

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

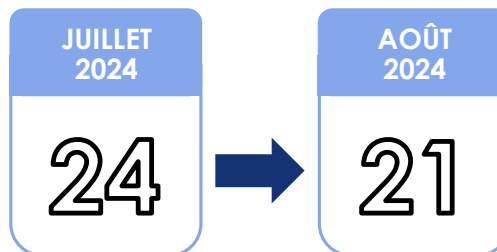
Méthodologie

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**

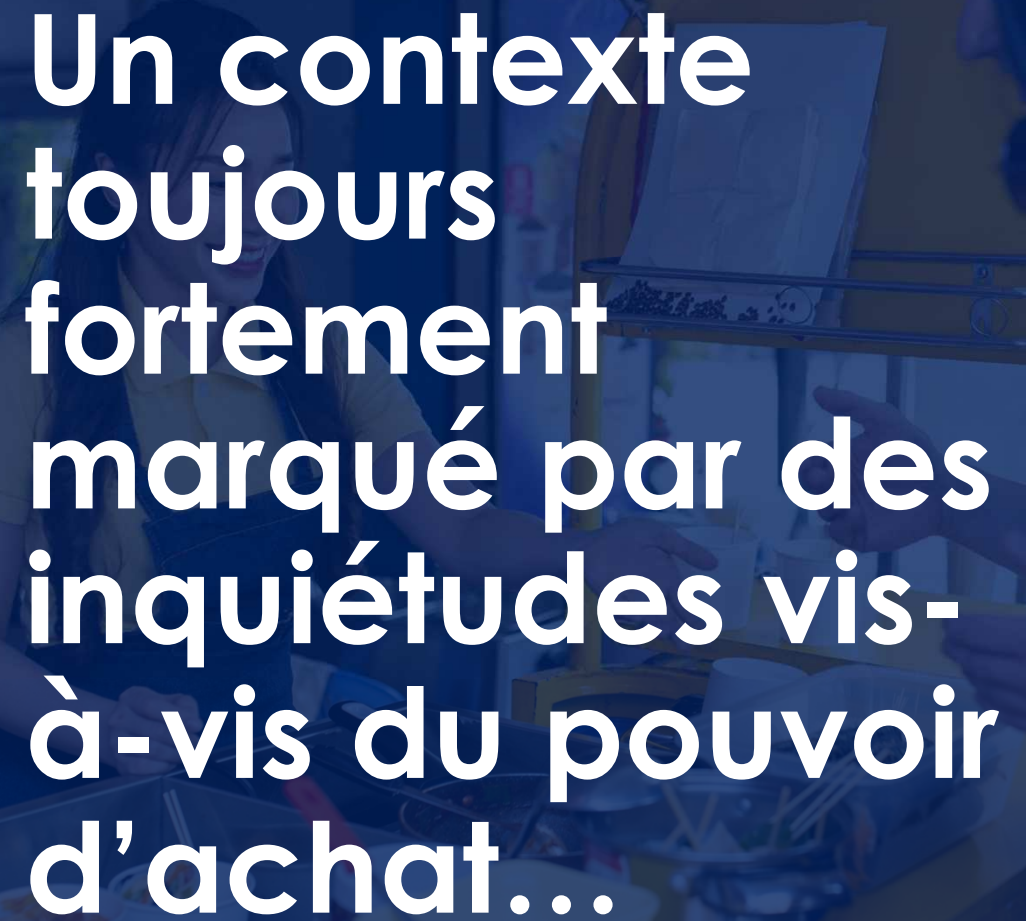
*La représentativité de
l'échantillon est assurée par la
méthode des quotas sur les
critères de sexe, d'âge, de
catégorie socioprofessionnelle,
de région et de taille
d'agglomération*

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

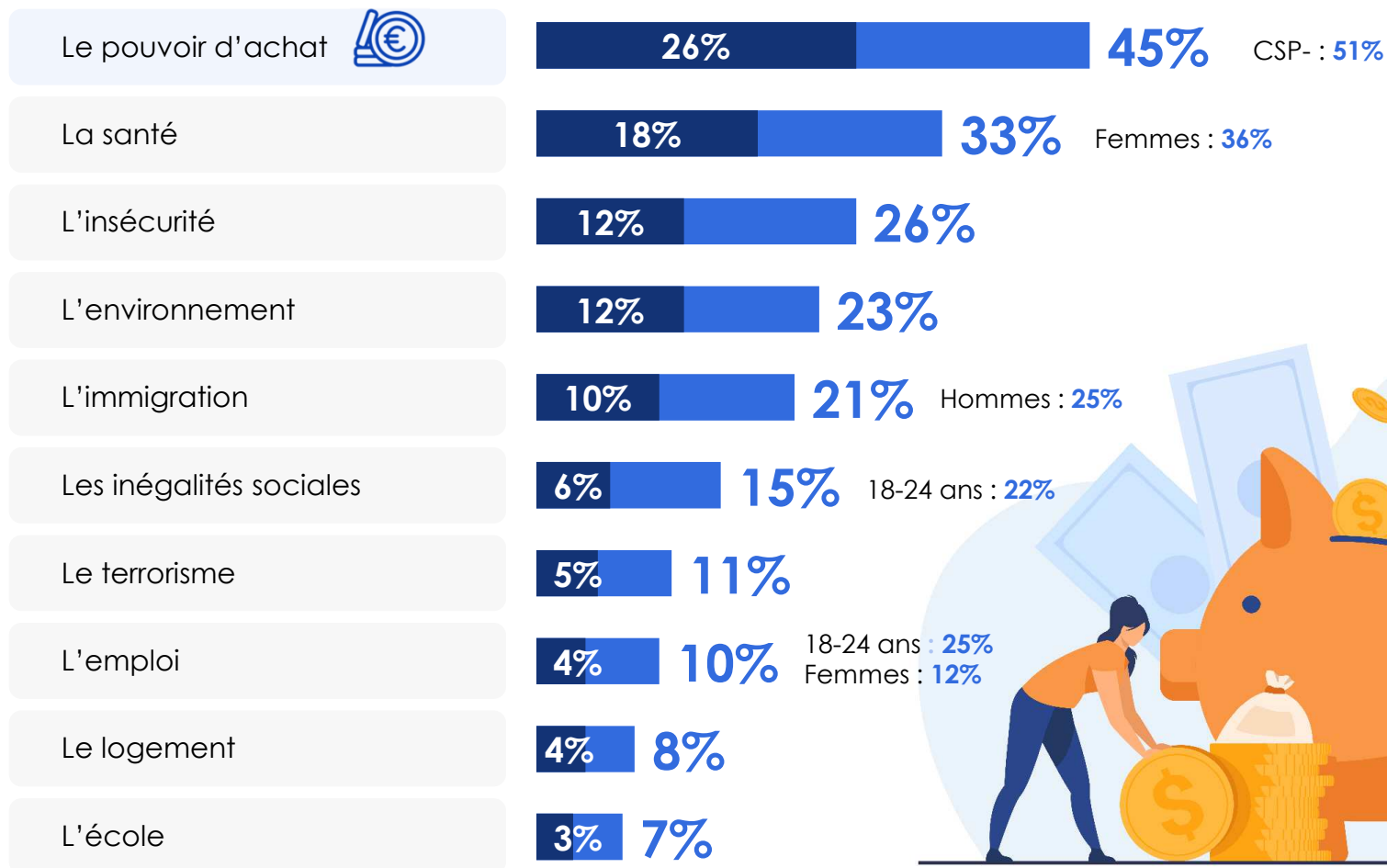
A photograph of a woman and a man in a kitchen or food service area. The woman is pointing at a document on a cart, and the man is looking at it. The image is overlaid with a dark blue semi-transparent filter.

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.



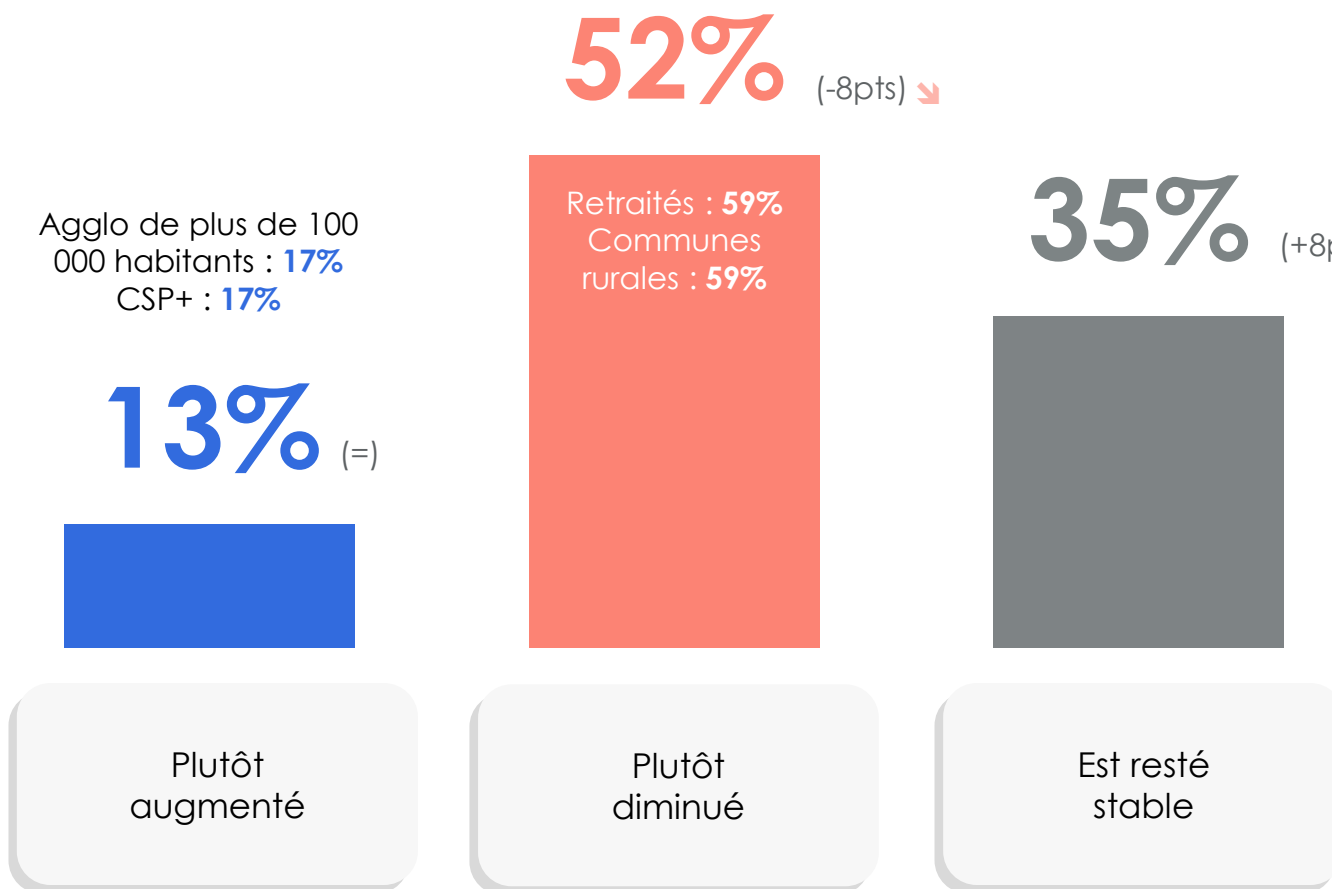
■ En premier
■ Au total



... 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... ?

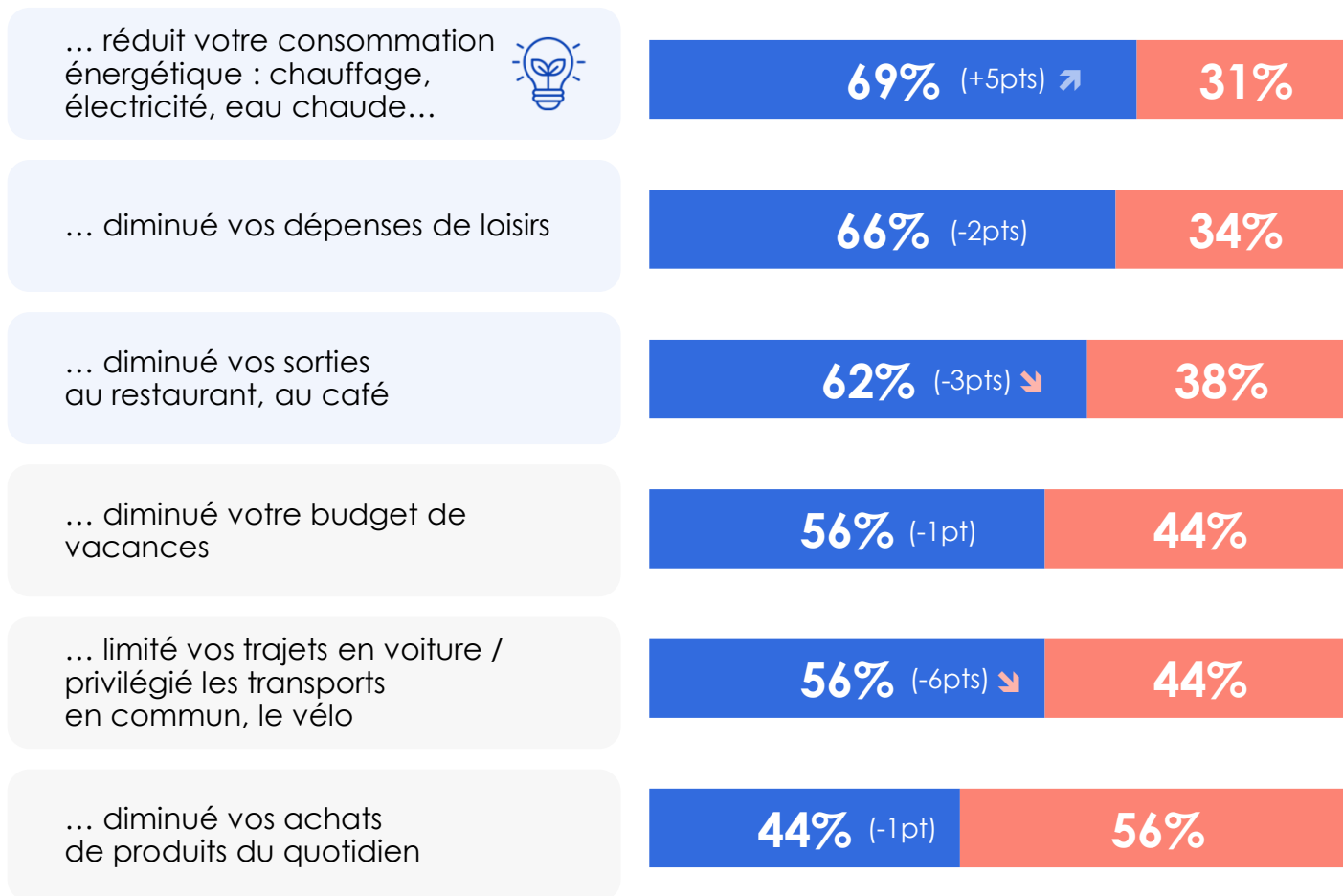
Base : A tous (n=2518) – Une seule réponse possible



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... ?

