

**Ipsos Public Affairs**

The Social Research and Corporate Reputation Specialists



# LES FRANÇAIS ET LE COMMERCE

Sondage Ipsos - Présentation des résultats

Ipsos Public Affairs pour le Conseil de  
Commerce de France

Janvier 2009

- **QUI AVONS-NOUS INTERROGÉ ?**
  - 1013 personnes, constituant un échantillon national représentatif de la population française âgée de 15 ans et plus
- **QUAND ?**
  - Les 14 et 15 novembre 2008
- **COMMENT ?**
  - Par téléphone
  - La représentativité de l'échantillon a été assurée par la méthode des quotas (sexe, âge et profession du chef de famille), après stratification par catégorie d'agglomération et par région

**Ipsos Public Affairs**

The Social Research and Corporate Reputation Specialists



# Les grands thèmes abordés



- ❖ Comment les Français jugent le Commerce... et les commerçants ?
- ❖ L'attractivité du Commerce
- ❖ Ce qui a changé dans l'univers du Commerce d'après les Français
- ❖ Attentes vis-à-vis du Commerce et Développement Durable



**75%** des Français ont une **bonne image du Commerce**

---

**50%** déclarent que la **création d'emplois** est **la principale fonction du Commerce**

---

**35%** considèrent que **l'apparition des grandes surfaces** est **l'évolution majeure** des dernières décennies en ce qui concerne le secteur du Commerce, devant la généralisation du paiement par carte bancaire (29%)

**Ipsos Public Affairs**

The Social Research and Corporate Reputation Specialists



# Comment les Français jugent le commerce... et les commerçants

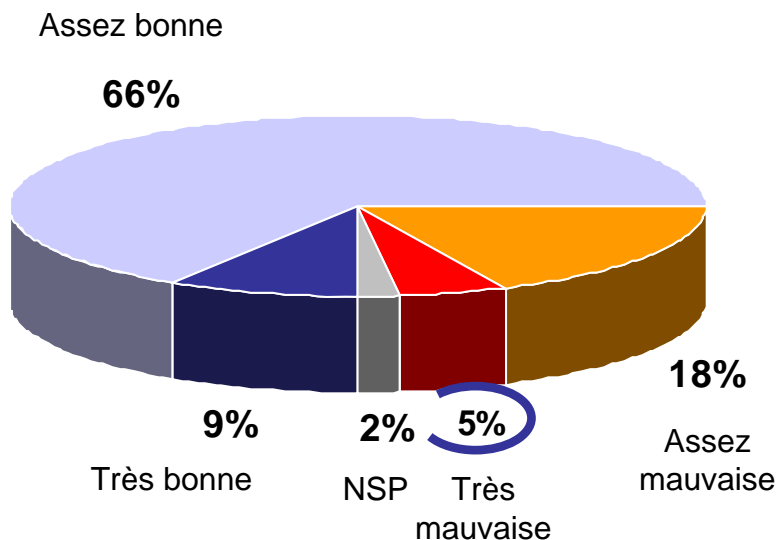
# Une attitude majoritairement positive à l'égard du Commerce et de ses acteurs

Question : Globalement, diriez-vous que vous avez une très bonne image, une assez bonne image, une assez mauvaise image ou une très mauvais image ...

Base : à tous (1013)

