

Communiqué de presse

Paris, le 28 septembre 2022

Les Français et les commerces alimentaires de proximité, 3^{ème} édition : Malgré la crise, les Français restent attachés à leurs commerces alimentaires de proximité

Pour 49% des Français, le pouvoir d'achat est en tête des préoccupations et 60% ont vu leur pouvoir d'achat diminuer au cours des douze derniers mois. Conséquence immédiate : 45% des Français ont diminué leurs dépenses sur les produits du quotidien (alimentation, produits de première nécessité, ...).

Malgré un contexte économique difficile, la qualité et le rapport qualité/prix restent essentiels pour 93% des consommateurs lorsqu'ils font leurs courses alimentaires. Ils sont d'ailleurs 35% à citer spontanément la qualité comme premier marqueur des commerces de proximité.

Bien qu'ils constatent une baisse de leur pouvoir d'achat, on observe une évolution dans les habitudes de consommation alimentaires des Français : 23% achètent de plus en plus de fruits et légumes, 14% de poisson et 12% de fromages et produits laitiers. Toutefois, ils sont 86% à faire particulièrement attention aux éventuelles promotions.

Cette troisième étude réalisée par l'Institut CSA pour la CGAD en août dernier, montre que même si une majorité de Français n'a pas changé ses habitudes de fréquentation des commerces alimentaires de proximité, 27% disent s'y rendre cependant moins souvent.

Pour autant, l'image des commerces alimentaires de proximité spécialisés (*) reste excellente pour 88% Français et se forge aussi sur internet : 44% consultent les avis en ligne. Ils sont également 72% à souhaiter en avoir davantage près de chez eux.

Au quotidien, les commerces alimentaires de proximité spécialisés (*) restent la force de vie des territoires car 83% des Français estiment que les commerces alimentaires de proximité dynamisent les centres villes et centres bourgs.

Le développement durable devient également un marqueur des commerces alimentaires de proximité qui sont reconnus comme des acteurs du développement durable (72%).

Enfin, l'importance des commerces de proximité alimentaires dans la vie de tous les jours est toujours reconnue par les Français. La boulangerie demeure, pour les

Français, le commerce qu'il est important d'avoir près de chez soi (85%), suivi par le primeur (74%), l'épicier (70%), le boucher (69%), le pâtissier (67%), le café restaurant (64%), le charcutier (63%), le poissonnier (61%), le fromager (59%).

Pour Joël MAUVIGNEY, Président de la CGAD, « *Les résultats de cette nouvelle enquête montrent que nos entreprises alimentaires de proximité, même si elles apparaissent essentielles pour les Français, doivent au quotidien s'adapter pour répondre aux défis économiques, environnementaux et sociétaux d'aujourd'hui et de demain.* ».

(*) Boulanger, boucher, brasseur indépendant, caviste, café/restaurant, charcutier/traiteur, chocolatier/confiseur, épicier, foodtruck/camion pizza, fromager, glacier, pâtissier, poissonnier, primeur.

Etude menée par l'Institut CSA et réalisée en ligne pour la CGAD auprès d'un échantillon représentatif de 2512 Français, âgés de 18 ans et plus.

Contacts presse :

CGAD :

01 44 90 88 44 cgad@cgad.fr

CSA

01.57.00.58.50 – info@csa.eu

A propos de la CGAD :

La Confédération Générale de l'Alimentation en Détail (CGAD) représente les métiers de l'artisanat, du commerce alimentaire de proximité et de l'hôtellerie-restauration. Elle est membre de l'U2P.

La CGAD rassemble 18 organisations professionnelles représentant 430 000 entreprises – boulangers, bouchers, brasseurs indépendants, cavistes, charcutiers traiteurs, chocolatiers, épiciers, fromagers, glaciers, pâtissiers, poissonniers écaillers, primeurs, restaurateurs, ...

Ce secteur génère un chiffre d'affaires annuel de 120 milliards d'euros. Il emploie plus de 1,1 million d'actifs. Il a un rôle important dans la formation et l'insertion des jeunes avec plus de 71 000 apprentis.

Pour en savoir plus : www.cgad.fr – Suivez nous sur Twitter @CGAD_france

A propos de CSA Research :

Pionnier de la data intelligence depuis 1983 et du marketing mix modeling depuis 2004, **CSA Research** apporte aux entreprises et institutions une compréhension fine de l'opinion, des comportements et des solutions de marketing prédictif en France comme à l'international. CSA, dirigé par Yves del Frate PDG, fait partie du groupe Havas depuis 2015.