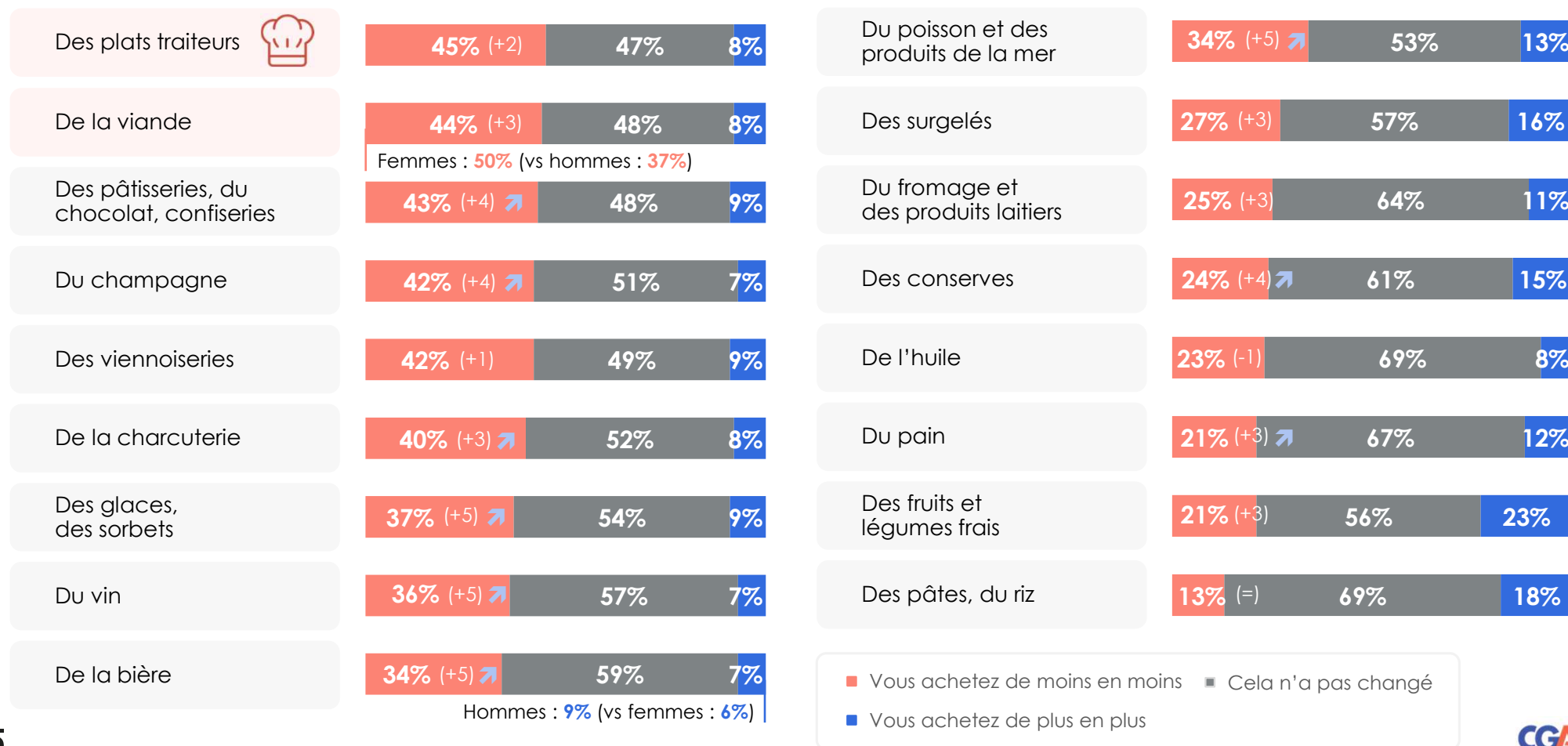
Base : A tous (n=2518) – Une seule réponse possible par item



■ 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

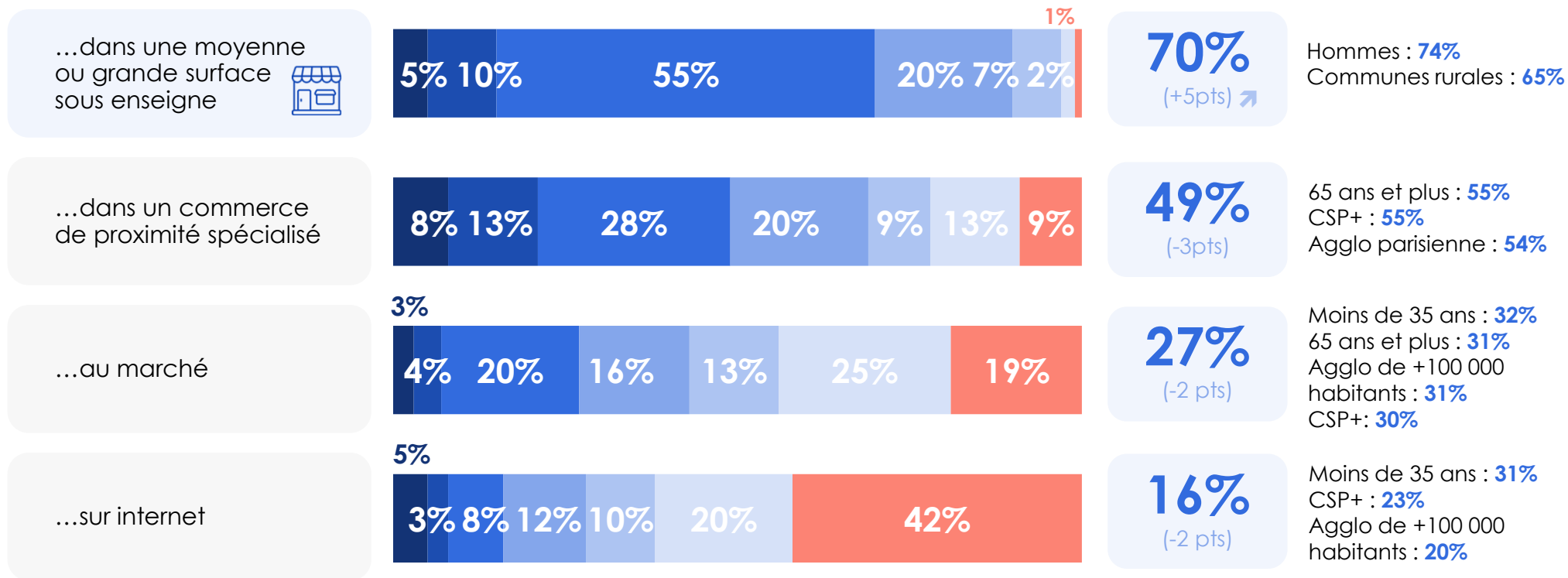
... qui va de pair avec une baisse de la fréquentation des commerces alimentaires de proximité spécialisés.

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

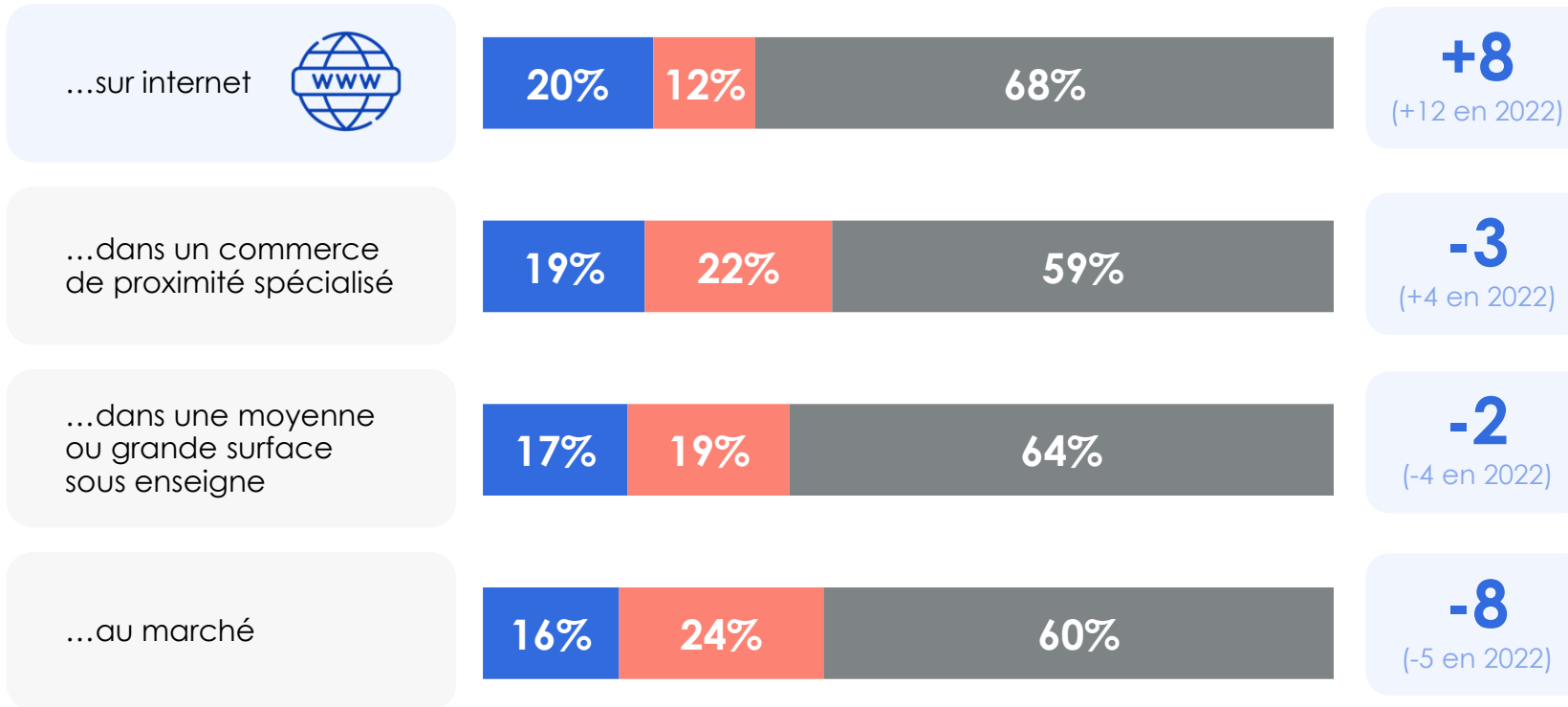
Seuls les achats sur internet semblent toujours bénéficier d'une dynamique positive.