## Du commerce

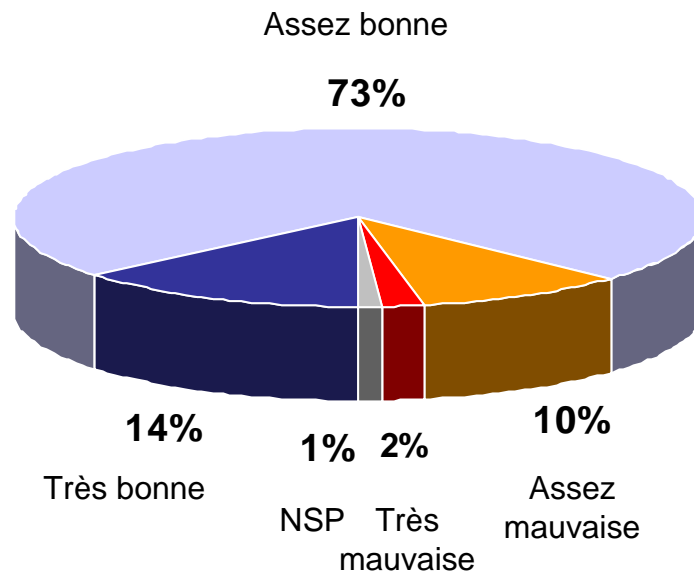
S/T Bonne image : 75%



S/T Mauvaise image : 23%

## Des commerçants

S/T Bonne image : 87%



S/T Mauvaise image : 12%

**Ipsos Public Affairs**

The Social Research and Corporate Reputation Specialists



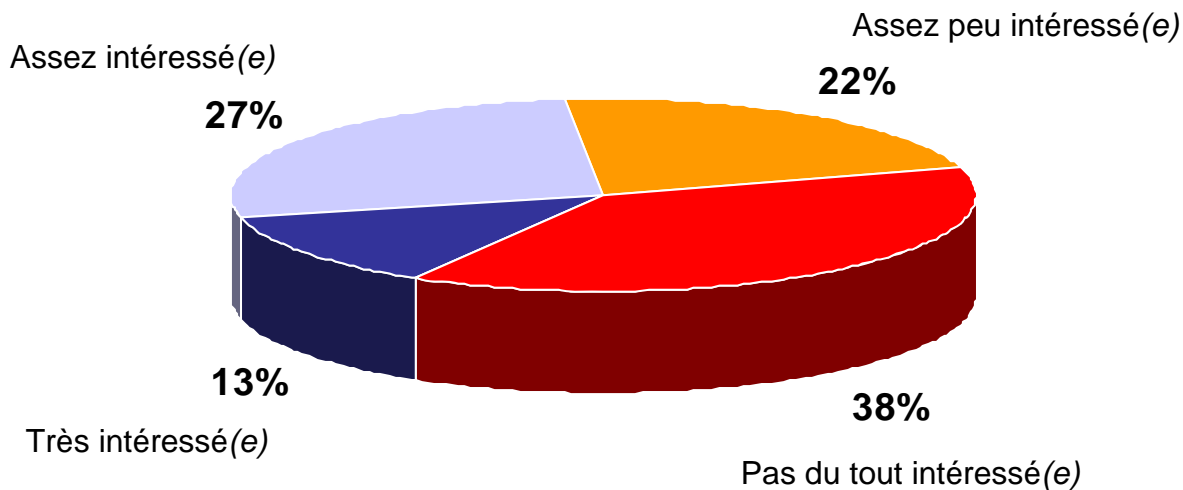
# L'attractivité du Commerce

# 40% des Français seraient intéressés si on leur proposait de reprendre un commerce...

**Question : Si demain, on vous proposait de reprendre un commerce dans un secteur dont vous vous sentez très proche, seriez-vous potentiellement :**

Base : à tous (1013)

