

L'Observatoire
Société &
Consommation

GALIMMO

Les Français, les commerces et le lien social

Septembre 2024 – Vague 2 du Baromètre Galimmo



Méthodologie

Les données quantitatives présentées dans ce rapport sont issues d'une enquête réalisée en ligne par L'ObSoCo sur le panel Bilendi du 15 au 24 juillet 2024.

- L'enquête a été conduite sur la base d'un échantillon total de 1000 personnes représentatif de la population de France métropolitaine âgée de 18 à 75 ans. La représentativité de l'échantillon a été établie par la méthode des quotas sur les critères suivants : âge et sexe (quotas croisés), catégorie socioprofessionnelle, région, taille de l'agglomération de résidence, niveau de diplôme. Les données ont été redressées sur l'ensemble des variables « quotas » afin de pallier les écarts résiduels entre la structure de l'échantillon et celle de l'ensemble de la population.
- Comme pour l'ensemble des enquêtes que nous réalisons, une série de contrôles de cohérence a été mise en place afin de garantir la qualité des données recueillies (contrôle du temps de passation, exclusion des « straightliners », questions piège, etc.).



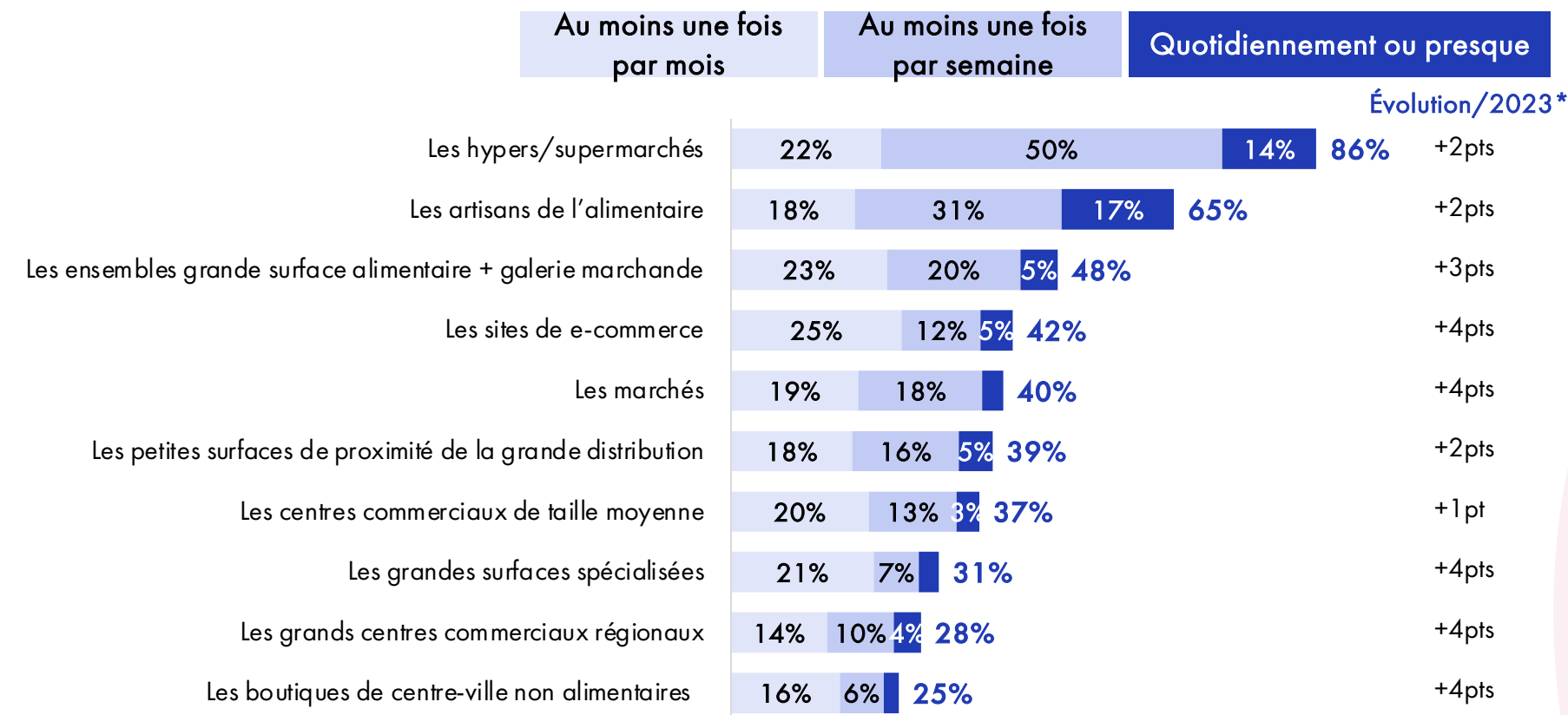
Où les Français font-ils leurs courses ?



Les formats commerciaux les plus fréquentés par les Français

Au cours des 12 derniers mois, à quelle fréquence avez-vous personnellement réalisé des achats dans les catégories de commerce suivantes ?