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

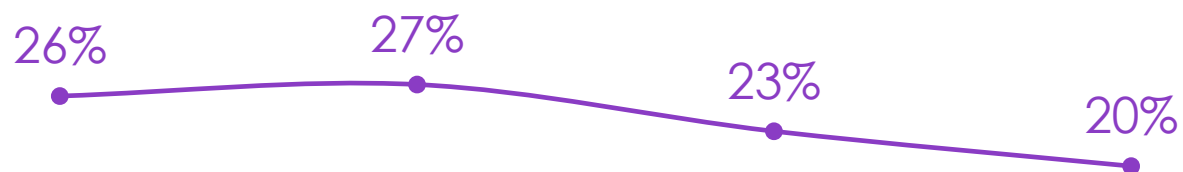
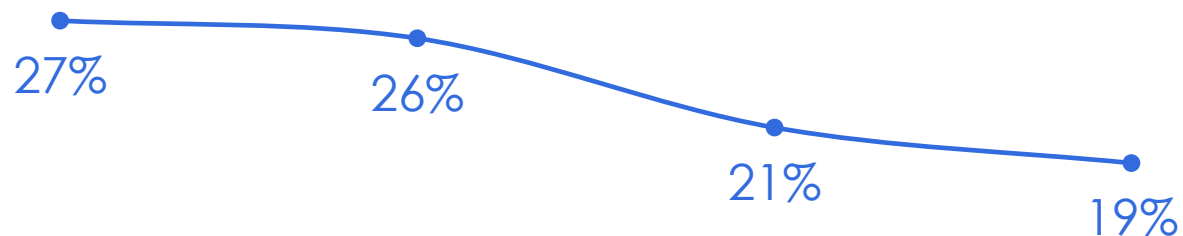
(« Plus souvent » -
« Moins souvent »)



■ 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

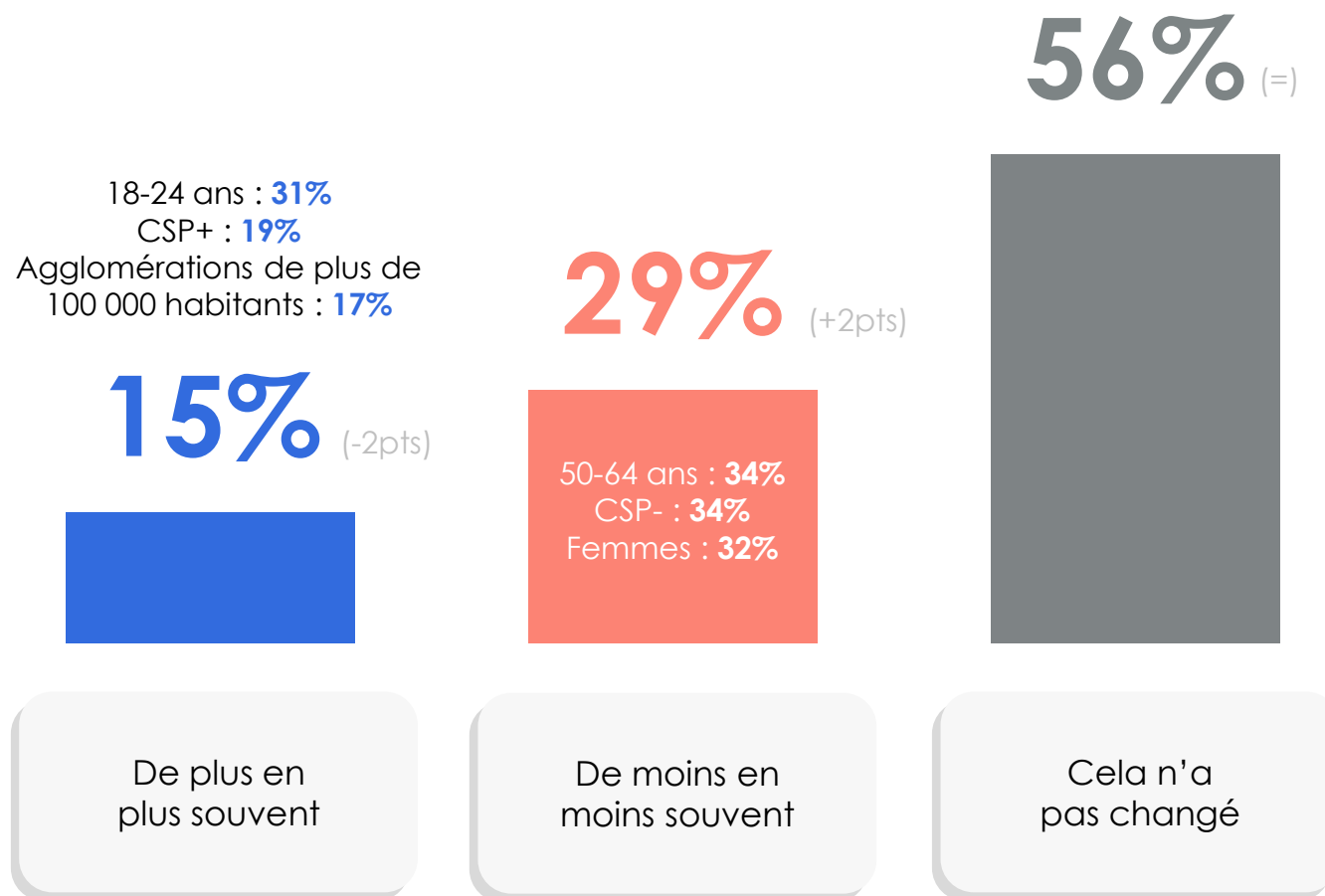


Course sur Internet

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 ?

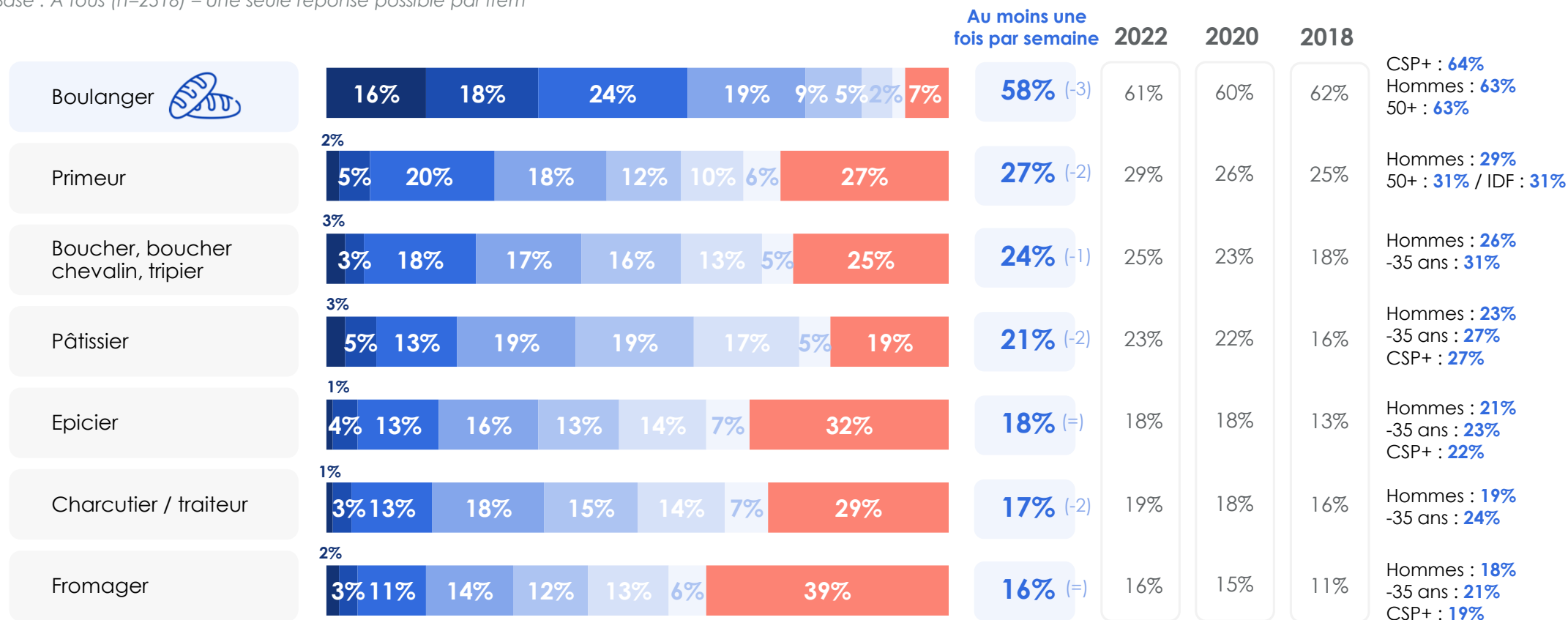
Base : A tous (n=2518) – Une seule réponse possible



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

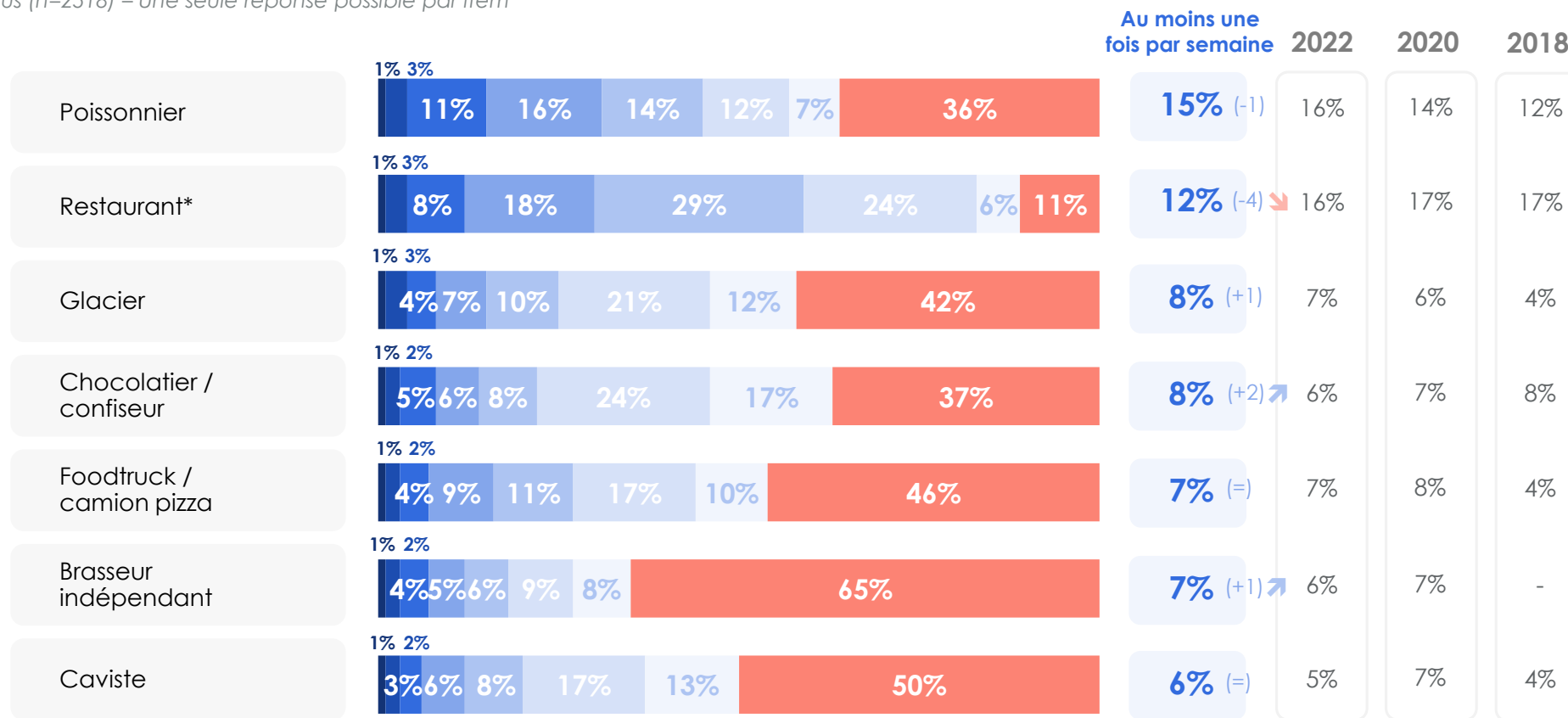


■ Tous les jours ou presque
 ■ 3 à 4 fois semaine
 ■ 1 à 2 fois par semaine
 ■ Plusieurs fois par mois
 ■ 1 fois par mois
 ■ 2 à 3 fois par an
 ■ 1 fois par an
 ■ Jamais

... 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 »

- Tous les jours ou presque
- 3 à 4 fois semaine
- 1 à 2 fois par semaine
- Plusieurs fois par mois
- 1 fois par mois
- 2 à 3 fois par an
- 1 fois par an
- Jamais