**S/T Intéressé : 40%**



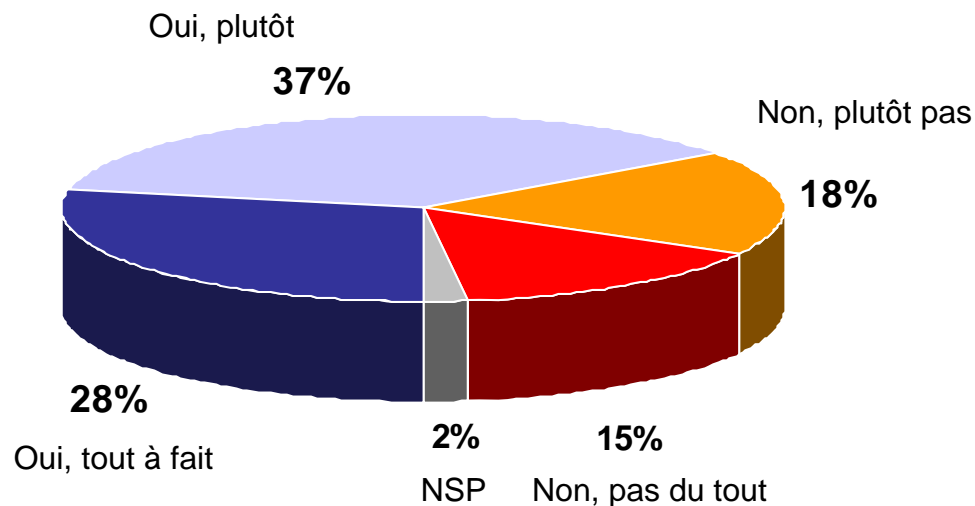
**S/T Pas intéressé : 60%**

... et les 2/3 d'entre eux encourageraient leur enfant s'il voulait devenir commerçant ou travailler dans le secteur du commerce

**Question : Imaginez que votre enfant souhaite devenir commerçant ou travailler dans le secteur du Commerce, l'encourageriez-vous ?**

Base : à tous (1013)

**S/T OUI : 65%**



**S/T NON : 33%**

Enquête IPSOS / LA GAZETTE DES COMMUNES, réalisée par téléphone en février 2005 auprès d'un échantillon national représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus : « *Imaginez que votre enfant souhaite devenir fonctionnaire, l'encourageriez-vous ?* » → S/T « *Oui* » : **82%** (dont 43% de « *Oui tout à fait* »)

**Ipsos Public Affairs**

The Social Research and Corporate Reputation Specialists



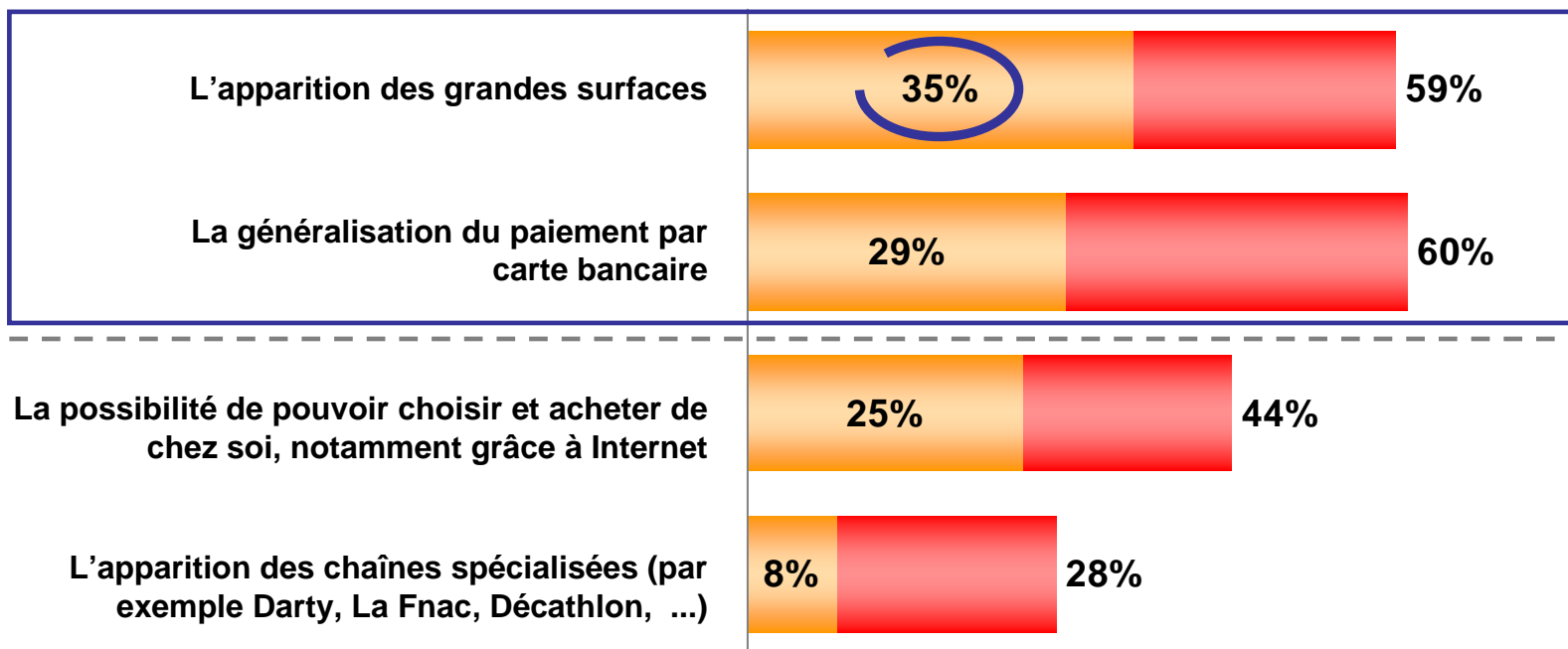
# Ce qui a changé dans l'univers du Commerce d'après les Français