Base totale, n = 1000



À retenir

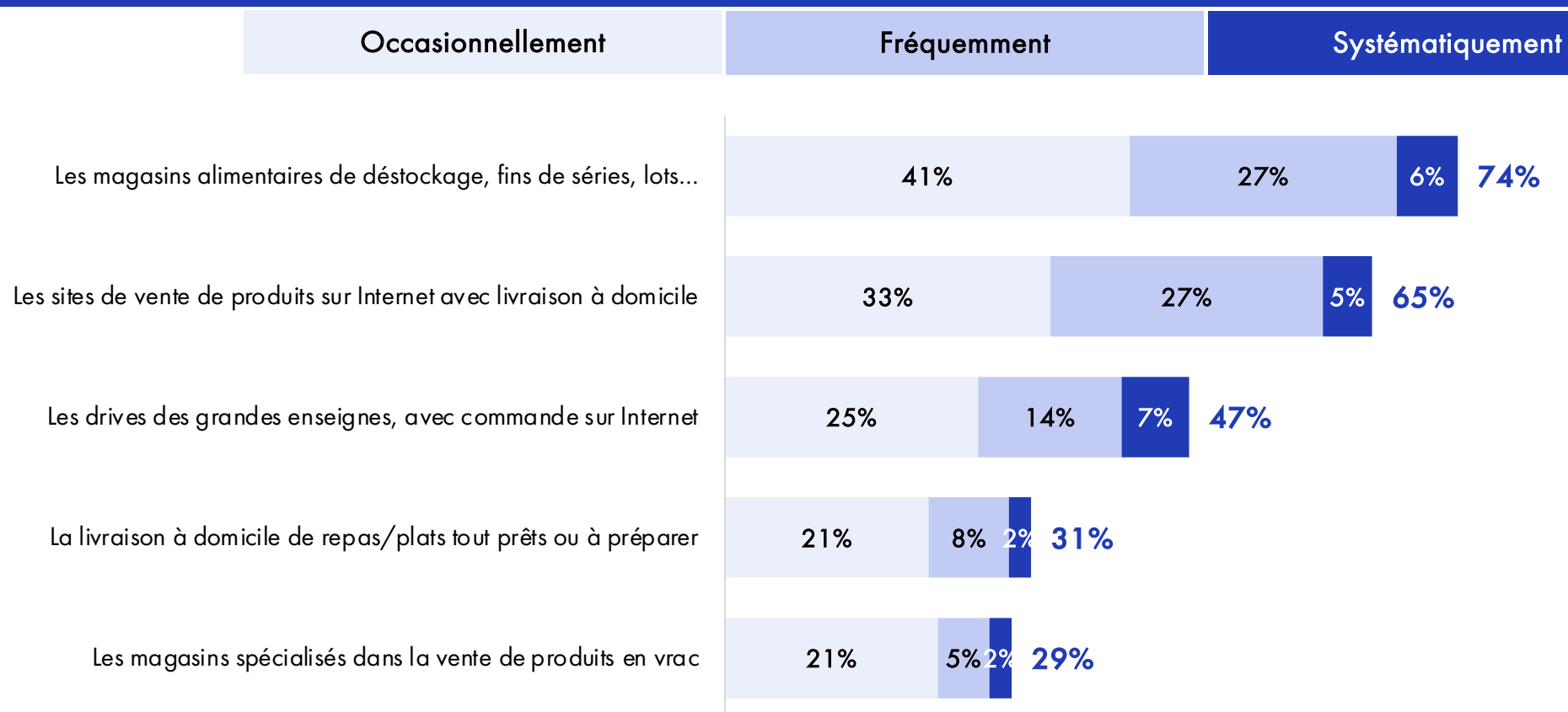
60%

des Français ont fréquenté un centre commercial au moins une fois par mois (+2pts/2023).

Les formats commerciaux émergents

Avez-vous recours aux circuits commerciaux suivants...

