



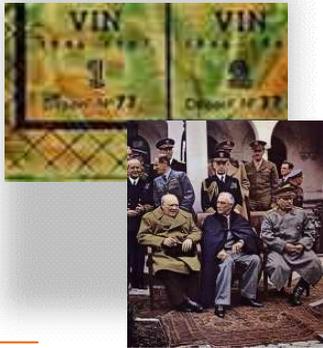
Pourquoi les consommateurs fréquentent-ils les commerces de proximité ?

Commission d'orientation du
commerce de proximité

23 mai 2011



Rationnement



1917 à 1926
84 à 93 ans
20 ans en 1942

Réfrigérateur



1927 à 1936
74 à 83 ans
20 ans en 1952

Robot électrique



1937 à 1946
64 à 73 ans
20 ans en 1962

Hypermarché



1947 à 1956
54 à 63 ans
20 ans en 1972

Aliments services



1957 à 1966
44 à 53 ans
20 ans en 1982

Low Cost



1967 à 1976
34 à 43 ans
20 ans en 1992

Plateau repas



1977 à 1986
24 à 33 ans
20 ans en 2002

Nomades



1987 à 1996
14 à 23 ans
20 ans en 2012

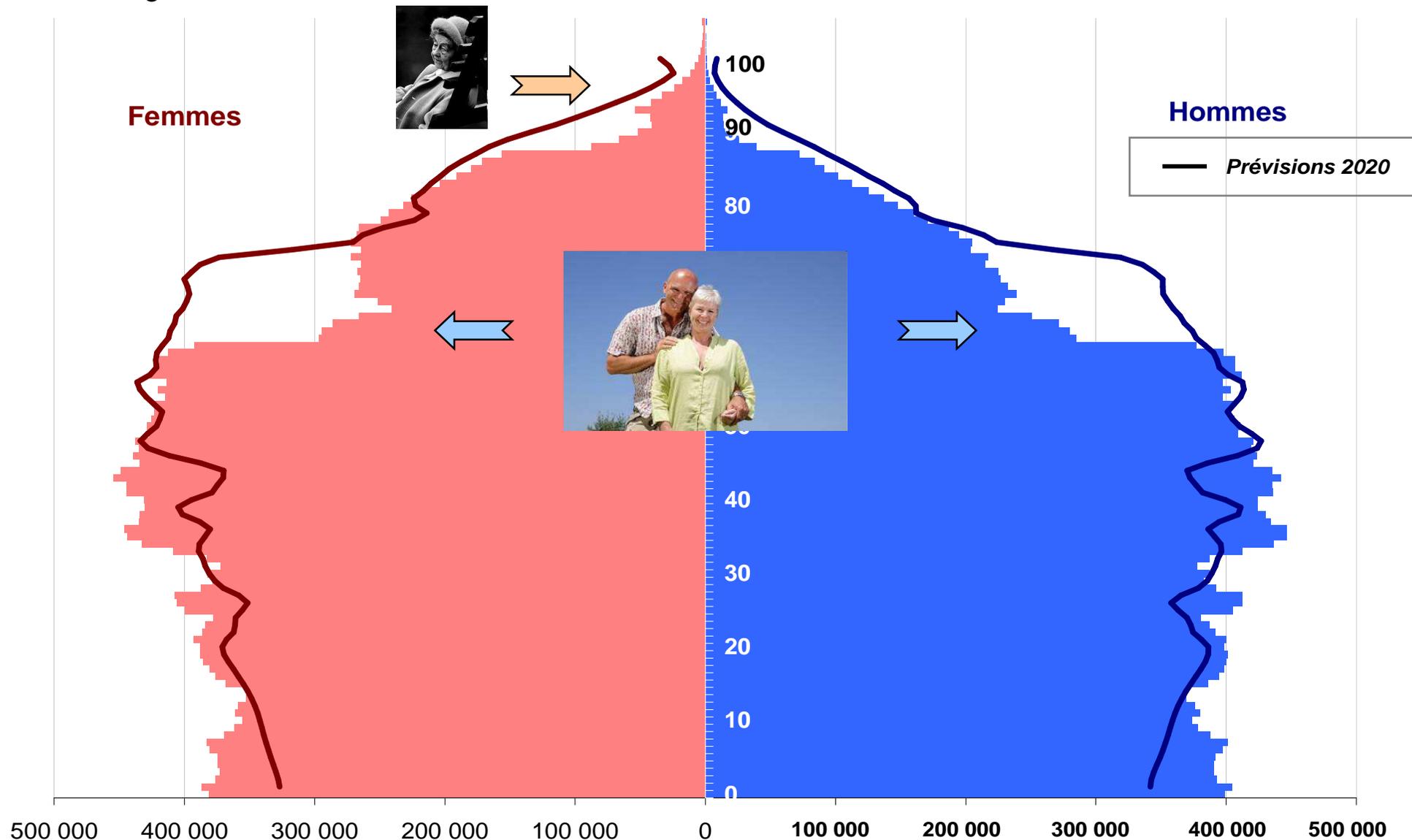
Génération

?