# Les grandes surfaces : une évolution supplantant, d'assez loin, l'e-commerce...

**Question : Je vais maintenant vous citer certaines évolutions qui ont marqué l'histoire du Commerce au cours des dernières décennies ... Parmi ces évolutions, laquelle est, selon vous, la plus importante ? Et ensuite ? Et ensuite ?**

Base : à tous (1013)

Deux réponses possibles



NSP : 3%

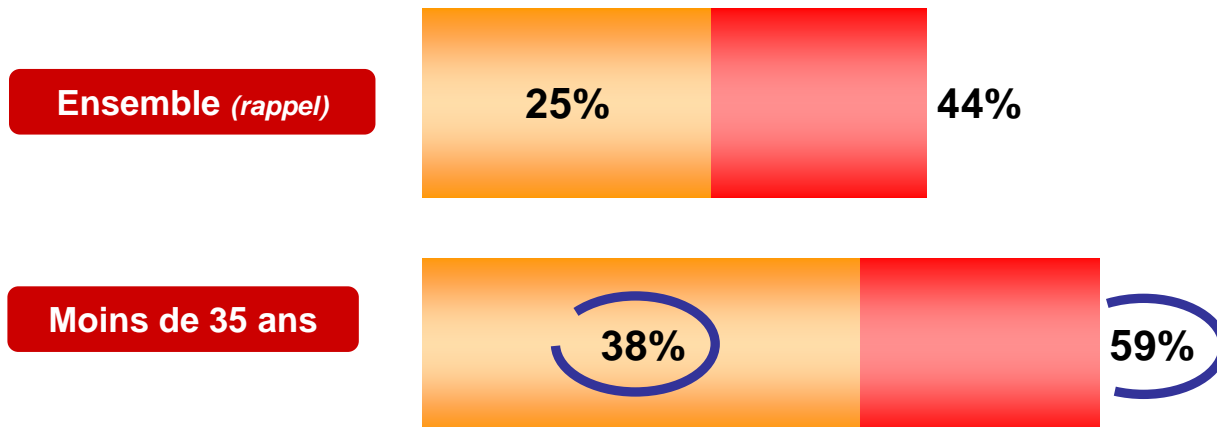
En premier Au total

# ...mais une hiérarchie qui masque de fortes disparités selon les générations

**Question : Je vais maintenant vous citer certaines évolutions qui ont marqué l'histoire du Commerce au cours des dernières décennies ... Parmi ces évolutions, laquelle est, selon vous, la plus importante ? Et ensuite ? Et ensuite ?**