Base totale, n = 1000



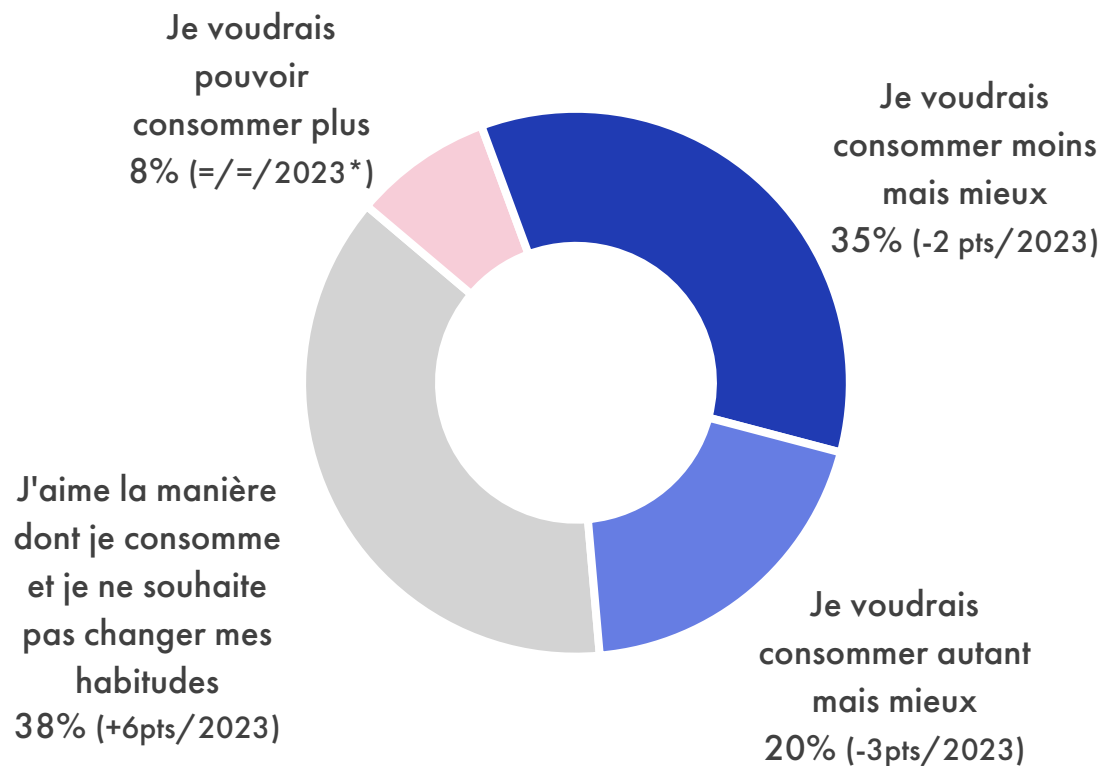
Les nouveaux commerces à impact



Les postures relatives à sa propre consommation

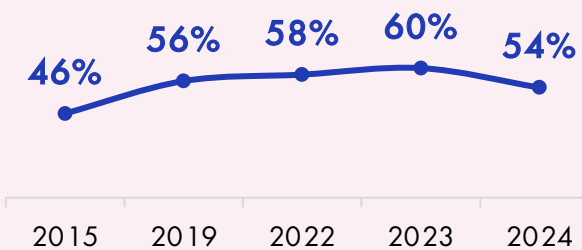
« Laquelle de ces affirmations correspond le mieux à ce que vous pensez ? »

Base totale, n = 1000



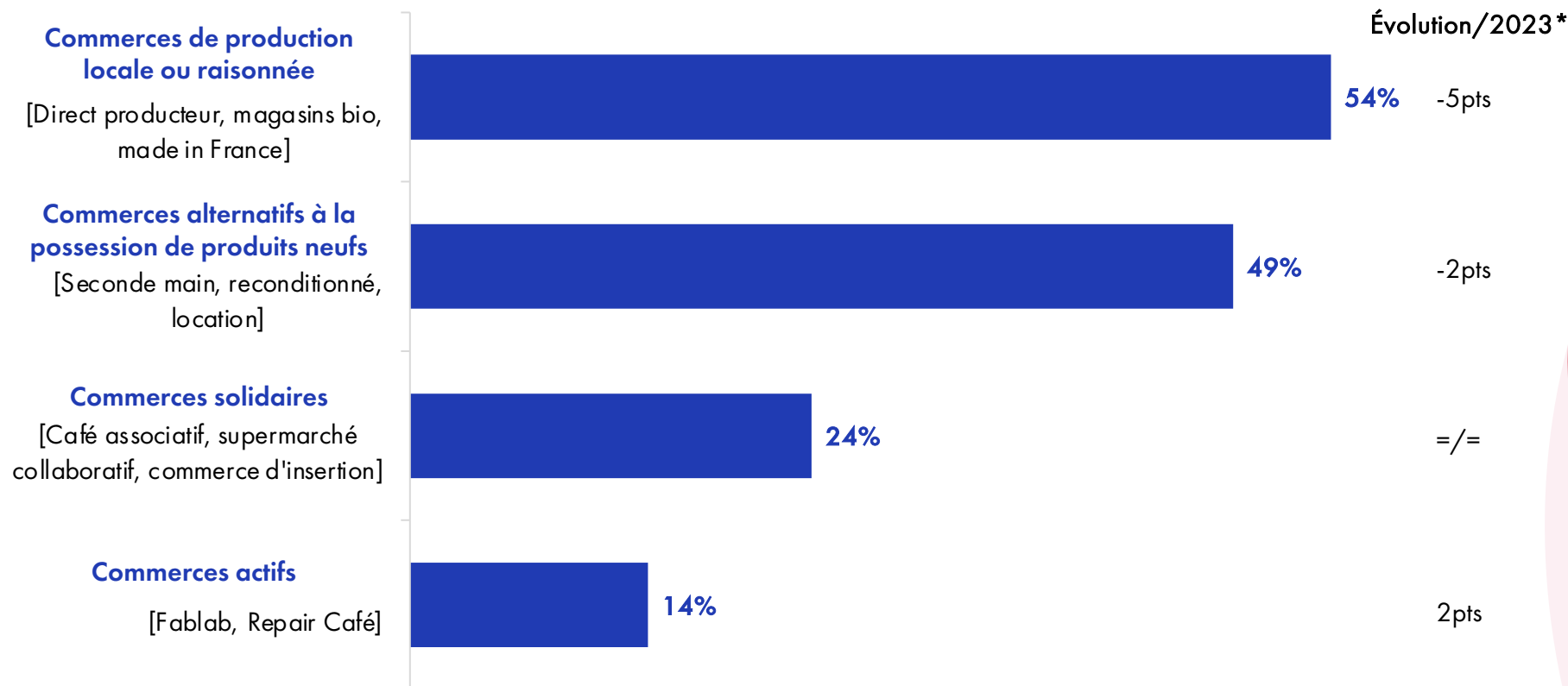
À retenir

Evolution du taux de personnes interrogées déclarant vouloir consommer mieux



Fréquentation des différents commerces à impact

Lors des 12 derniers mois, avez-vous fréquenté les commerces suivants ?