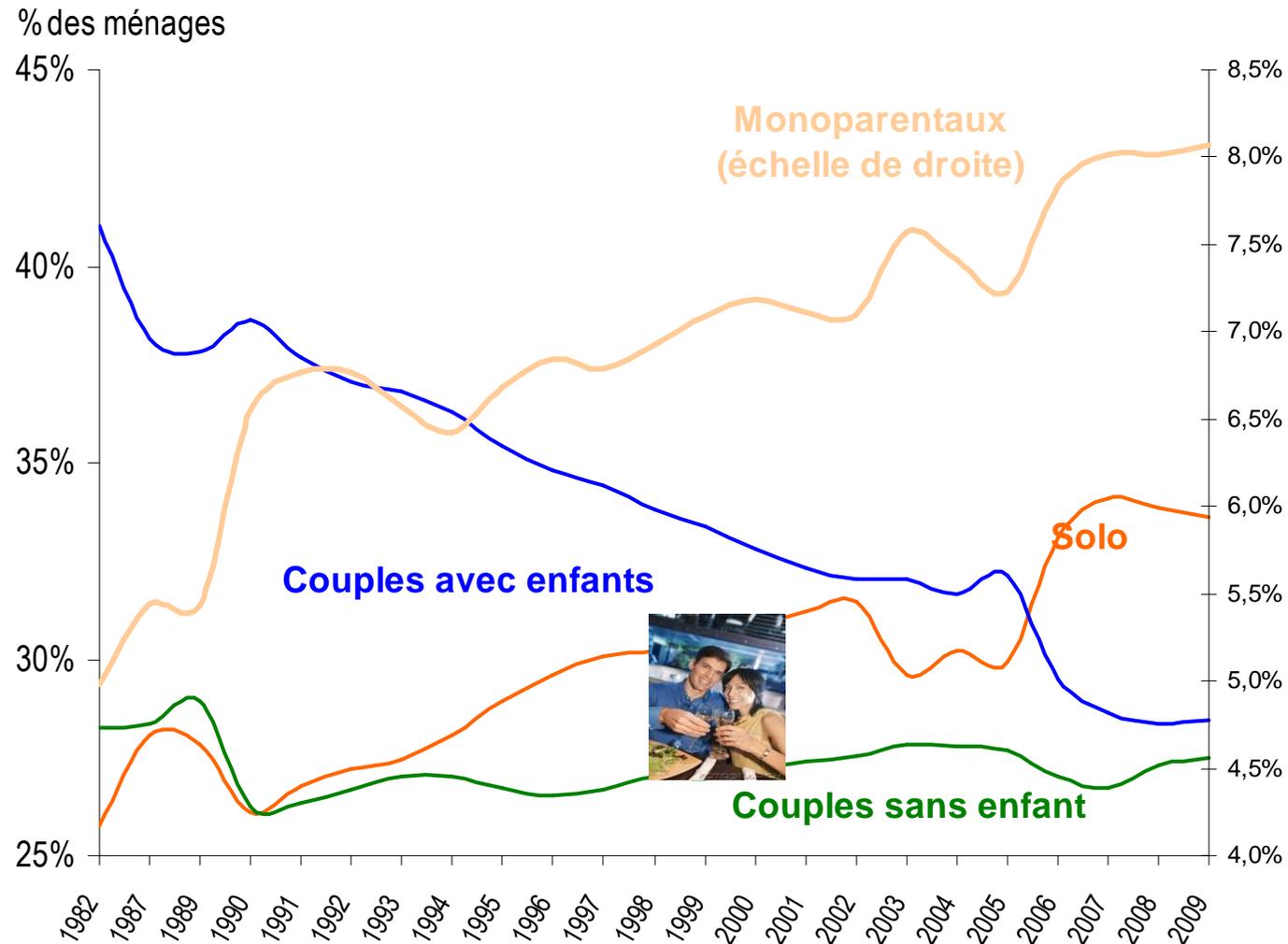
1997 à 2006
4 à 13 ans
20 ans en 2022