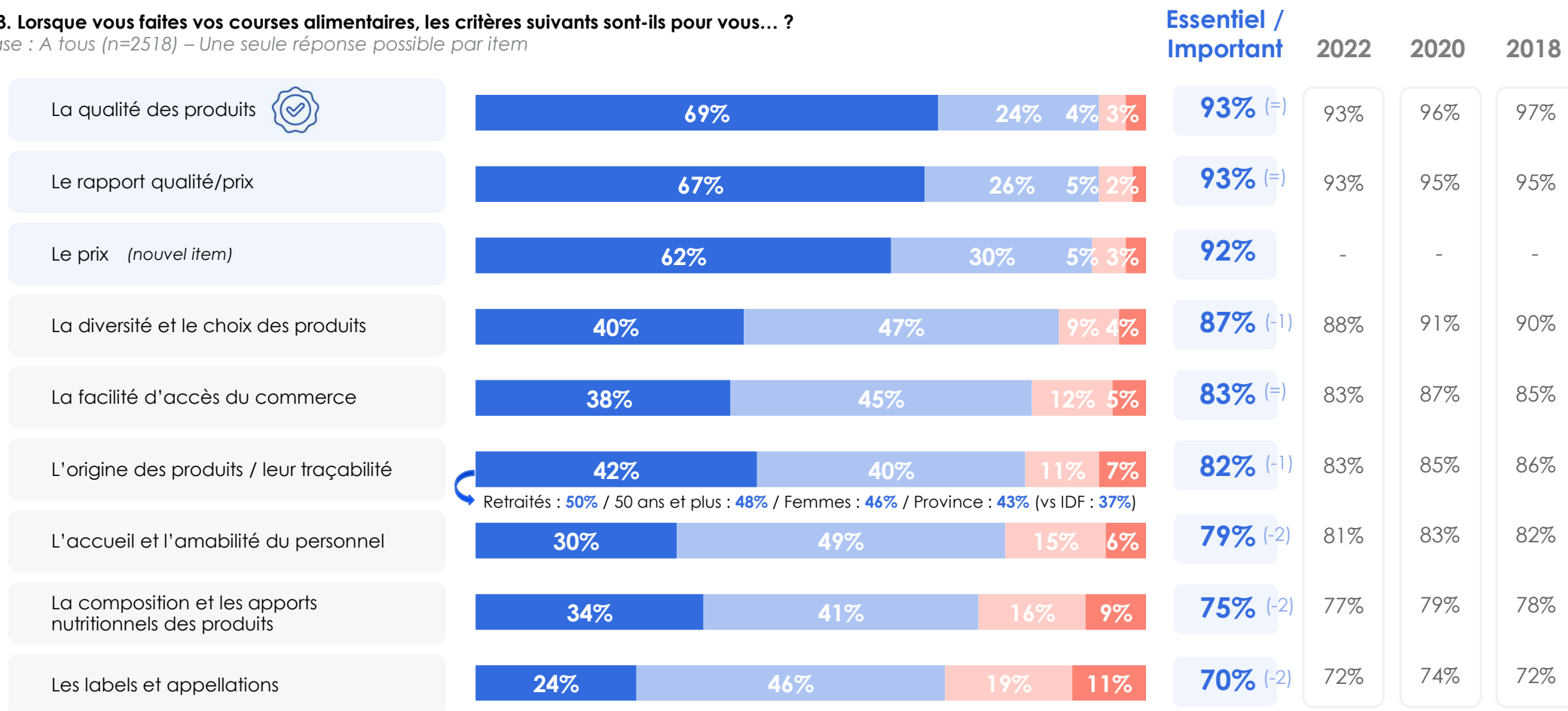
TROISIÈME PARTIE

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

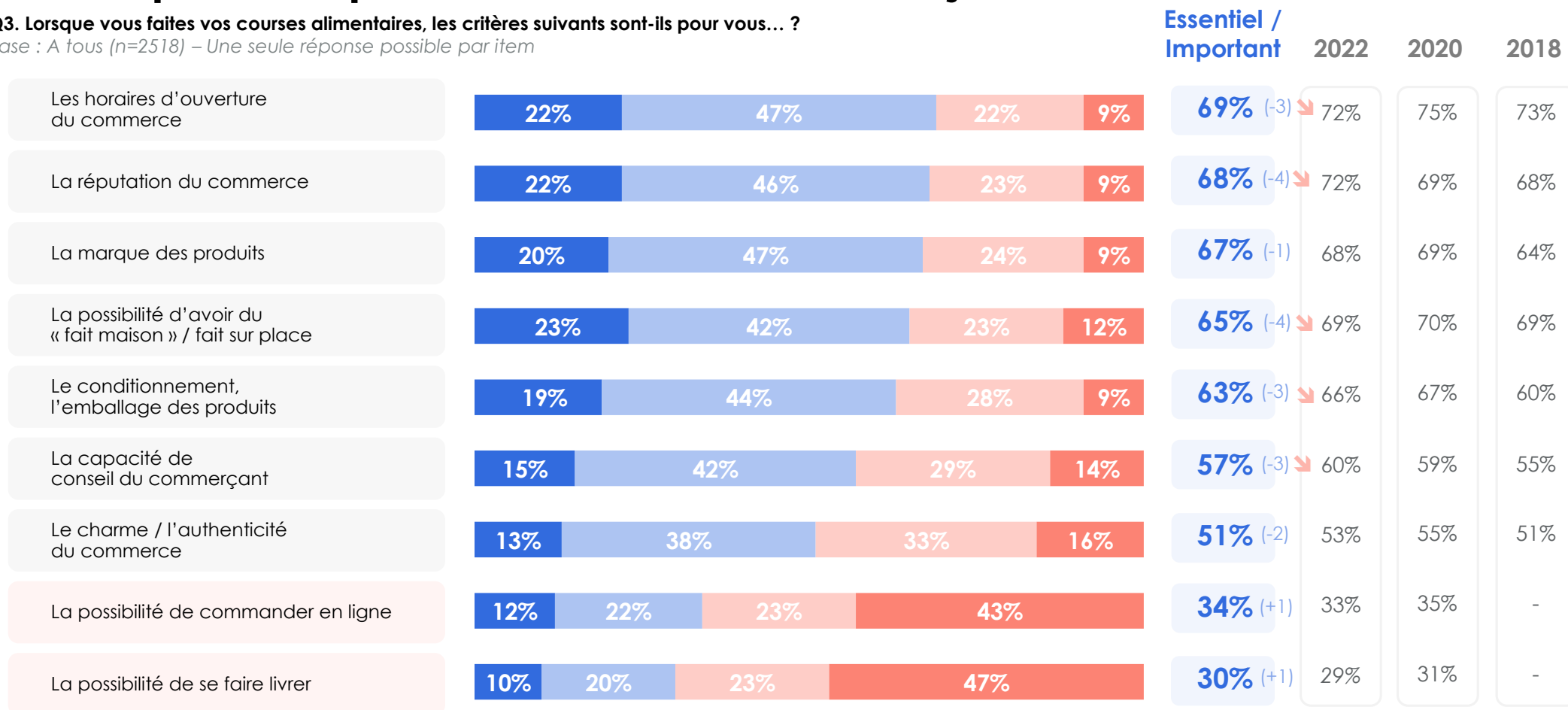


■ Essentiel / Prioritaire ■ Important mais pas prioritaire ■ Secondaire ■ Pas important du tout

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



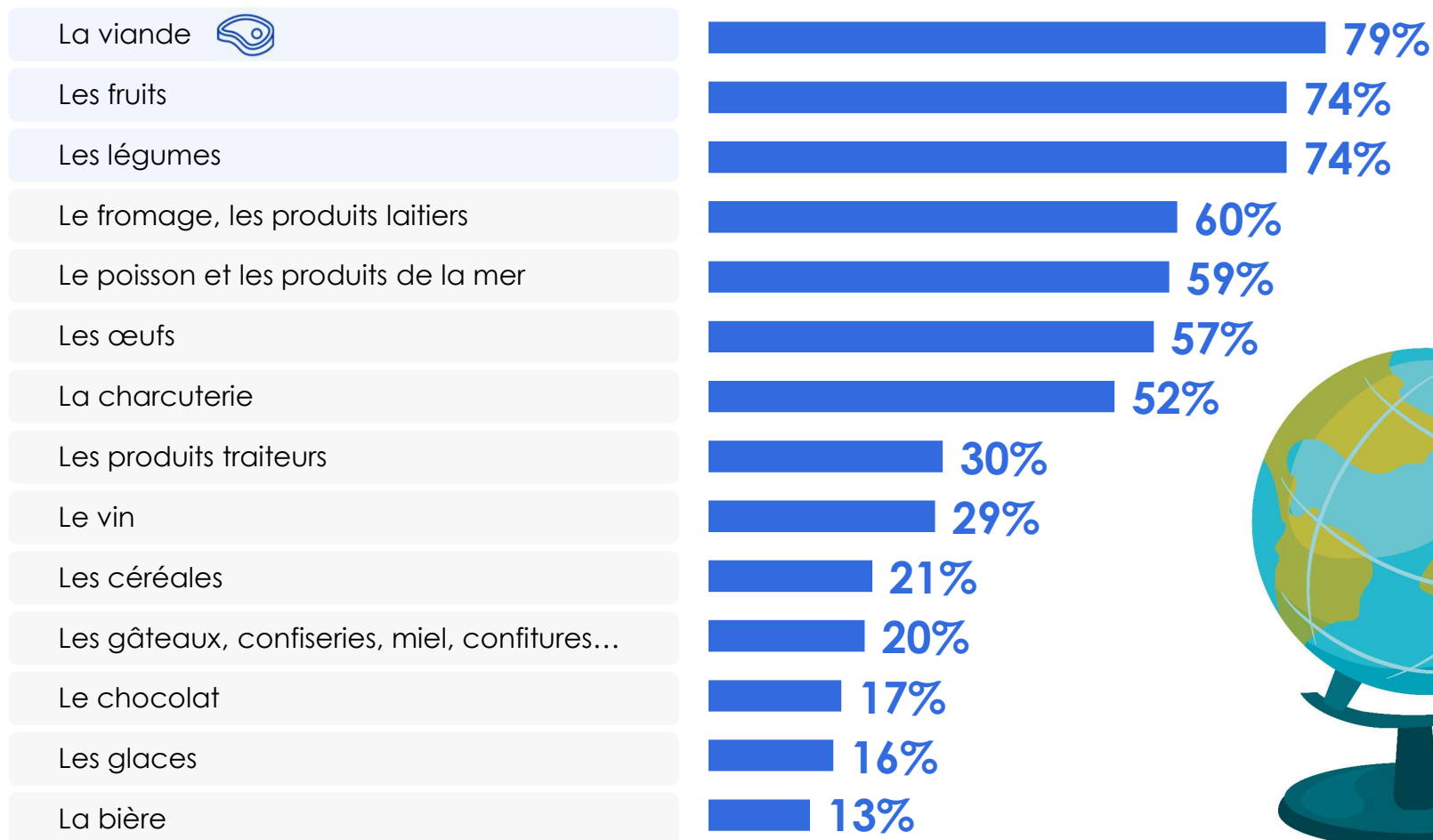
■ Essentiel / Prioritaire ■ Important mais pas prioritaire ■ Secondaire ■ Pas important du tout

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



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%**

Prioritaire

50%

Important mais
pas prioritaire

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

10%

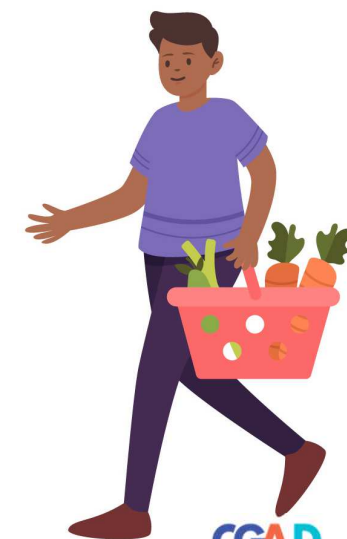
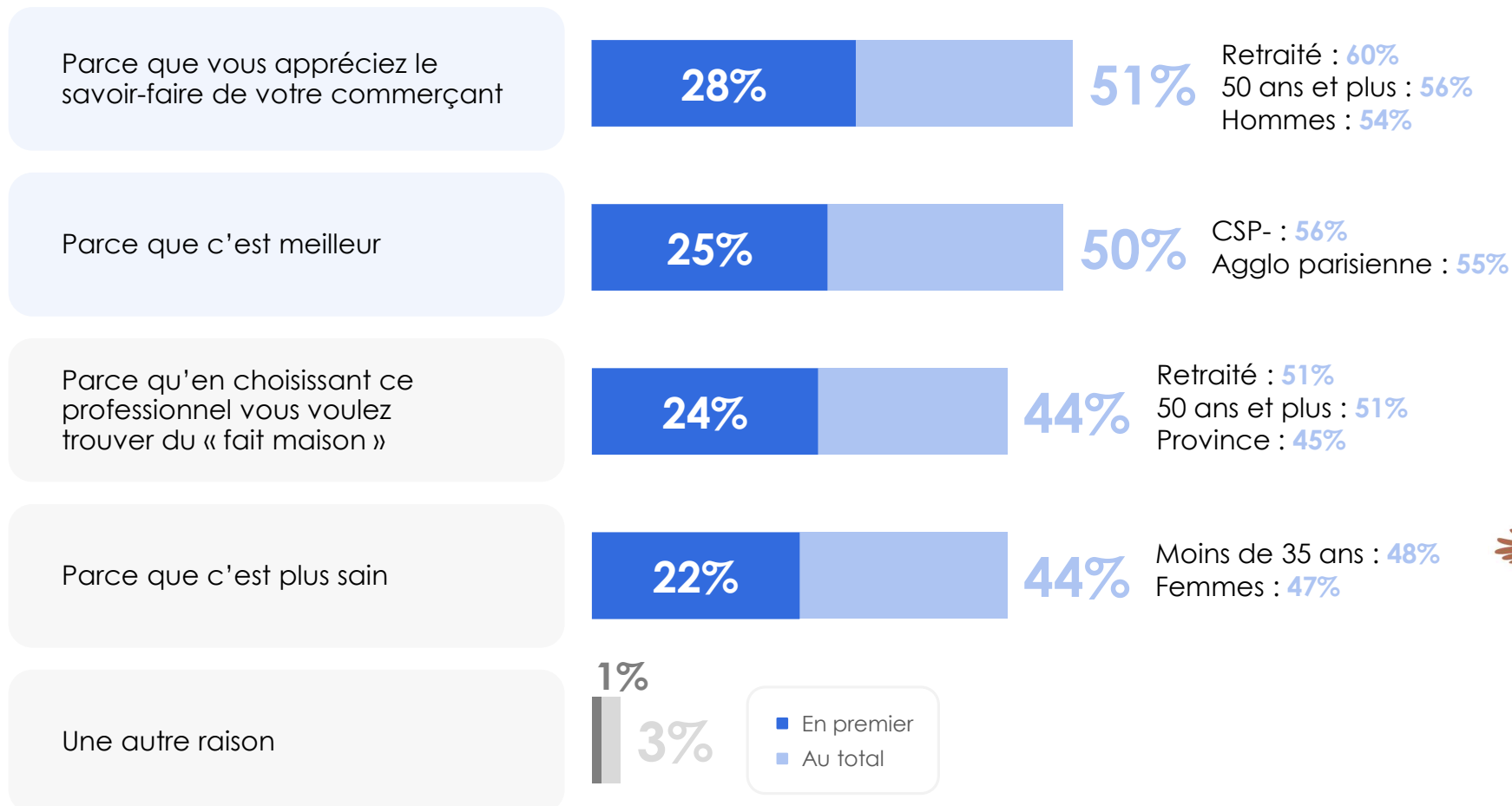
Secondaire



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 ?