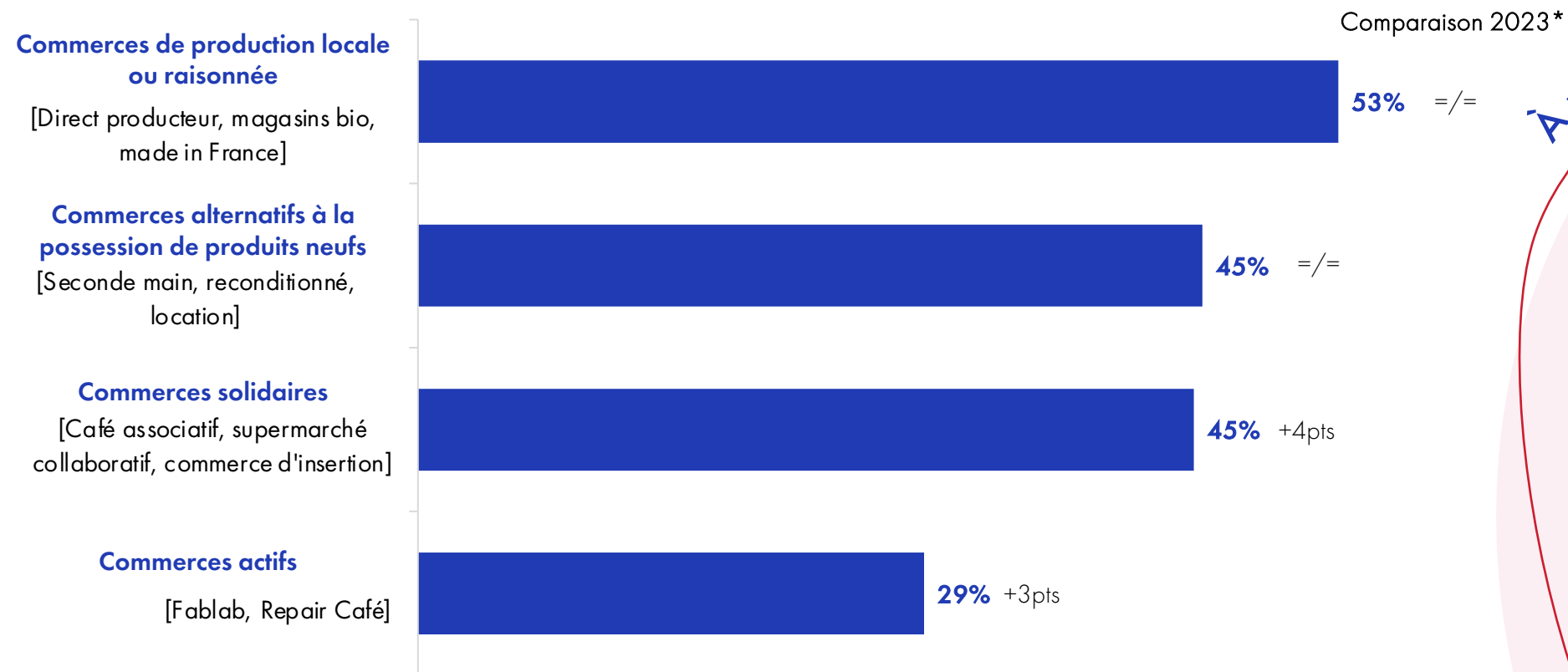


À retenir

67% des personnes interrogées ont fréquenté au moins un commerce à impact au cours de l'année (-5pts/2023*)

Intérêt pour les différents commerces à impact

Intérêt marqué pour au moins un des commerces des groupes suivants



À retenir

69%

des personnes interrogées témoignent d'un intérêt marqué pour au moins un des 6 nouveaux commerces à impact considérés (=/= / 2023).

Des commerces perçus comme ayant des bénéfices collectifs

Qu'est-ce qui vous intéresse ou pourrait vous intéresser dans ce type de commerce ?

Base multiple : tirage au sort de trois commerces, effectifs entre n=545 et n=546 – Moyenne, par élément, des % d'individus l'ayant sélectionné pour chaque commerce



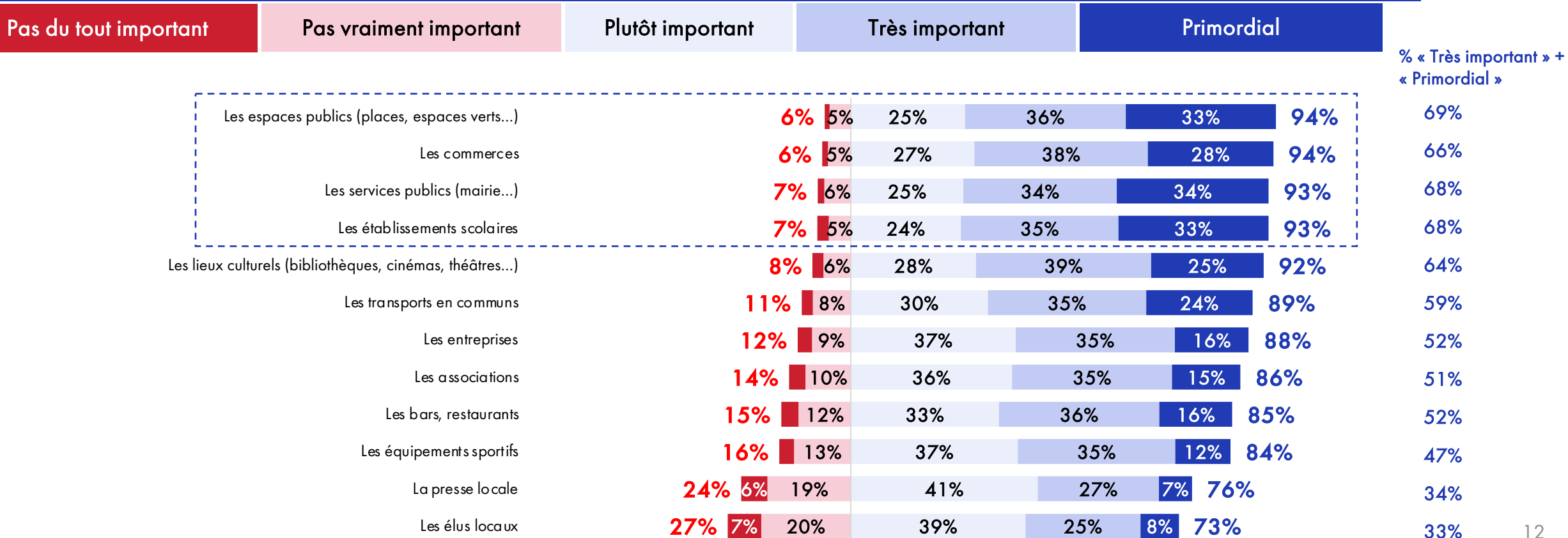
La contribution du commerce au lien social