Base : à tous (1013)

**La possibilité de pouvoir choisir et acheter de chez soi, notamment grâce à Internet**



→ La « révolution Internet » arrive **en tête auprès des moins de 35 ans** : 38% la choisissent comme évolution majeure (vs 19% des plus de 35 ans)

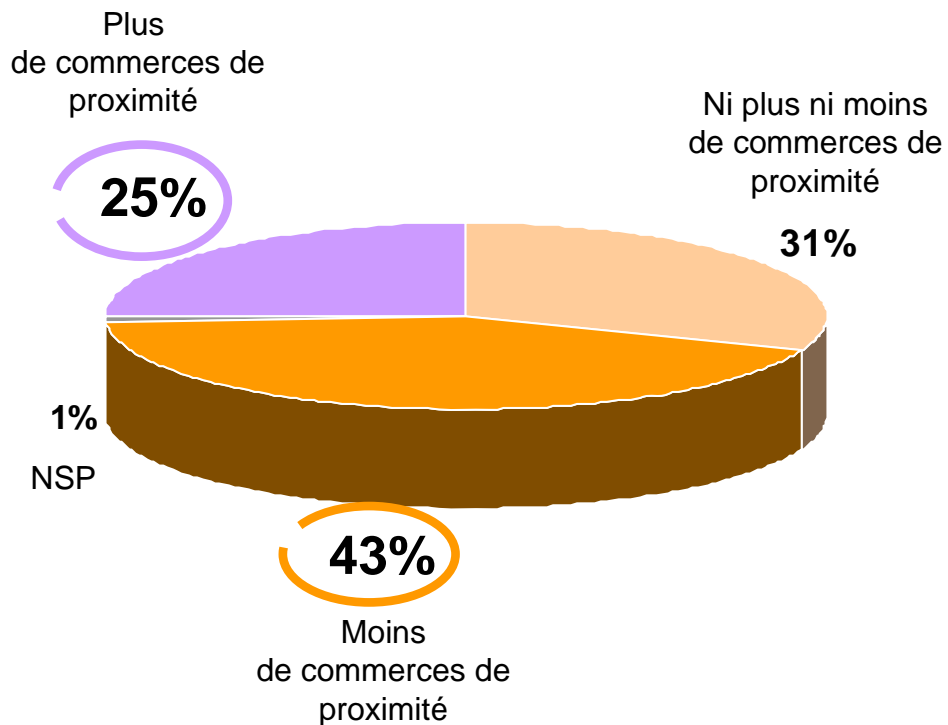
→ Clivage peu surprenant quand on sait que **81% des moins de 35 ans ont déjà effectué des achats en ligne** (dont 22% qui le font régulièrement) contre seulement 48% des 35 ans et plus (dont 10% qui le font régulièrement)

■ En premier ■ Au total

# Moins de commerces de proximité ?

**Question : Je vais vous demander de penser à votre propre situation. Diriez-vous qu' autour de vous, il y a plus, moins ou ni plus ni moins de commerces de proximité qu'il y a 5 ans ?**

Base : à tous (1013)



