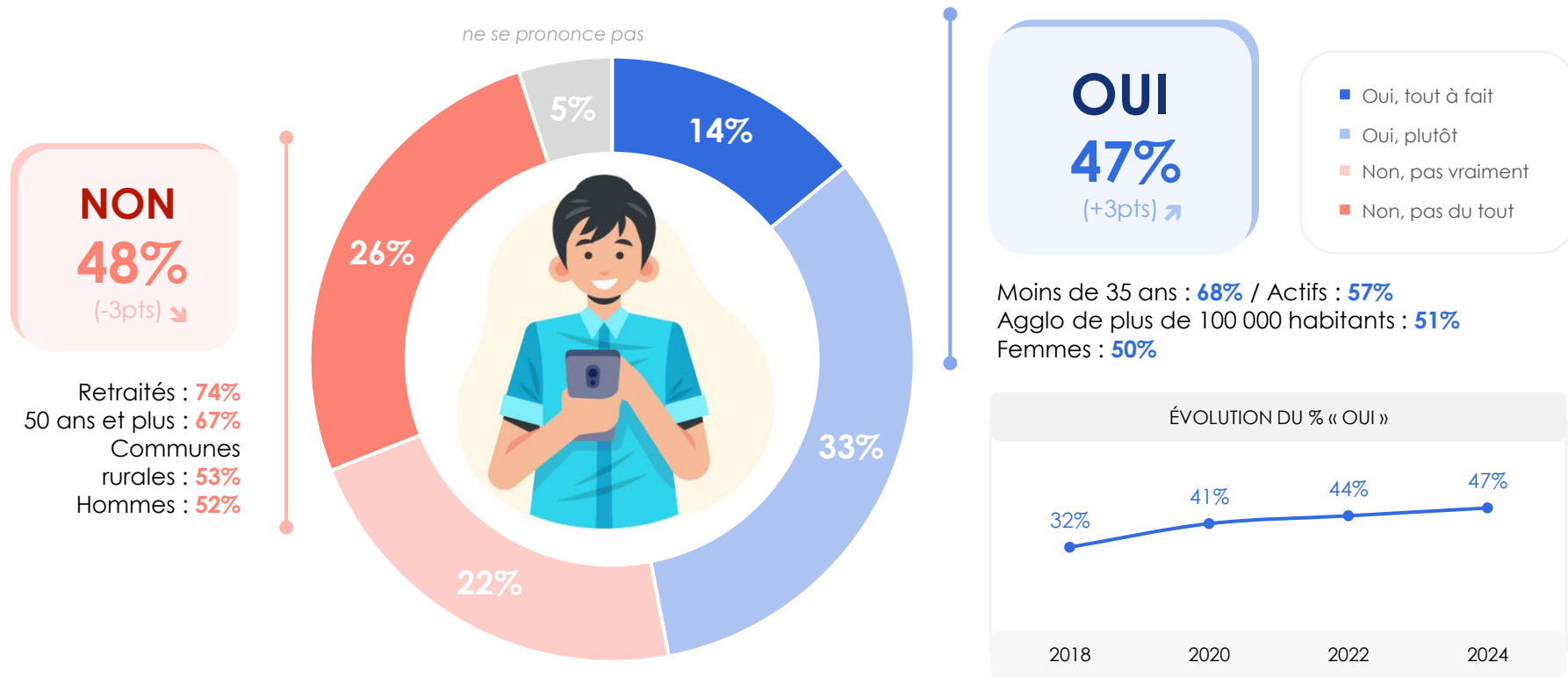
Aucun d'entre eux



Une importance grandissante des avis et notes donnés aux commerces de proximité spécialisés sur internet/réseaux sociaux.

Q12. Prêtez-vous attention aux avis et notes donnés aux commerces de proximité spécialisés par les consommateurs sur Internet et les réseaux sociaux ?

Base : A tous (n=2518) – Une seule réponse possible



MERCI



Les entreprises alimentaires
de proximité
Membre de l'U2P