Les commerces : un rôle essentiel dans la qualité du lien social

Pour chacun les acteurs et lieux suivants, pourriez-vous s'il jouent un rôle important ou non dans la qualité du lien social d'une ville ?

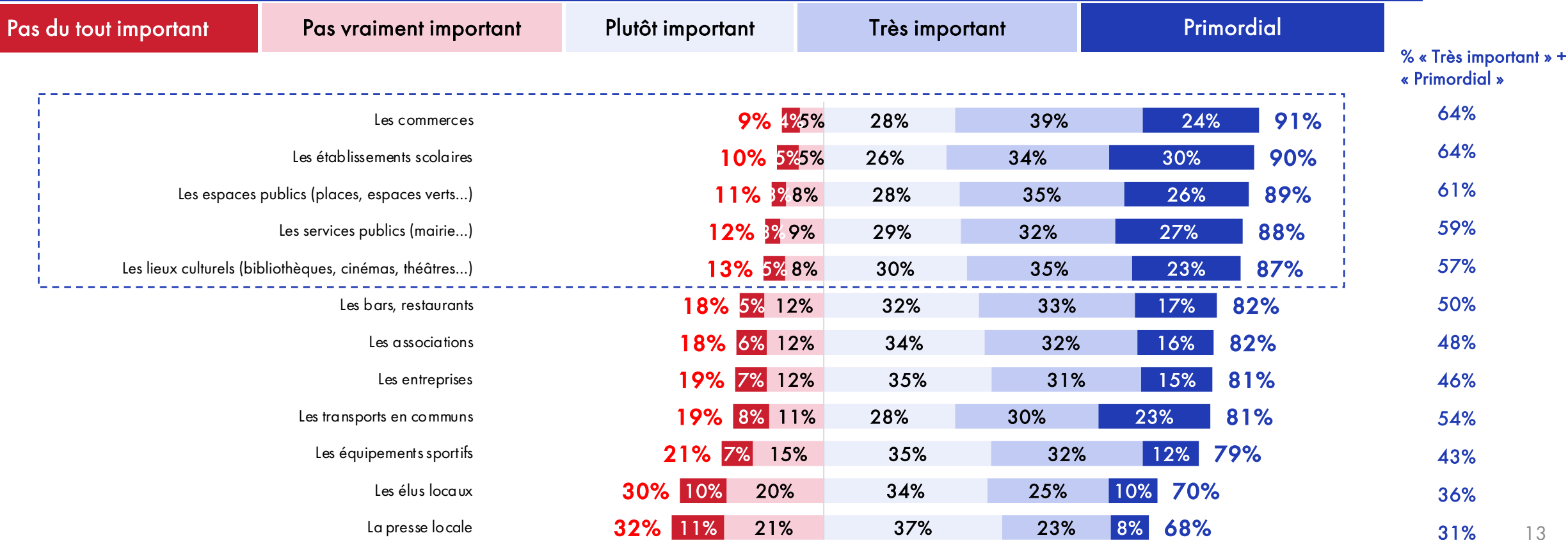
Base totale, n = 1000



Un rôle primordial dont les Français font l'expérience

Pour chacun les acteurs et lieux suivants, pourriez-vous s'il jouent un rôle important ou non dans la qualité du lien social là où vous vivez ?

Base totale, n = 1000



Un rôle important pour nourrir la diversité d'un territoire

De manière générale diriez-vous que les commerces...

Base totale, n = 1000

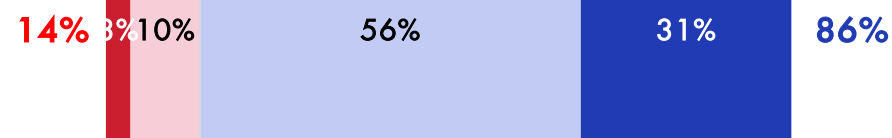
Pas du tout d'accord

Plutôt pas d'accord

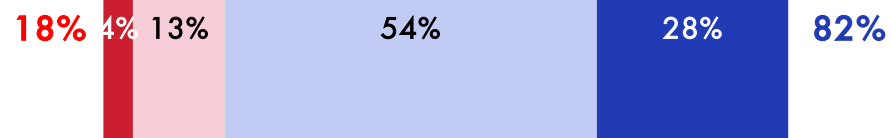
Plutôt d'accord

Tout à fait d'accord

Favorisent les échanges entre personnes de générations différentes



Favorisent les échanges entre personnes de différentes origines et cultures



Les commerces et la sociabilité au quotidien



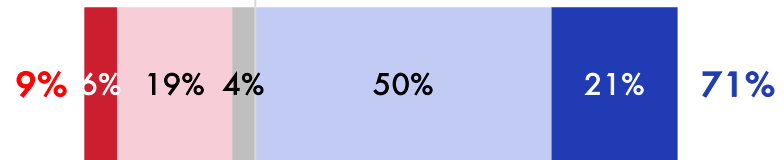
Un impact significatif sur la qualité de vie

Et diriez-vous que les commerces de votre ville ...