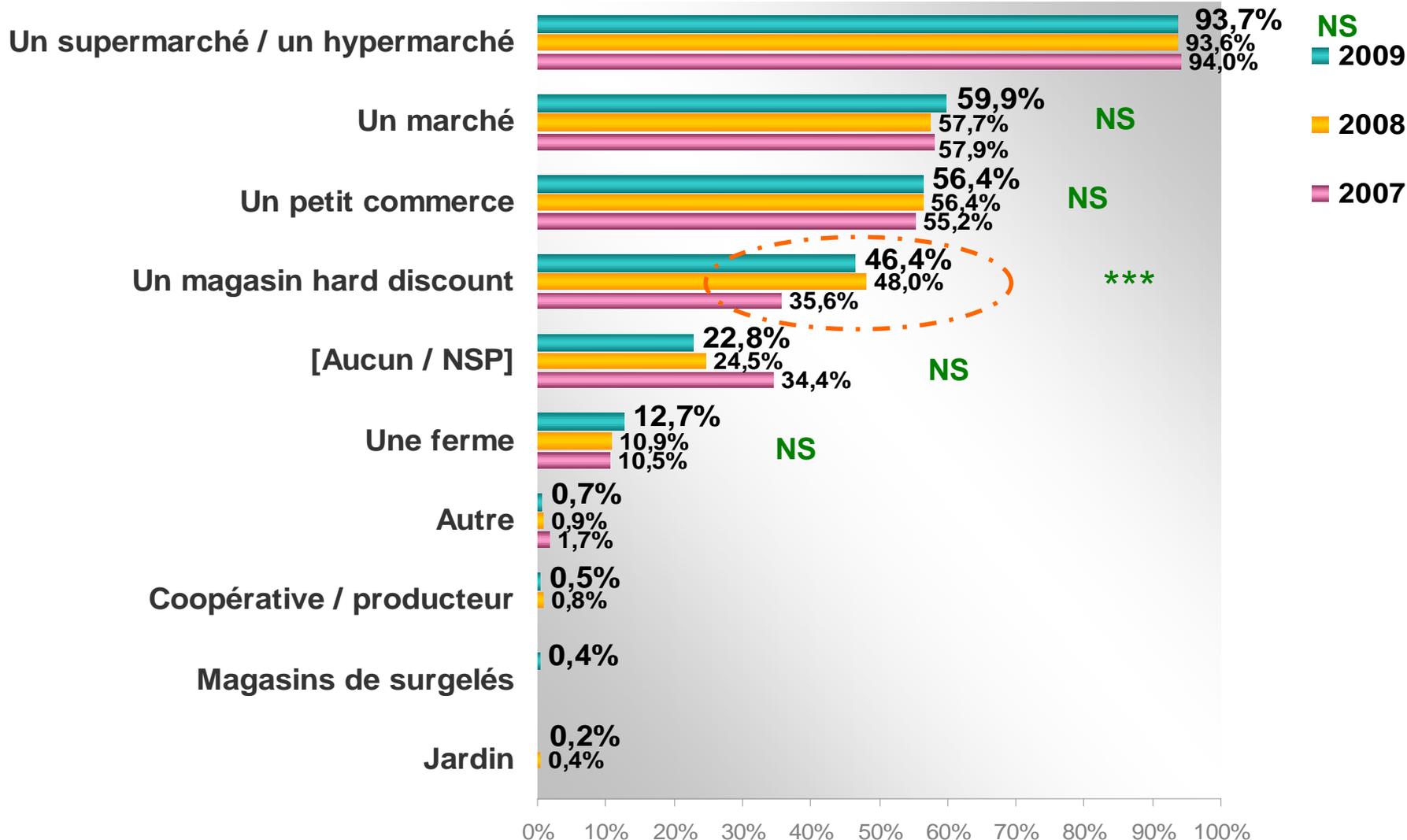
Pyramide des âges 2008 et estimation 2020



