

LES FRANÇAIS ET LES COMMERCE PRÈS DE CHEZ EUX

MÉTROPOLES VS FRANCE PÉRIPHÉRIQUE : 4 PROFILS DE CONSOMMATEURS A DÉCOUVRIR Étude OpinionWay pour Asterop

Laurence, la Parisienne, **Stéphanie**, habitante de zone rurale proche d'une ville, **Sébastien**, habitant le centre-ville d'une ville moyenne ou encore **Jean**, habitant en pleine zone rurale isolé de la ville : 4 profils consommateurs pour traduire concrètement les différentes réalités des Français face à leurs commerces de proximité, d'après la dernière étude OpinionWay pour Asterop.



EN BREF, RAPPELS DE L'ÉTUDE

4 PROFILS DE CONSOMMATEURS POUR 4 RÉALITÉS FRANÇAISES DIFFÉRENTES

- Laurence, habitant Paris**, fait toutes ses courses en **centre-ville** et parcourt à pieds **1 km** pour se rendre dans n'importe quel commerce ;
- Stéphanie, habitante de zone rurale en périphérie d'une petite ville**, utilise toujours sa **voiture** pour parcourir les **10 km** de moyenne et se rendre dans **une zone commerciale en périphérie de la ville** ;
- Sébastien, habitant le centre-ville d'une ville moyenne**, utilise souvent sa voiture pour parcourir les **3 km** qui le séparent de ses **commerces de centre-ville** ;
- Jean, habitant en zone rurale isolée de la ville**, est obligé d'utiliser sa voiture pour faire les **12,5 km** qui le séparent de ses commerces, et ce malgré les contraintes puisqu'il n'y a **pas d'offre de proximité**.

JUSQU'À 6 FOIS PLUS DE DISTANCE À PARCOURIR POUR LES DÉLAISSÉS DE L'OFFRE COMMERCIALE

- 73%** des ruraux doivent se rendre en périphérie des villes ou dans les zones commerciales pour aller dans un supermarché contre **39%** des Franciliens
- Pour se rendre dans n'importe quel type de commerce**, en fonction de leur lieu d'habitation, les Français peuvent parcourir une **distance jusqu'à 6 fois plus longue** :
 - ✓ **2 km** à Paris et en région parisienne ;
 - ✓ **12,2 km** en zone rurale.

UNE FRANCE DIVISÉE : 4 FRANÇAIS SUR 10 DÉLAISSÉS SUR L'OFFRE DE COMMERCE DE PROXIMITÉ

- 40%** des Français estiment difficile d'accéder à une offre de commerces de proximité classique (boulangers, charcutiers, primeurs etc.), dont **50%** des habitants de zone rurale
- Près d'un Français sur deux (**48%**) jugent que les **librairies** ne sont pas assez nombreuses
- 40%** des Français considèrent que les **magasins de chaussures** ne sont pas assez nombreux
- 39%** des Français trouvent que les **commerces d'habillement** ne sont pas assez nombreux
- 37%** des Français déclarent que les **commerces de bouche** ne sont pas assez nombreux
- 27%** des Français jugent qu'il y a trop **d'agences immobilières**

LES FRANÇAIS INQUIETS POUR L'AVENIR DE LEURS COMMERCES

- 31% des Français se disent **inquiets** pour les **commerces de centre-ville** et **53%** pour les **commerces ruraux**
- 82% des Français pensent que de plus en plus de commerces de proximité sont obligés de **fermer**
- 80% des Français jugent que les **centres-villes** sont en **déclin** à cause des difficultés des commerces de proximité
- 64% des Français estiment que l'e-commerce a un impact sur le commerce physique

L'ensemble des supports de cette étude est disponible sur demande par retour de mail.

A l'heure du « tout numérique » et de l'essor des produits high-tech et connectés, Asterop, entreprise de data marketing experte en optimisation de la performance locale, a souhaité mettre en exergue les particularités des relations que les Français entretiennent avec les commerces à proximité de leur lieu de vie et souligner la possible complémentarité entre commerce en périphérie et en centre-ville, avec le concours d'une étude OpinionWay.

Dans le premier volet, publié le 22 mai dernier, Asterop dressait un constat implacable : la France est divisée entre les villes et les champs, en particulier dans le maillage commercial de chaque zone géographique. Il existe donc une France privilégiée, celle des grandes villes et notamment de Paris, où l'offre commerciale de proximité est riche et complète (moins de 2 km parcourus en moyenne pour que les Français se rendent dans leurs commerces).

Mais il existe aussi une France des campagnes, où l'utilisation de la voiture est quasiment obligatoire à chaque fois que les Français doivent faire leurs courses, avec une moyenne de 12,5 km tout type de commerce confondu. Le maillage commercial y est incomplet, puisque les Français des campagnes ne disposent pas d'une offre de commerce de proximité classique et que de nombreux services (librairies, magasins de vêtements...) sont peu nombreux voire absents.