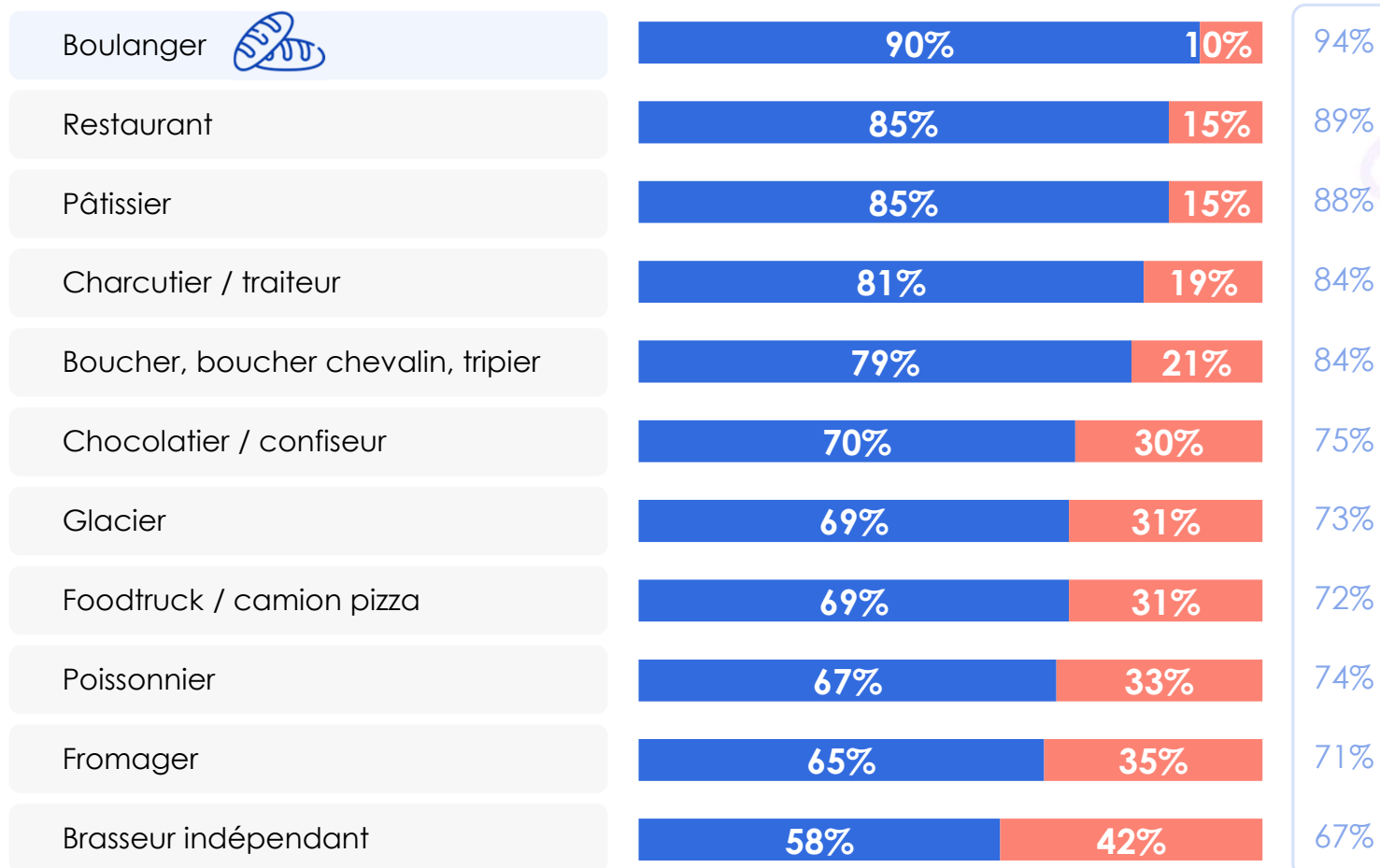
Base : A ceux dont l'indication « fait maison » ou « fait sur place » est importante ou prioritaire (n=2291) – Deux réponses possibles



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

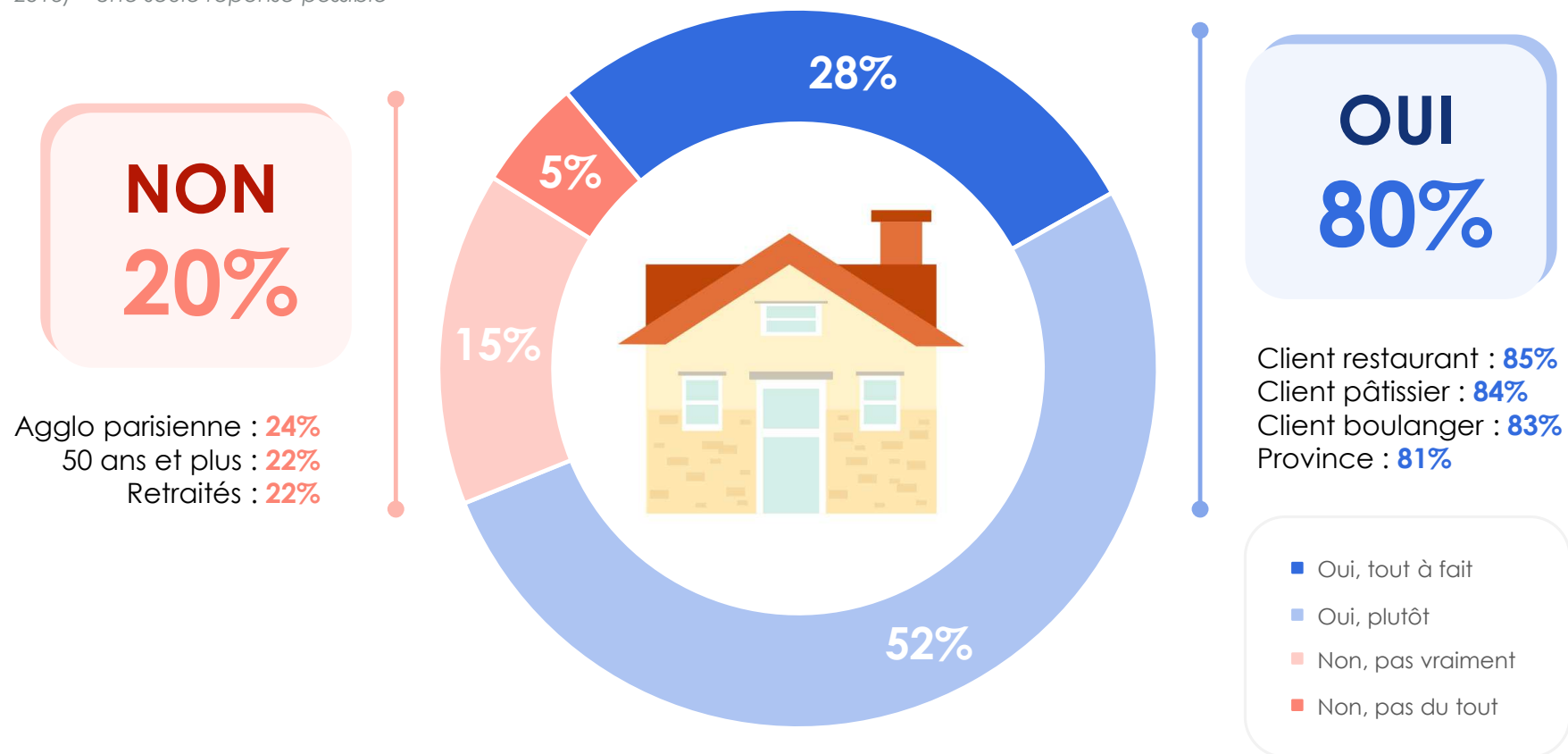


■ Important
■ Pas important

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) ?

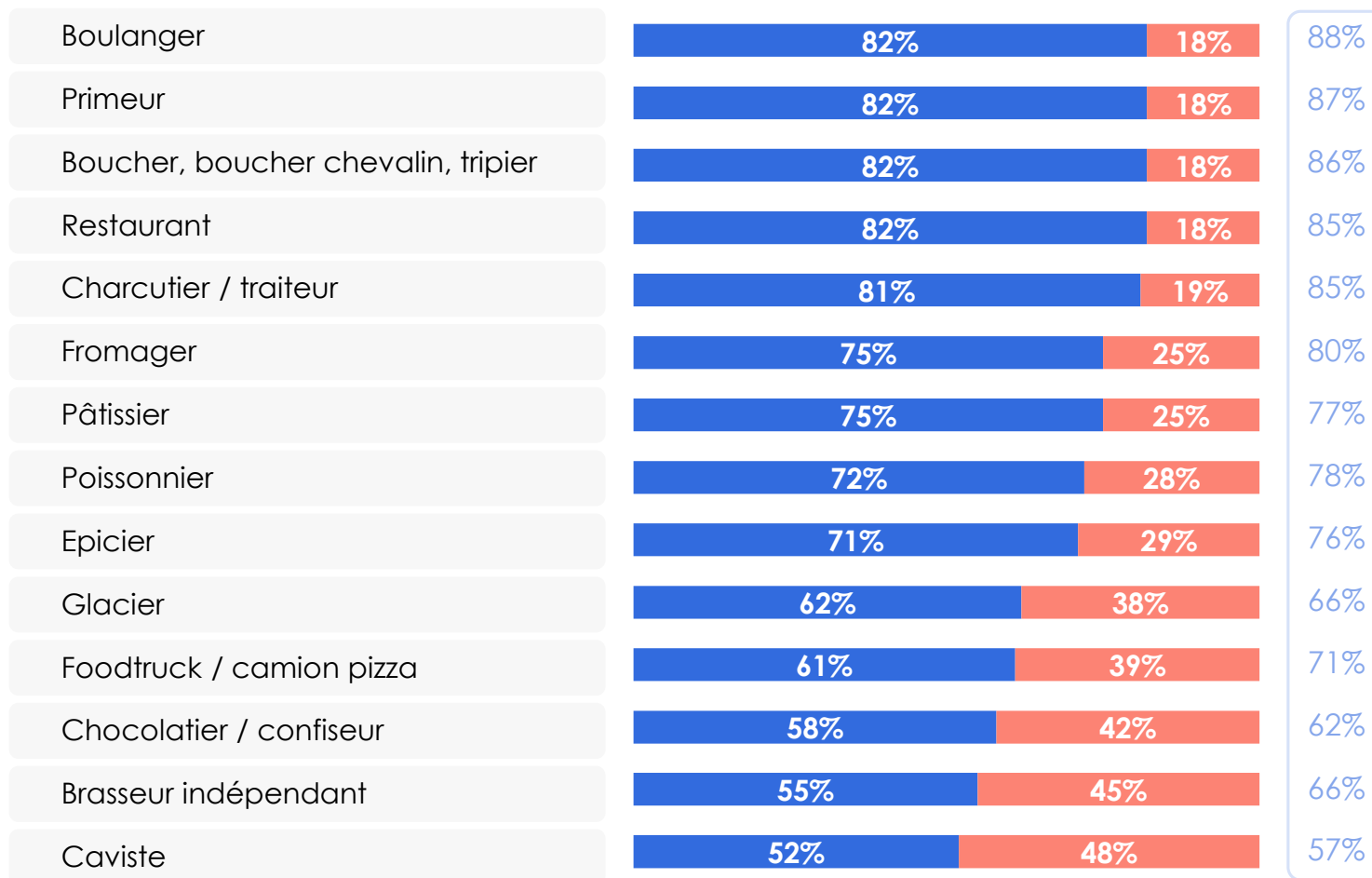
Base : A tous (n=2518) – Une seule réponse possible