**Ipsos Public Affairs**

The Social Research and Corporate Reputation Specialists



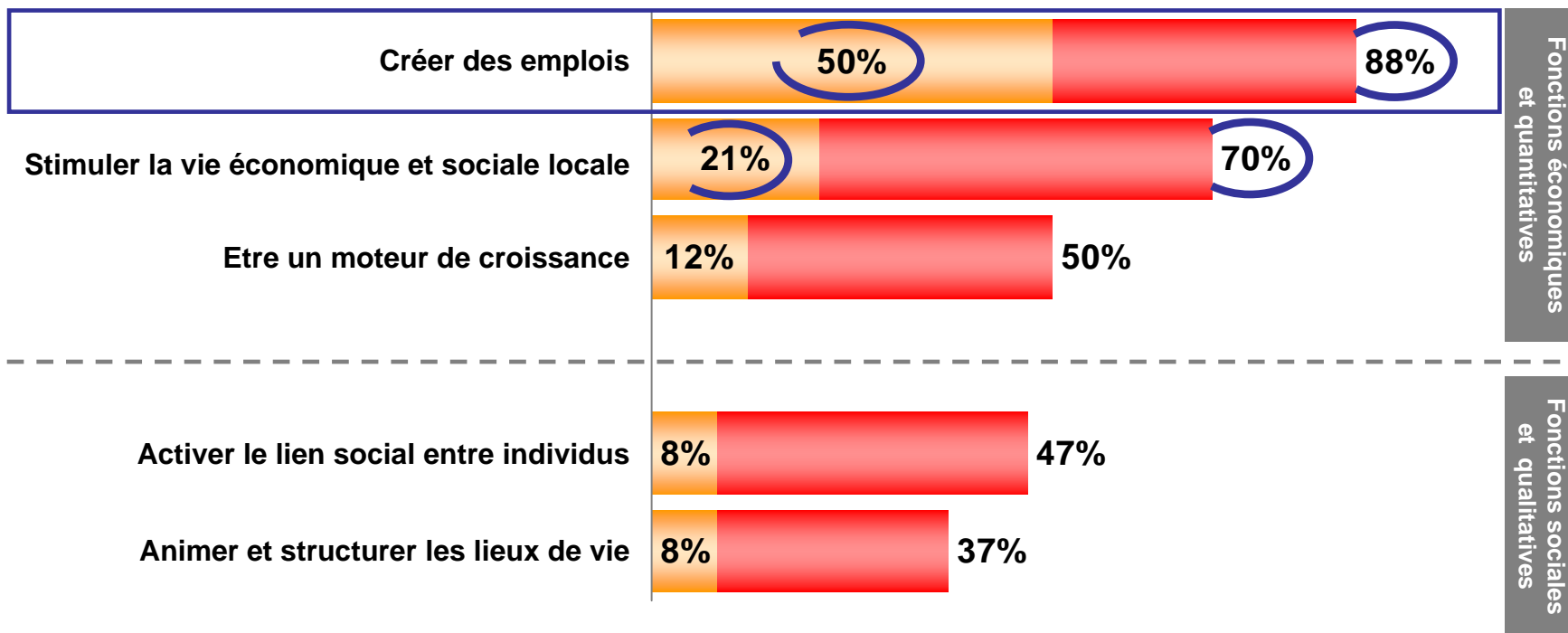
# Attentes vis-à-vis du Commerce et Développement Durable

# Ce que le citoyen attend du Commerce

Question : Je vais vous citer différents rôles qu'exerce le Commerce au sein d'une société ou d'un pays. Dites-moi celui qui, selon vous, est le plus important ? Et ensuite ? Et ensuite ?

Base : à tous (1013)