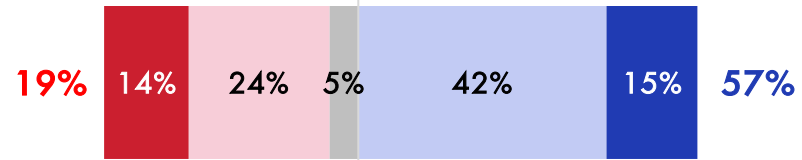
Base totale, n = 1000



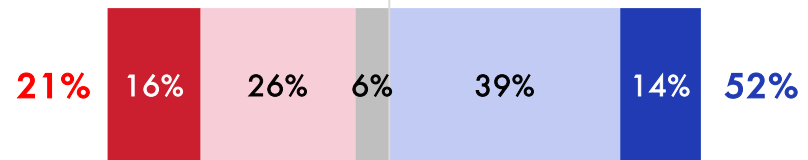
Ont une influence positive sur votre qualité de vie



Vous permettent de vous sentir moins seul.e là où vous habitez



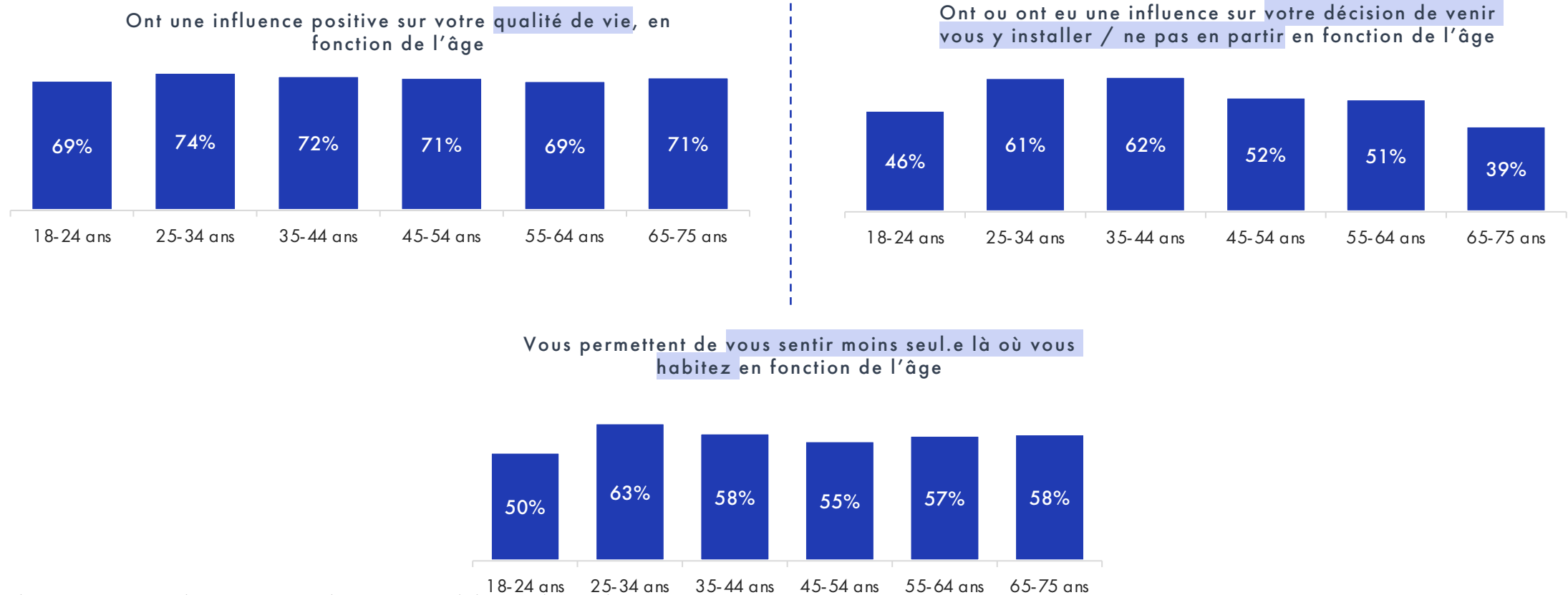
Ont ou ont eu une influence sur votre décision de venir vous y installer / ne pas en partir



Un rôle important à tous les âges

Et diriez-vous que les commerces de votre ville ...