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

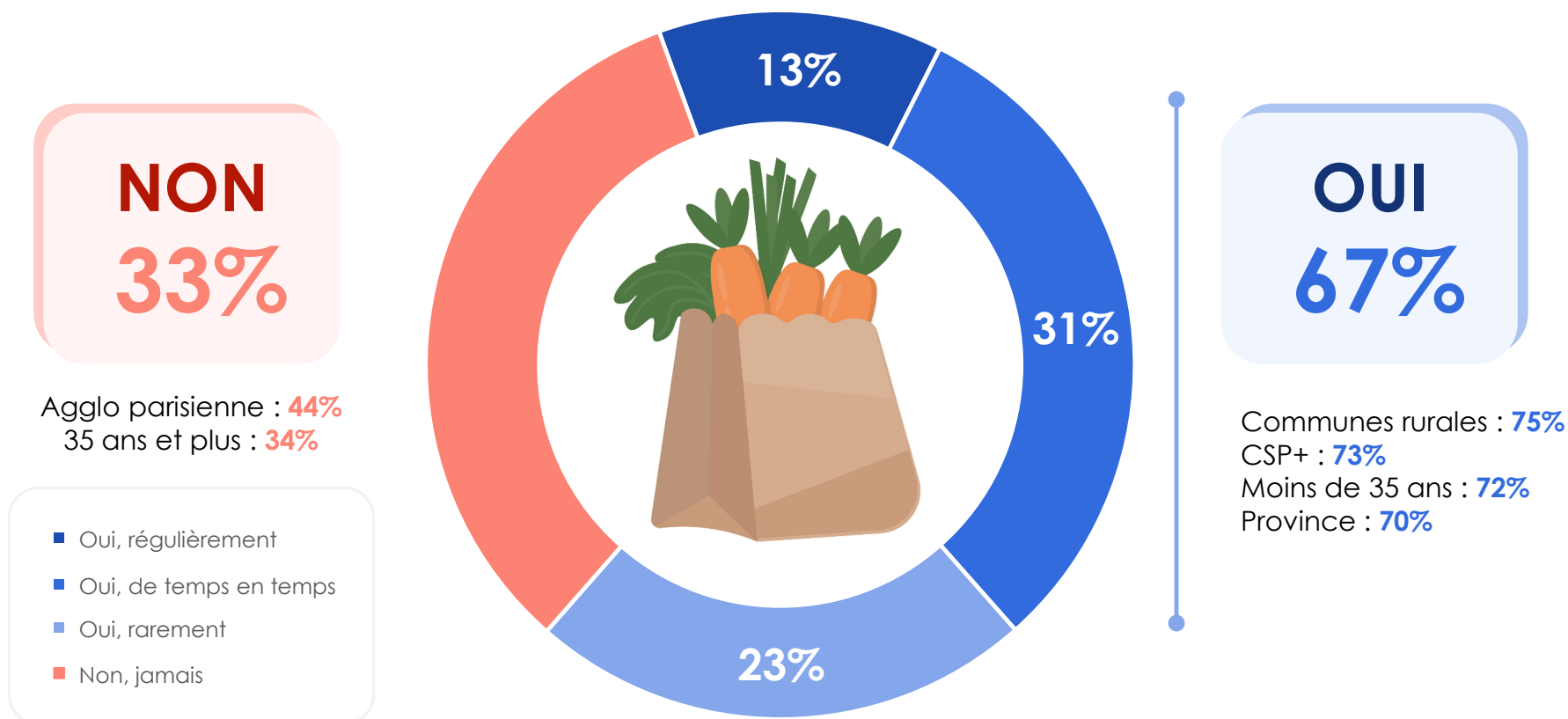


■ Important
■ Pas important

... 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



69% Retraités : **84%**

Les fruits frais

57% Retraités : **71%**

Les œufs

43% Retraités : **52%**

La viande

38% Communes rurales : **44%**

Le fromage, les produits laitiers

36%

La charcuterie

19% Moins de 35 ans : **24%**

Le poisson

18% CSP+ : **23%** / Moins de 35 ans : **22%**
Hommes : **20%**

Les gâteaux, confiseries, miel...

16% Moins de 35 ans : **24%**
CSP+ : **20%**

Le vin

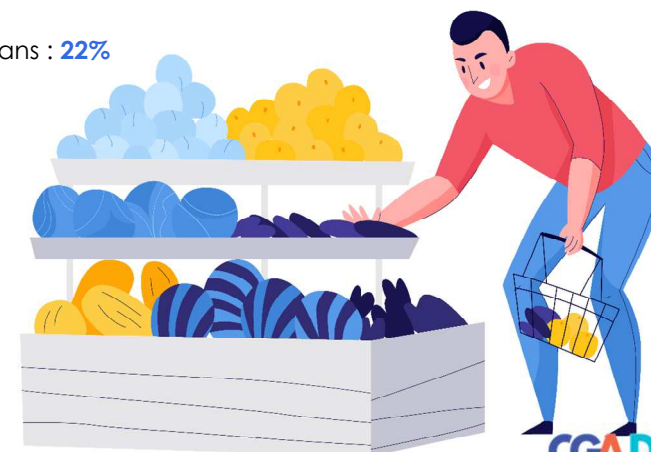
16% Hommes : **20%**

La bière

11% Hommes : **14%**
CSP+ : **13%**

Les céréales

11% Moins de 35 ans : **20%**
CSP+ : **14%**



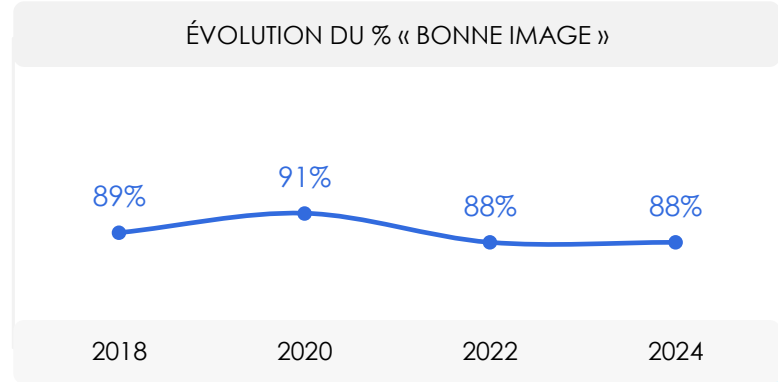
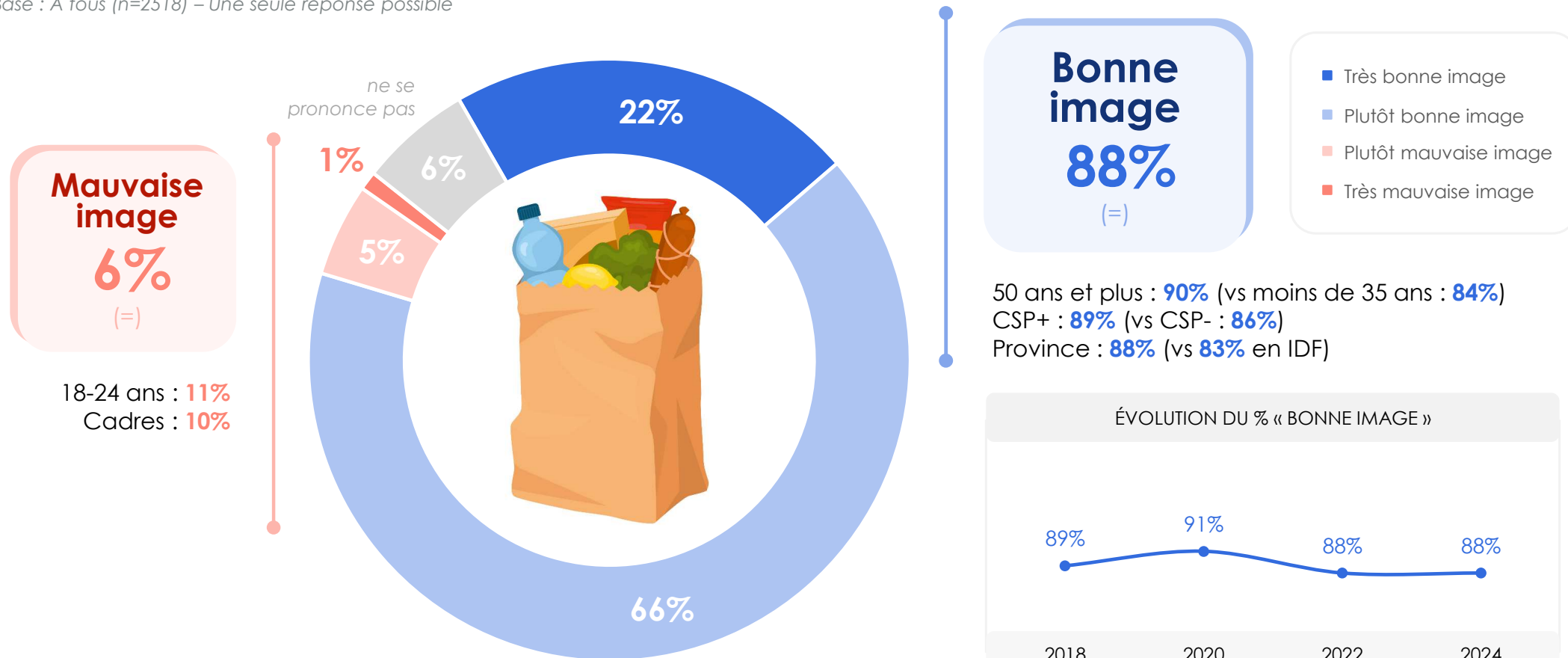
QUATRIÈME PARTIE

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

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

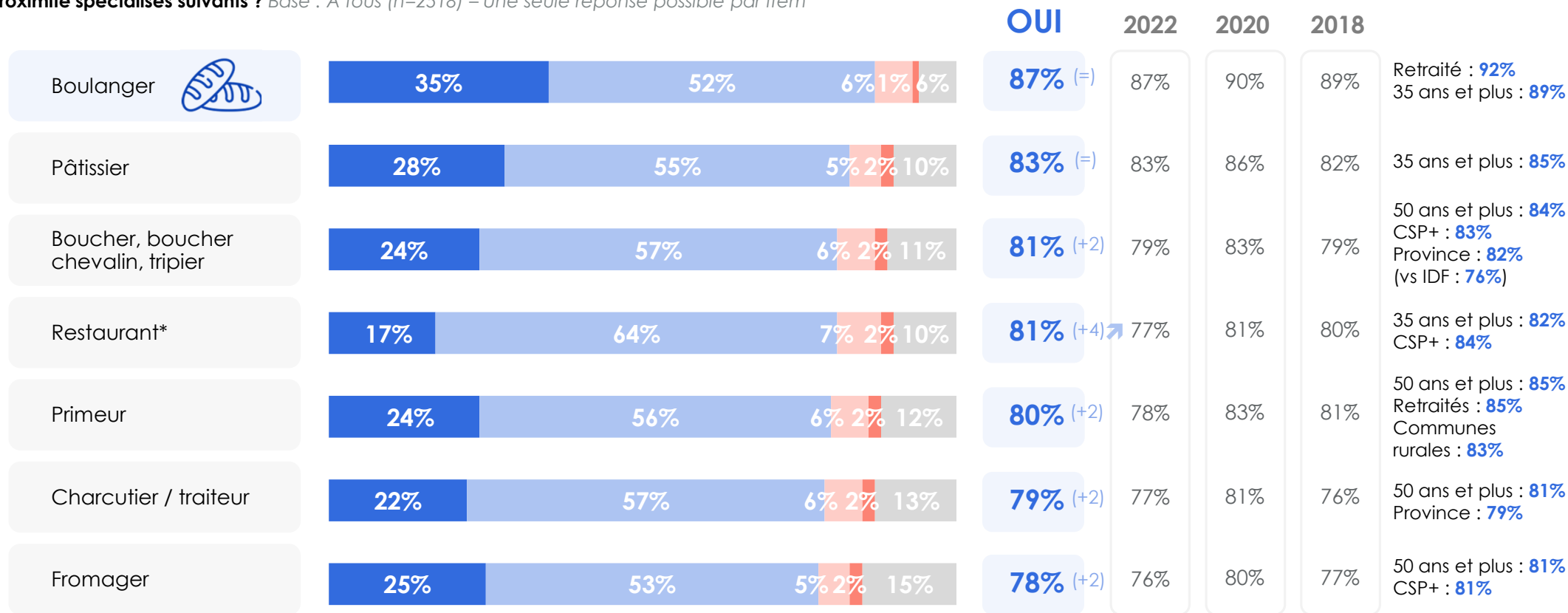
Q6. D'une manière générale, diriez-vous que vous avez une très bonne, plutôt bonne, plutôt mauvaise ou très mauvaise image des commerces/entreprises alimentaires de proximité spécialisés ?

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



Et dans le détail, une image des différents commerçants/ entreprises alimentaires de proximité spécialisés 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

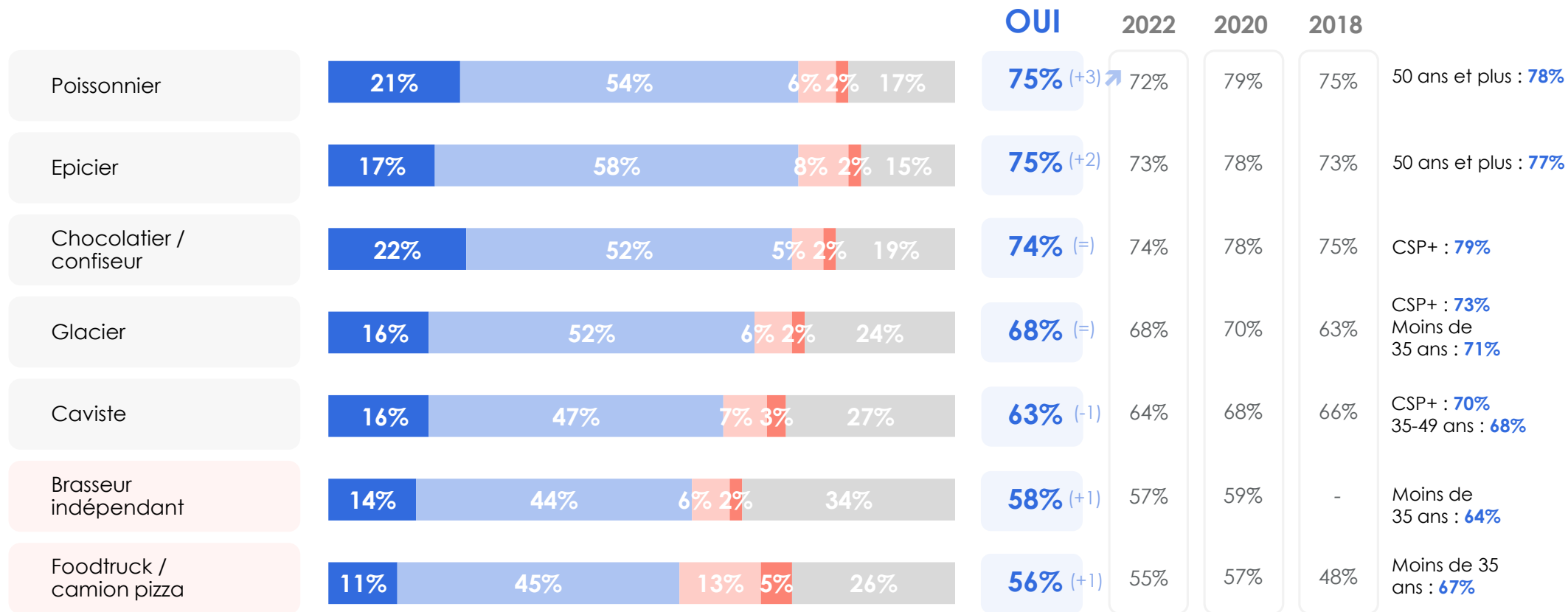


*L'item dans les éditions précédentes était « café, restaurant »

