

LES FRANÇAIS ET LES COMMERCE ALIMENTAIRES DE PROXIMITÉ SPÉCIALISÉS

Artisans, commerçants, restaurateurs

**DES CRAINTES SUR
LE POUVOIR D'ACHAT
TOUJOURS PRÉSENTES
ET QUI IMPACTENT LA
FRÉQUENTATION :**

52%

des Français ont vu **leur pouvoir d'achat diminuer** au cours des 12 derniers mois.

La fréquentation des commerces alimentaires de proximité reste stable (56%), même si **28%** les fréquentent moins.



A noter que **28%** des moins de 35 ans les fréquentent de plus en plus.

61%

ont même **diminué leurs sorties au restaurant et au café.**



Seulement **22%** des Français **disposent de titres-restaurant** qui sont utilisés avant tout en grande distribution.



**MALGRÉ TOUT, UNE IMAGE DES COMMERCE ALIMENTAIRES
DE PROXIMITÉ QUI SE RENFORCE :**

90%

+2

ont **une bonne image des commerces alimentaires de proximité :**



LA QUALITÉ DES PRODUITS

86%

Image portée par

LA DIMENSION HUMAINE

86%



76%

+4

souhaitent toujours avoir **davantage de commerces alimentaires de proximité près de chez eux**, tout particulièrement les moins de 35 ans (**84%**)

Dans cette optique,

80%

des Français **souhaitent une transformation**, au moins modérée, des commerces alimentaires de proximité dans les années à venir.

Les attentes portent principalement sur :

L'ACCESSIBILITÉ DES PRIX



DAVANTAGE DE PRODUITS LOCAUX / EN CIRCUITS COURTS



PLUS DE TRANSPARENCE (ORIGINE, FABRICATION...)

