

QUELLES ATTENTES DES FRANÇAIS VIS-A-VIS DU COMMERCE DE PROXIMITÉ ?

Les Français plébiscitent toujours le commerce local à l'ère des commandes en ligne ! Plus de huit Français sur dix considèrent que les commerçants locaux répondent bien à leurs attentes, et particulièrement en ce qui concerne la qualité des produits vendus, l'accueil en magasin, la disponibilité des produits ou encore la relation client. Les 2 et 3 novembre derniers, l'institut Opinion Way, et la société Dolmen spécialisée dans le marketing client local, ont mené une enquête auprès des Français afin de mieux cerner les attentes et satisfactions des consommateurs vis-à-vis du commerce local, à l'heure du commerce connecté.

VILL'UP OUVERT !



Ce centre commercial nouvelle génération de 24 000 m², créé par Apsys, a ouvert ses portes le 30 novembre dernier à Paris 19^{ème}. C'est un programme unique, vitrine des marques parisiennes trendy et décalées mais également constitué d'un pôle loisirs attractif avec un espace de chute libre indoor (dans le plus haut tube de verre au monde), d'un voyage spatio-temporel dans un parc à thème, d'un complexe cinéma désigné par Ora-Ito équipé de 2 900 fauteuils, ainsi que 10 cafés et restaurants.

Selon une enquête menée auprès du grand public par l'Institut Opinion Way, les commerçants locaux répondent bien aux attentes de Français. C'est l'artisan-boulangier qui semble le mieux les connaître, avec 67% de réponses, viennent ensuite le restaurateur (61%), le boucher (58%), le conseiller bancaire (57%), l'assureur (54%) puis le buraliste/marchand de journaux (47%). Les acteurs de la distribution (supermarchés/ hypermarchés), pourtant adeptes des campagnes de marketing, ne figurent pas parmi les commerçants qui répondent le mieux aux attentes des Français. **Qu'est-ce qu'ils apprécient ?** Que les commerçants locaux les reconnaissent et avoir le sentiment qu'une relation de confiance s'installe avec eux.

Mais quelles sont les attentes des consommateurs vis-à-vis des commerçants ? 51% des personnes interviewées souhaitent que les commerçants leur proposent **plus de promotions et des horaires d'ouverture plus larges**. Les considérations écologiques sont également prises en compte puisqu'elles sont mentionnées par 23% des répondants, tandis que la mise en place de communications davantage personnalisées est une attente citée par 21% des personnes. Dans ce cadre, recueillir les informations personnelles sur les clients permettrait de mieux adapter les offres, en s'informant par exemple sur leurs préférences



alimentaires, leurs listes de courses, la composition de leur foyer ou encore le budget alloué. Concernant la communication des commerçants, les Français se déclarent plus réceptifs aux campagnes de communication locale (48% des réponses) qu'aux actions régionales (20%) ou nationales (26%). En outre, près de 60% des personnes interrogées se déclarent prêtes à être contactées par leur commerçant local, pour les renseigner sur leurs attentes.

En parallèle, afin d'améliorer la communication des commerçants locaux, les Français estiment que le recours au numérique est incontournable ! 31% jugent précisément, qu'une meilleure connaissance des outils modernes serait bénéfique et, pour 30% d'entre eux, qu'une connaissance plus précise des clients et de leurs attentes aurait un impact positif sur le commerce. ■