■ 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



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

Pour parler et décrire les commerces/entreprises alimentaires de proximité spécialisés, 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, FACILE ⁽⁺¹⁾

- Pratique : 6%

7% PRIX

- Prix (sp) : 4%

6% SERVICES

- Conseils : 4%

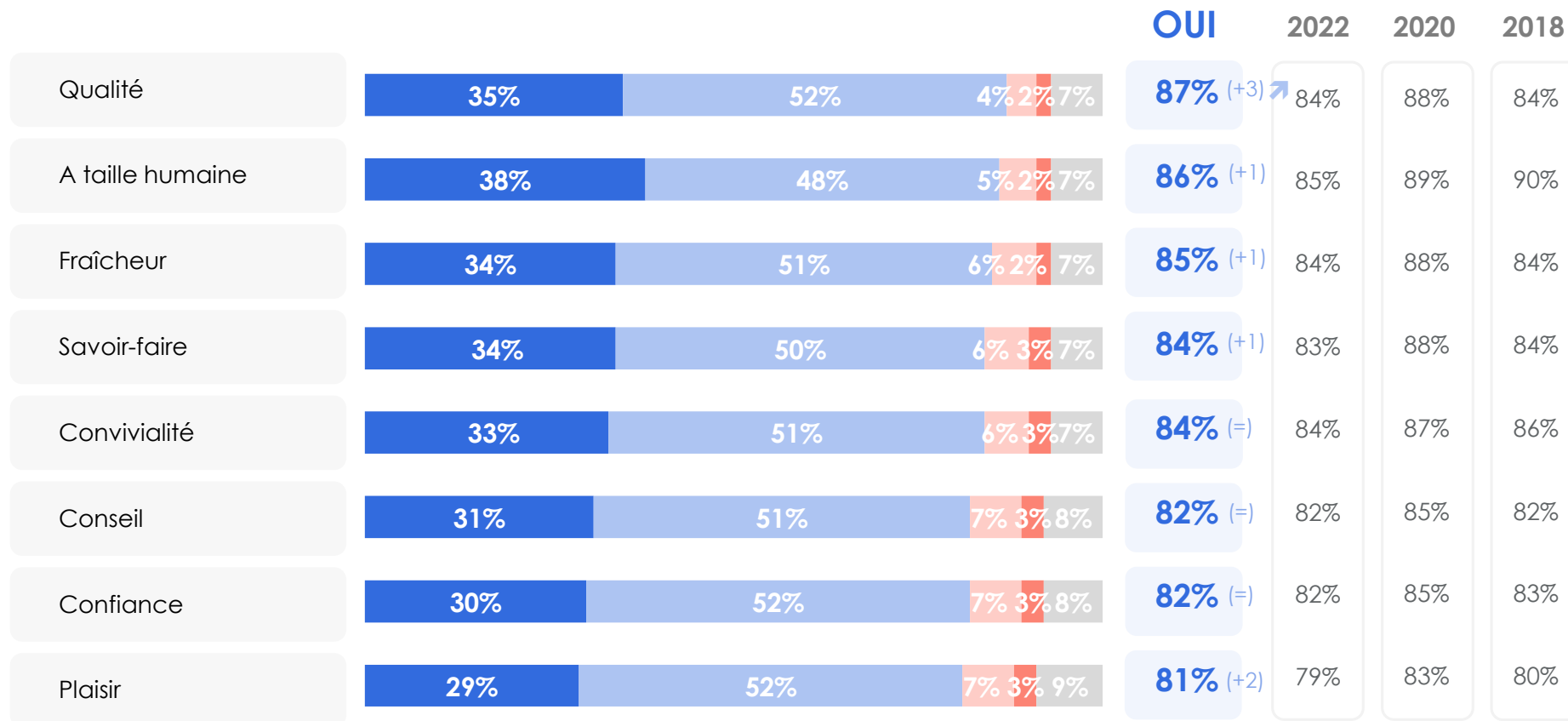
5% TRADITION ARTISANALE ⁽⁺¹⁾

- 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

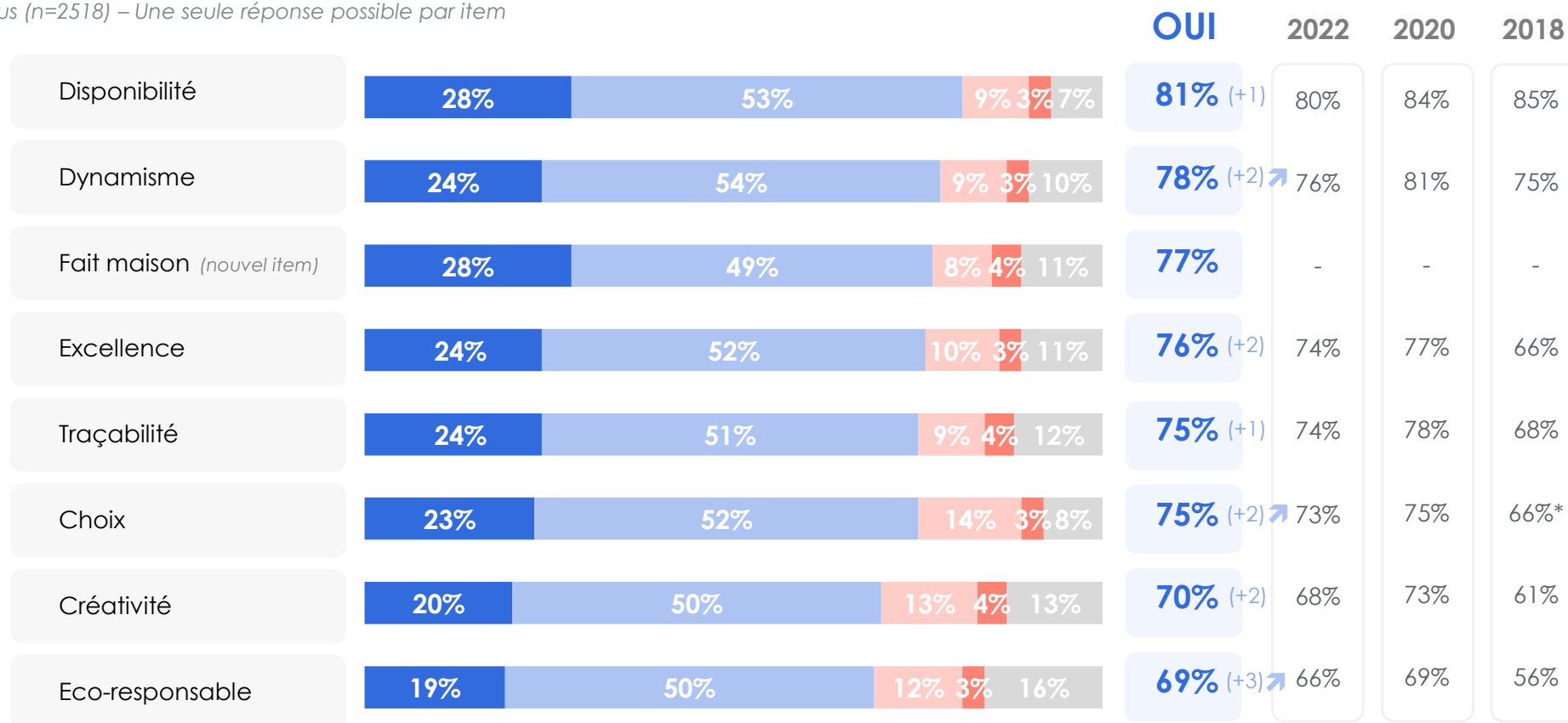


■ Oui, tout à fait ■ Oui, plutôt ■ Non, plutôt pas ■ Non, pas du tout ■ Ne se prononce pas