Pour traduire concrètement ces inégalités, Asterop a choisi de réaliser 4 personae différentes : Laurence et Sébastien, pour la France des villes ; Stéphanie et Jean pour la France des champs

LAURENCE ET SÉBASTIEN, LA FRANCE DES VILLES



Laurence

Sa devise :
« Mon quartier, c'est toute ma vie »



Habite Paris ou le centre ville de grandes agglomérations



Effectue la plupart de ses trajets à pieds



Parcourt moins d'1km pour se rendre dans les commerces



Laurence, cadre dirigeante de 55 ans, vit seule à Paris



Elle adore son quartier et connaît tous les commerçants



Elle prend plaisir à y faire ses courses, à la fois pour le côté pratique d'être à côté de chez soi mais aussi pour l'accueil sympathique qu'on lui réserve



Bien que très satisfaite de l'offre de proximité près de chez elle, un seul point pourrait être amélioré : le prêt à porter. En effet elle regrette de ne pas avoir plus de magasins de prêt à porter près de chez elle, et a recours ponctuellement à Internet pour commander des articles



Elle utilise régulièrement des applications de géolocalisation ou des sites de recherche de professionnels pour obtenir des informations sur les magasins





Sébastien

Sa devise :
« En voiture, sinon rien ! »



Habite le centre ville de petites et moyennes villes



Utilise principalement la voiture pour faire ses courses



Parcourt 1 à 4 km pour se rendre dans les commerces en centre-ville



Sébastien a 44 ans. Il est magasinier-cariste dans un entrepôt. Séparé et sans enfant, il vit seul en appartement, proche du centre ville de Tours



Il ne se déplace pas sans sa voiture et fait principalement ses courses en centre-ville car les commerces sont proches de chez lui et l'offre y est suffisamment variée



Il lui arrive de se rendre dans les centres commerciaux, mais de manière plus ponctuelle, pour des ravitaillements volumineux ou pour des achats mode ou high-tech



Il trouve que l'offre commerciale proposée en centre-ville et en zone commerciale est complémentaire



STÉPHANIE ET JEAN, LA FRANCE DES CAMPAGNES



Stéphanie

Sa devise :
« Gagner du temps au quotidien, faire vite et pratique »



Habite en zone rurale, à proximité d'une petite ville



Utilise systématiquement la voiture pour faire ses courses



Parcourt jusqu'à 10 km pour faire ses courses



Stéphanie est une maman dynamique de 40 ans. Elle habite avec sa famille un pavillon dans un petit village situé à quelques kilomètres de Douai



Très occupée, son temps se partage entre son emploi d'assistante de direction et ses deux enfants : Emma, 7 ans et Lucas, 11 ans



Elle a davantage tendance à faire ses courses alimentaires en périphérie de la ville la plus proche ou en zone commerciale, l'offre classique (boulangier/charcutier/primeurs/frais) à proximité immédiate de chez elle n'étant pas suffisamment variée.



Elle souhaiterait parcourir moins de kilomètres pour faire ses courses et regrette la fermeture de commerces de bouche de proximité, très pratiques au quotidien



Elle utilise régulièrement des applications de géolocalisation ou des sites de recherche de professionnels pour obtenir des informations sur les magasins





Jean

Sa devise :
« Je ne peux plus faire mes courses
du quotidien à proximité »



Habite en zone rurale, isolé
de la ville



Même s'il conduit, l'usage de la
voiture est contraignant et plus rare



Parcourt entre 10 et 15 km
pour faire ses courses



Jean a 65 ans. Il vit avec sa femme Martine dans une petite maison, en rase campagne. Nice, la grande ville la plus proche est à plus de 50 km



Il aime le contact humain avec les commerçants, mais faire ses courses s'avère parfois être une tâche bien compliquée pour Jean : l'offre à proximité est souvent pauvre, il faut faire beaucoup de route et les prix sont parfois prohibitifs



Il souhaiterait parcourir moins de kilomètres pour faire ses courses et regrette la fermeture de commerces de bouche de proximité



Même s'il n'est pas un adepte d'internet, il y a parfois recours pour faire ses courses car l'offre y est plus accessible (en termes de prix) et diversifiée



MÉTHODOLOGIE DE L'ÉTUDE

Cette étude a été réalisée sur un échantillon de 1176 personnes représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus. L'échantillon a été interrogé par questionnaire auto-administré en ligne sur système CAWI. Enquête réalisée du 28 mars au 9 avril 2018.

CONTACTS PRESSE

ASTEROP

Samuel RIBAS
01 85 33 12 70

samuel.ribas@asterop.com

LOG ON EXPERIENCE

Mike HADJADJ
06 27 30 52 08

mike@logonexperience.com

AGENCE79

Lucien CORPECHOT
06 60 59 01 16

lcorpechot@agence79.com

À propos d'Asterop : Depuis près de 20 ans, Asterop accompagne ses clients dans l'optimisation de la performance marketing et commerciale de leurs réseaux de vente. L'approche Asterop repose sur 4 expertises complémentaires : le conseil, la modélisation statistique, l'édition de données et l'édition de logiciel. La complémentarité de cette offre permet ainsi de répondre aux acteurs de tous secteurs : commerce, grande distribution, banque & assurance, franchise, santé & pharmacie, industrie, public...

www.asterop.com