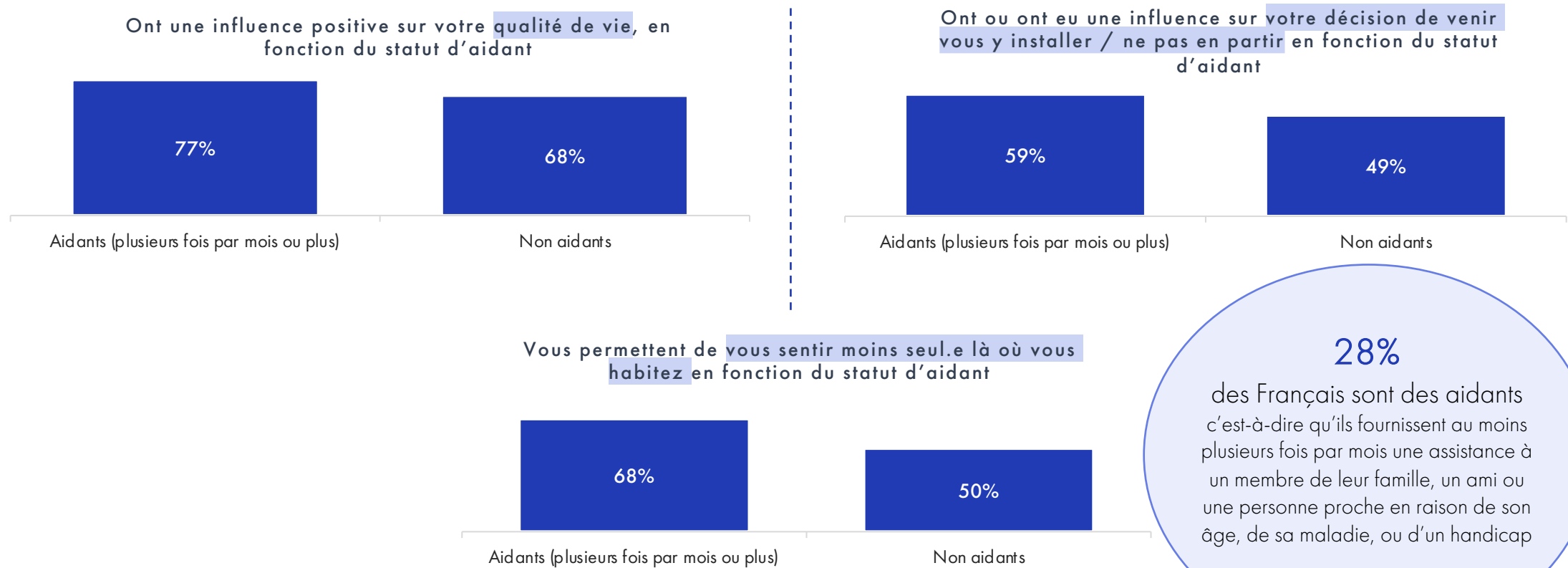
Base totale, n = 1000



Un rôle important pour les aidants

Et diriez-vous que les commerces de votre ville ...

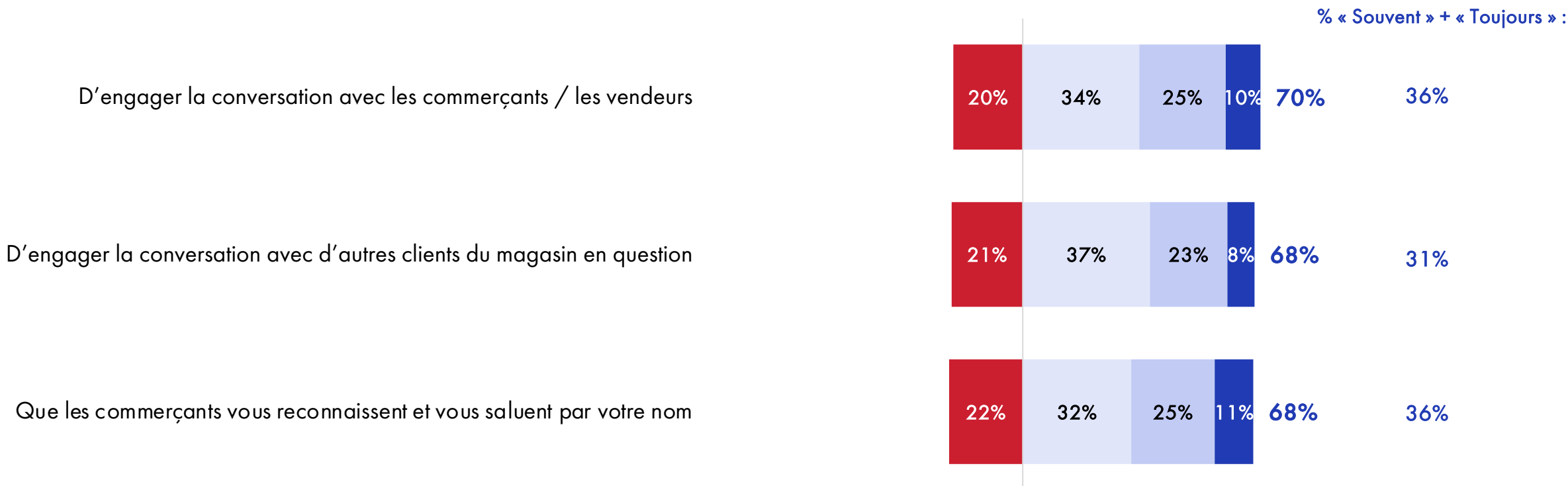
Base totale, n = 1000



Les commerces : lieux de rencontres et d'échanges

Quand vous faites vos courses, dans les commerces que vous fréquentez, vous arrive-t-il...