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

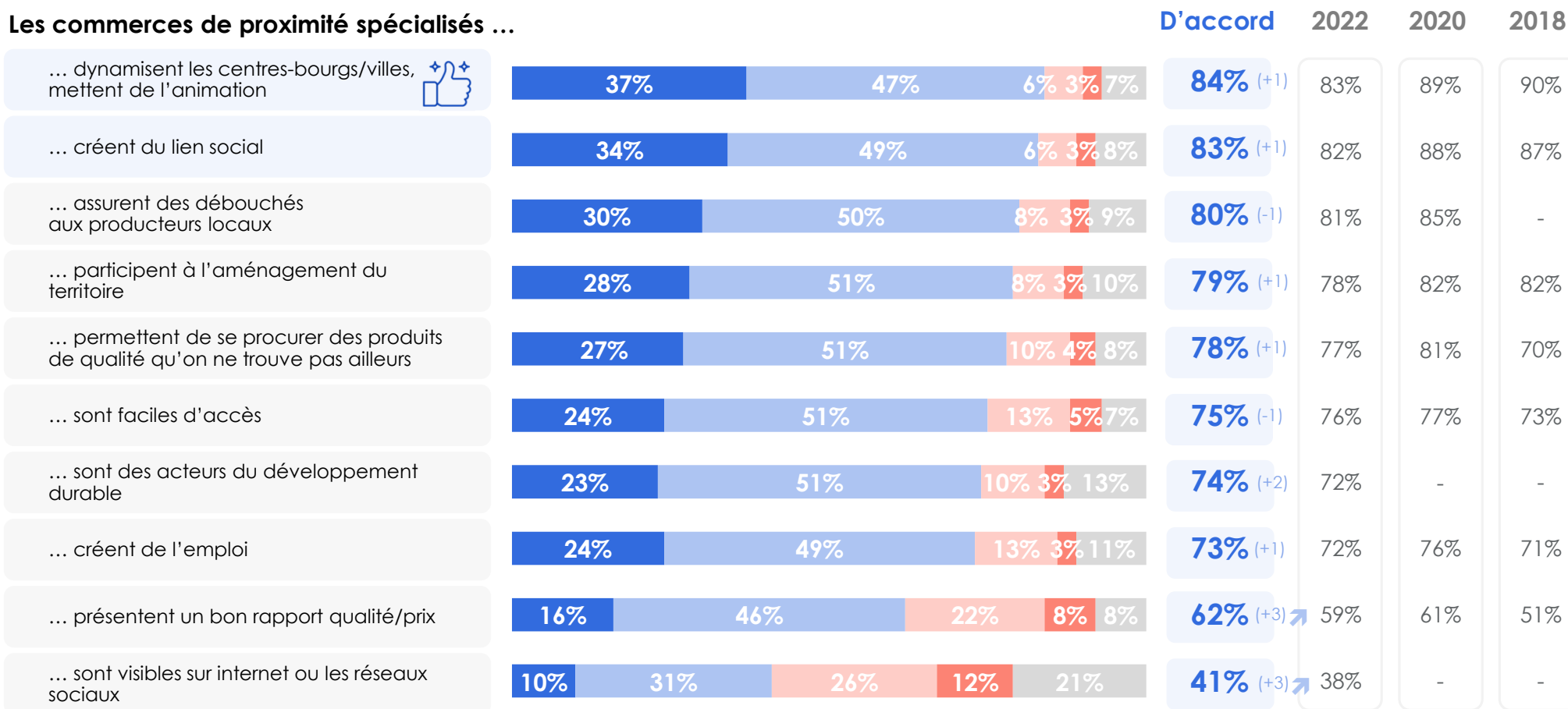
*Changement d'item : Diversité

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

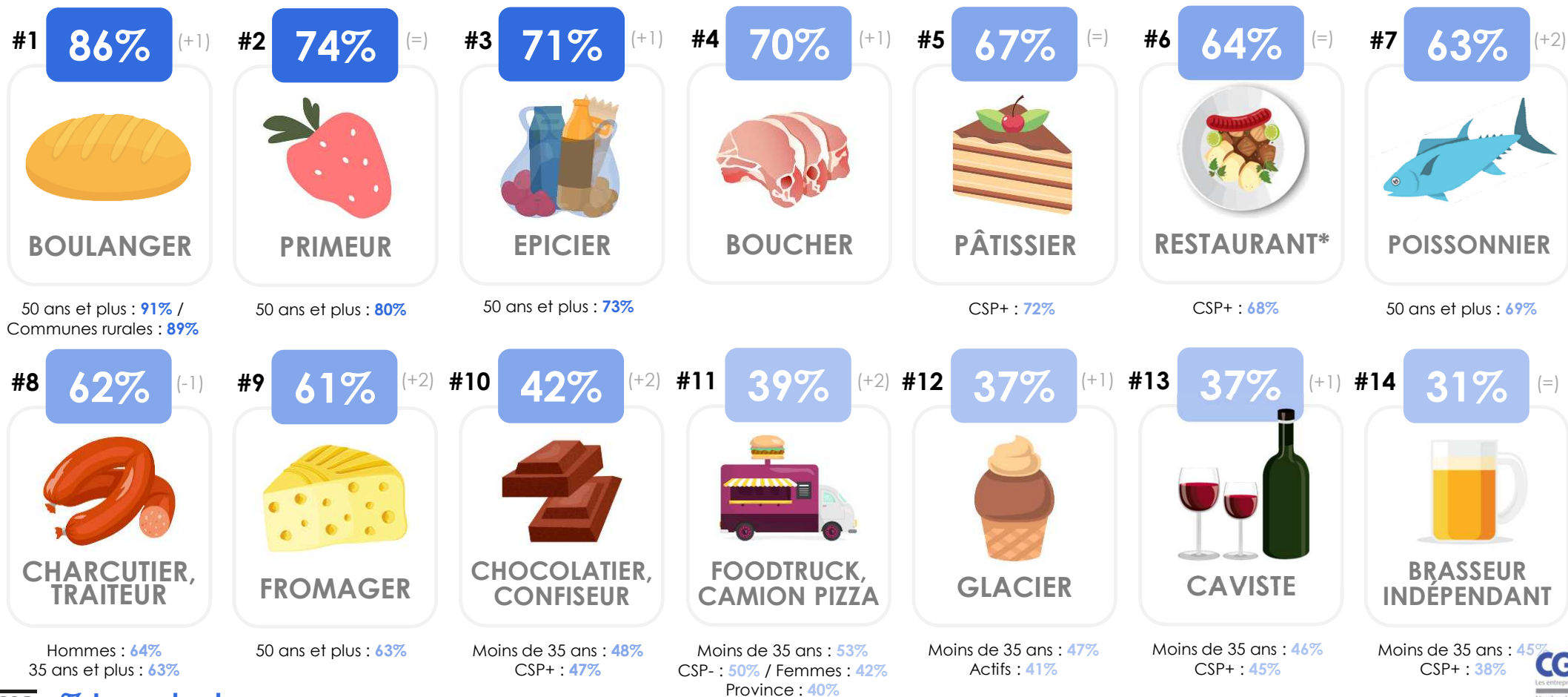
Les commerces de proximité spécialisés ...



■ Tout à fait d'accord ■ Plutôt d'accord ■ Plutôt pas d'accord ■ Pas du tout d'accord ■ Ne se prononce pas

Jamais sans mon boulanger !

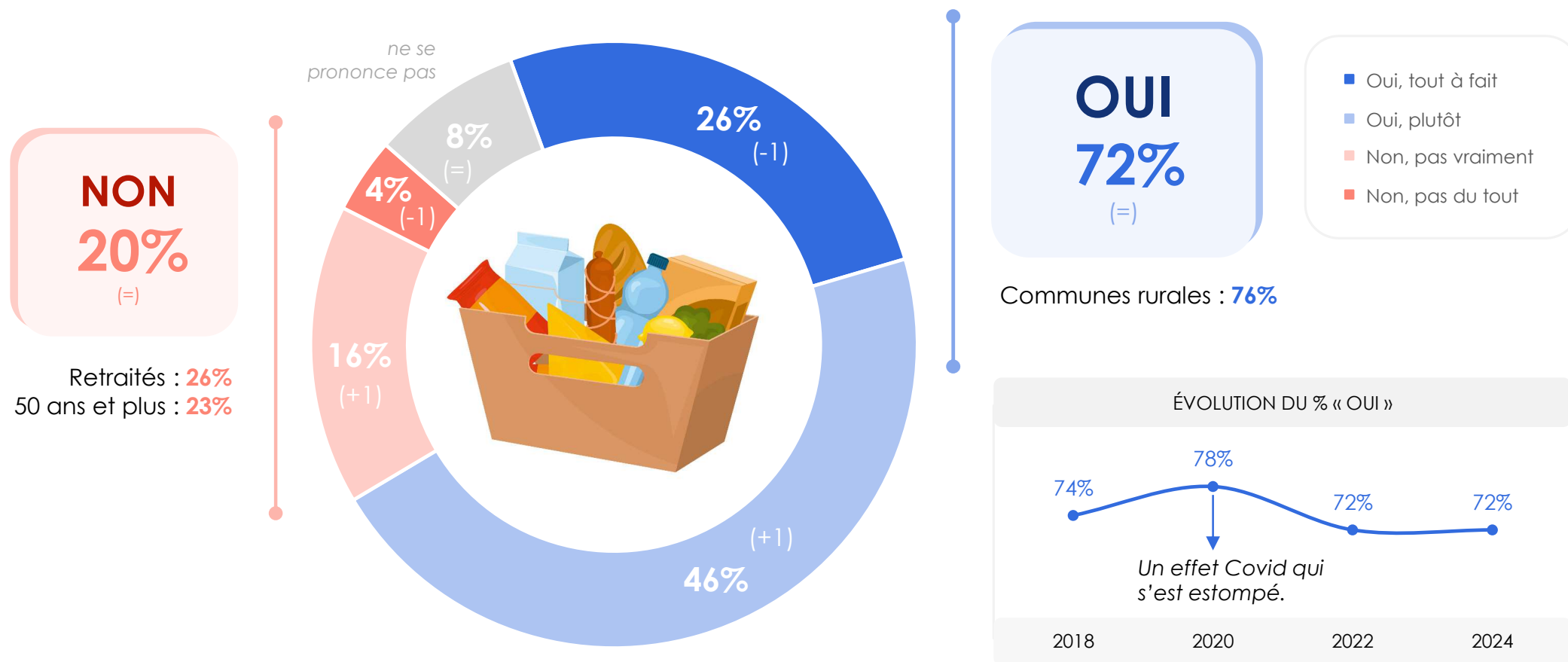
Q10. Pour chacun des commerçants/entreprises alimentaires de proximité spécialisés suivants, est-ce très important, plutôt important, plutôt pas important ou pas du tout important d'en avoir un(e) près de chez vous (magasin ou marché) ? Base : A tous (n=2518) – Une seule réponse possible par item



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.

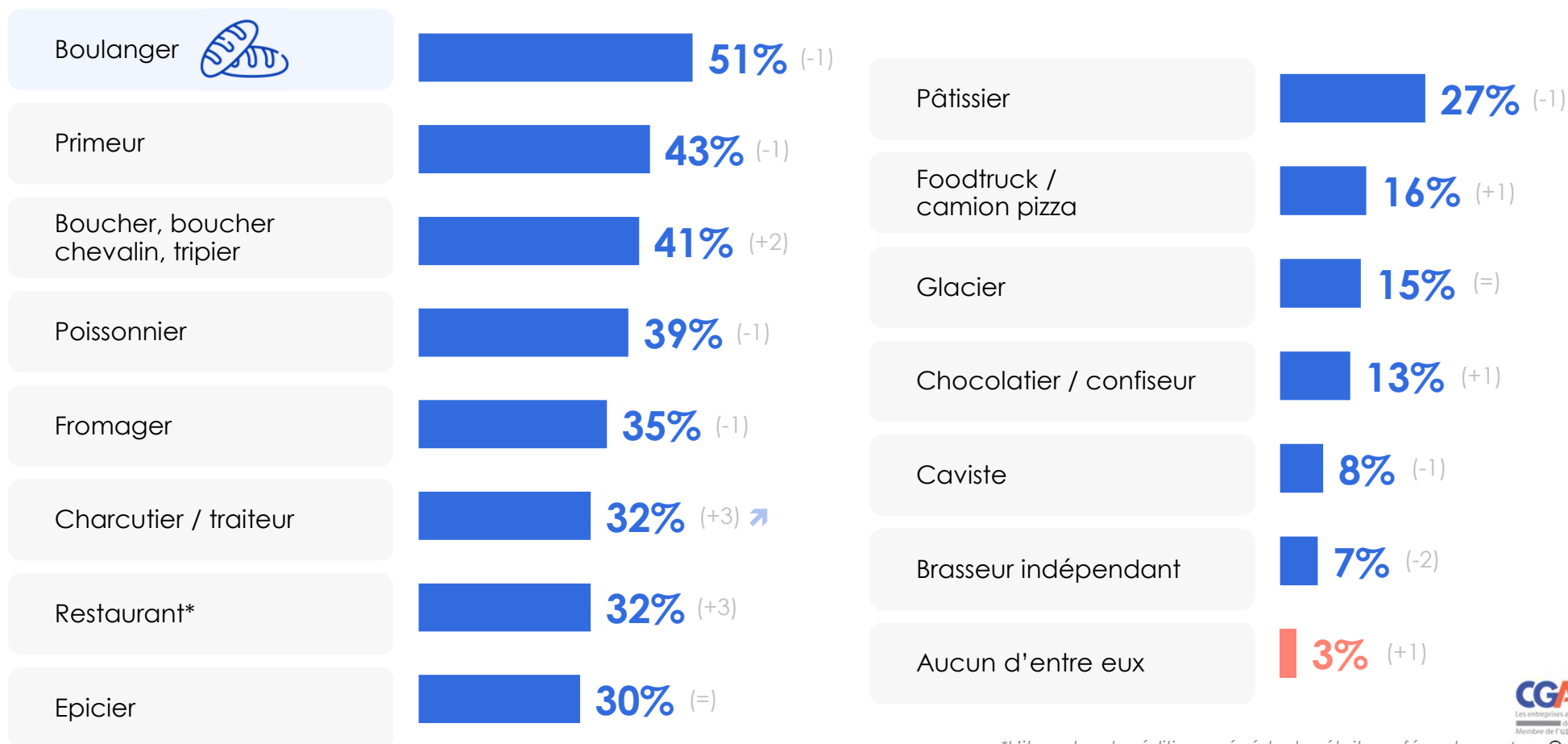
A noter, la progression des charcutiers/traiteurs cette année.

Q11bis. Lesquels ?

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

Rappel

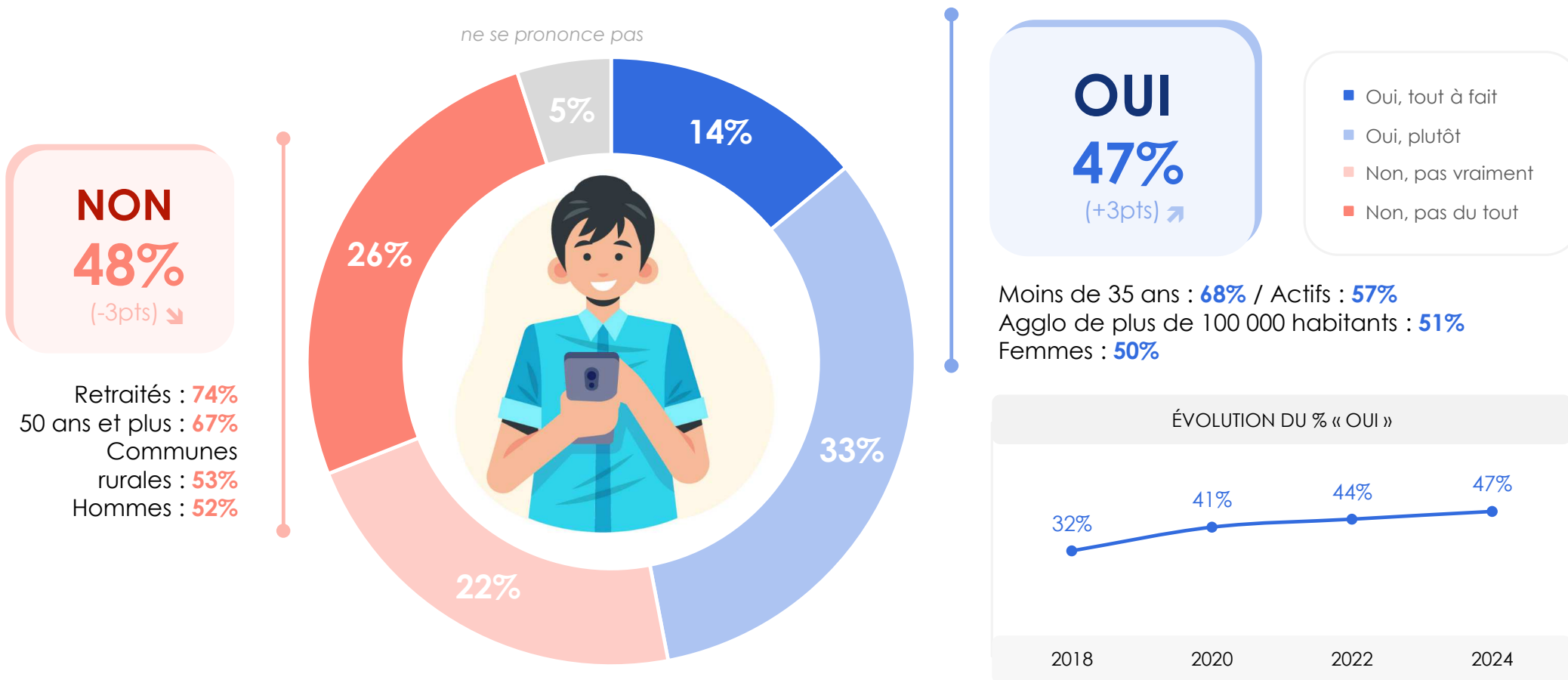
72%
souhaitent
avoir plus de
commerces
/ entreprises
alimentaire
de proximité



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