Trois réponses possibles



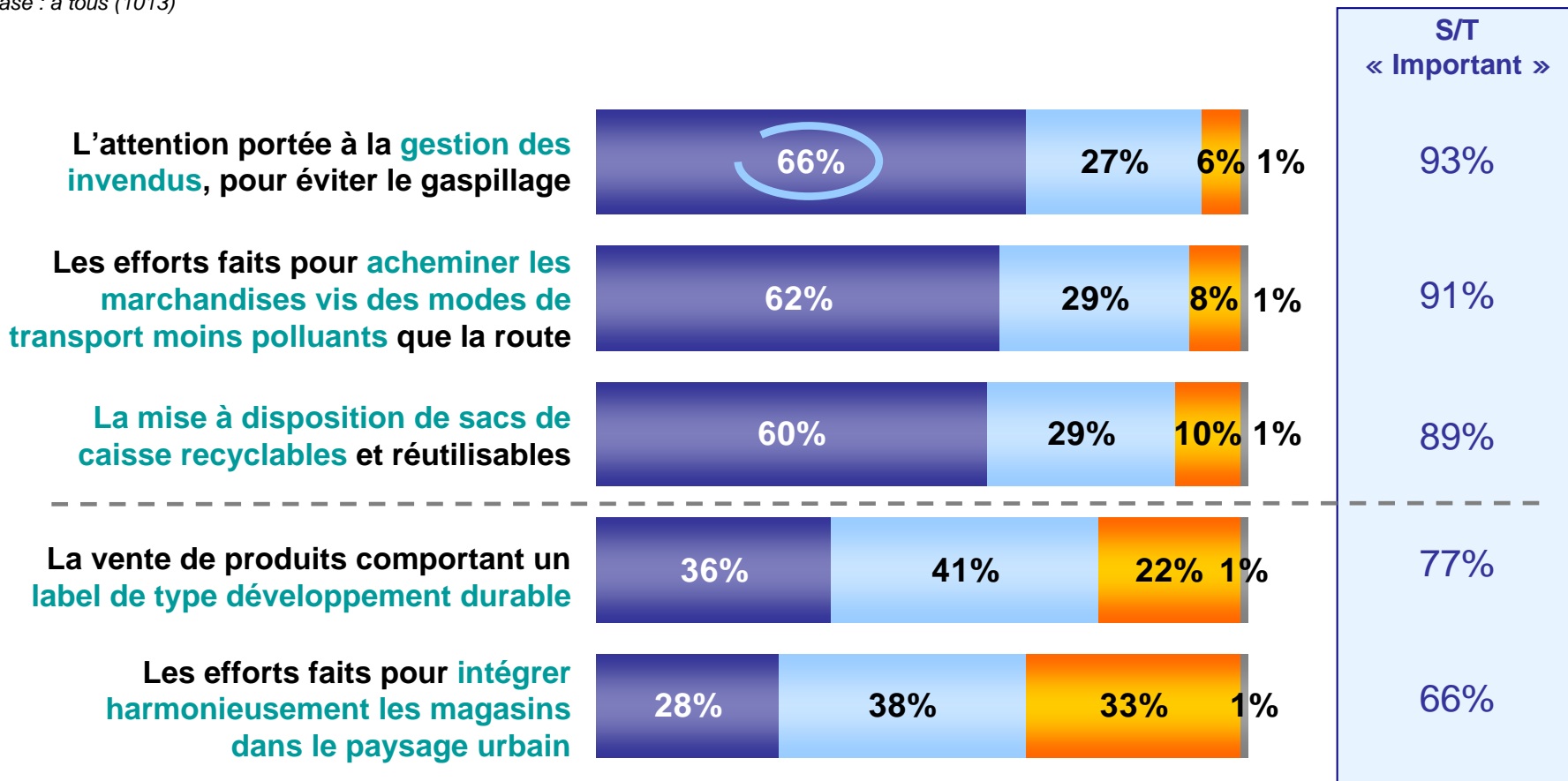
Aucune / NSP : 1%

■ En premier ■ Au total

# Les efforts du Commerce dans le domaine du développement durable sont majoritairement reconnus

Question : Pour chacune, vous me direz si l'impact de cette initiative ou contribution vous semble très important, assez important ou secondaire ?

Base : à tous (1013)



■ Très important   
 ■ Assez important   
 ■ Secondaire   
 ■ NSP

**Ipsos Public Affairs**

The Social Research and Corporate Reputation Specialists



# Conclusion

- Un secteur qui bénéficie d'une **image positive mais relativement fragile**, faute de fervents défenseurs du secteur au sein de la population française
- Des **efforts et initiatives en matière de développement durable** majoritairement **reconnus et valorisants**, sur lesquels le Commerce peut capitaliser pour renforcer son image encore peu affirmée
- Une conception du commerce qui ne cesse d'évoluer, reflet d'un **secteur en perpétuelle innovation**
- Un **potentiel d'attractivité** du secteur tangible mais qui peut encore être renforcé