Base totale, n = 1000

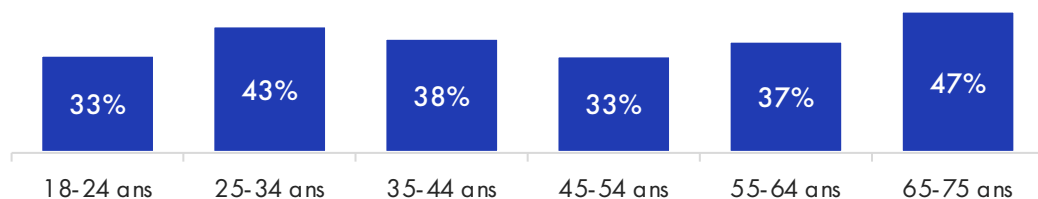


Des lieux de sociabilité notamment pour les personnes les plus âgées

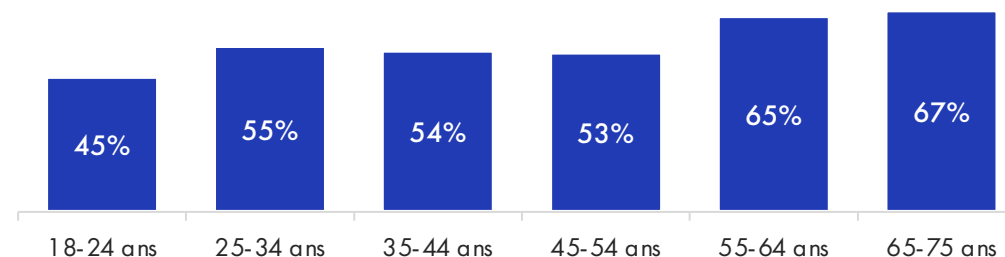
Quand vous faites vos courses, dans les commerces que vous fréquentez, vous arrive-t-il...

Base totale, n = 1000

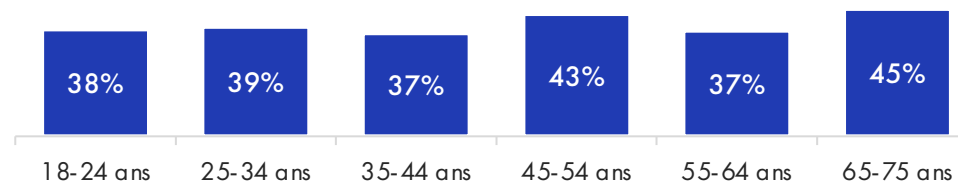
D'engager la conversation avec d'autres clients du magasin
qualité de vie, en fonction de l'âge



D'engager la conversation avec les commerçants/les vendeurs en fonction de l'âge



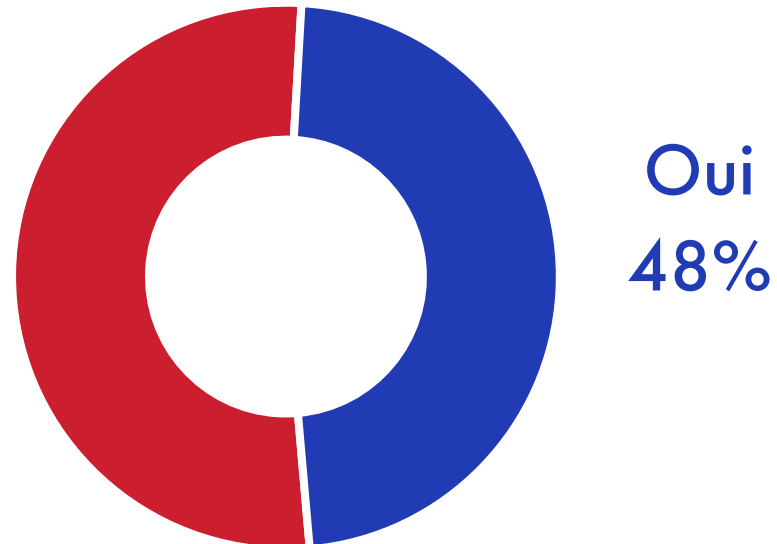
Que les commerçants vous reconnaissent et vous saluent par votre nom, en fonction de l'âge



Les commerces : des lieux où l'on crée des liens...

Quand vous faites vos courses, dans les commerces que vous fréquentez, vous arrive-t-il de nouer des relations d'amitié avec des commerçants, d'autres clients ?

Base totale, n = 1000

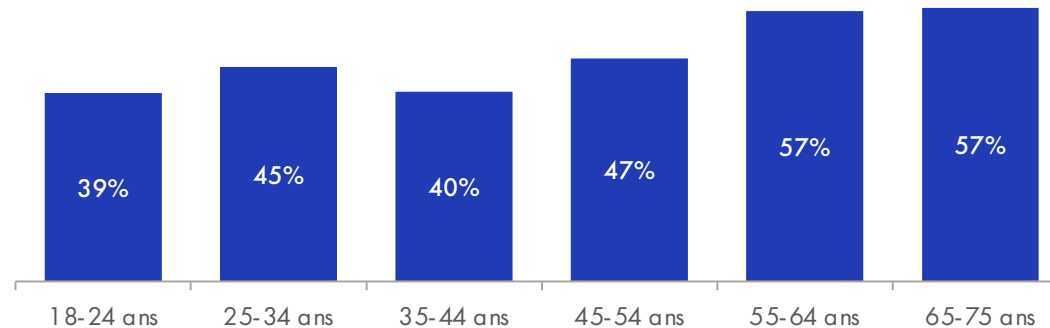


...notamment pour les plus âgés

Et vous est-il arrivé de...

Base totale, n = 1000

% Nouer des relations d'amitiés en fonction de l'âge



Une sociabilité importante chez les aidants

Propension à s'investir dans la sociabilité liée aux commerces en fonction de l'engagement dans une démarche de soutien envers ses proches en manque d'autonomie

Base totale, n = 1000

	Aidants	Non aidants
Actes de sociabilité		
Engager fréquemment la conversation avec d'autres clients du magasin	53%	30%
Engager fréquemment la conversation avec les commerçants/vendeurs	73%	47%
Que les commerçants vous reconnaissent fréquemment et vous saluent par votre nom	47%	38%
Nouer des relations d'amitié avec des personnes rencontrées dans les commerces	59%	40%

Merci de votre attention