Pourcentage des ménages seuls / couples



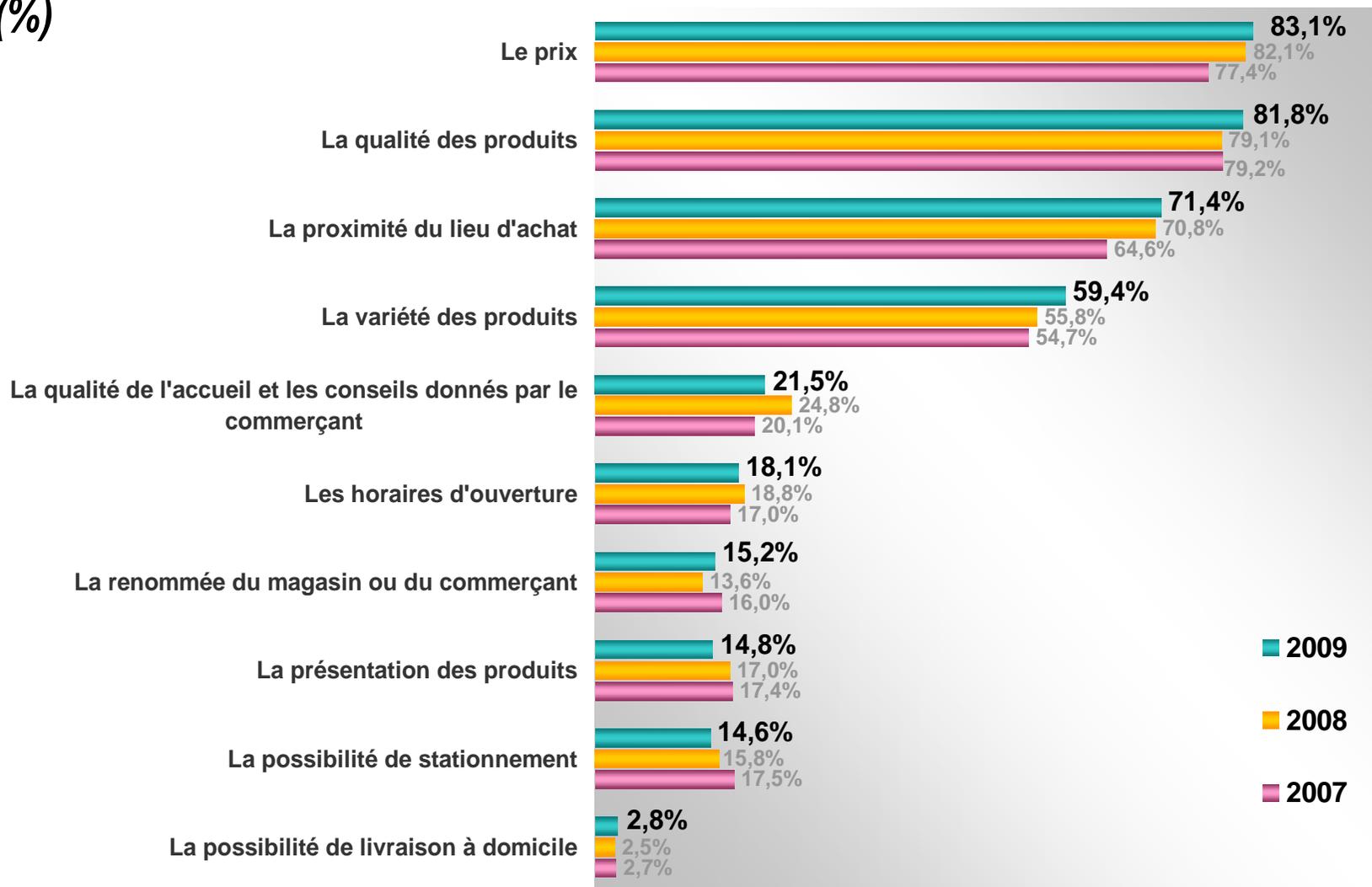
Chez qui vous approvisionnez-vous le plus souvent pour vos achats alimentaires ? Cité au moins une fois (sur les 3) *Base : N=994 en 2007, N=1009 en 2008, N=998 en 2009*



Source : Baromètre alimentation 2007-08-09, Ministère de l'agriculture et de la pêche, CRÉDOC



Parmi les critères suivants, lequel détermine le plus le choix du lieu où vous achetez vos aliments ?
Cité une fois (%)

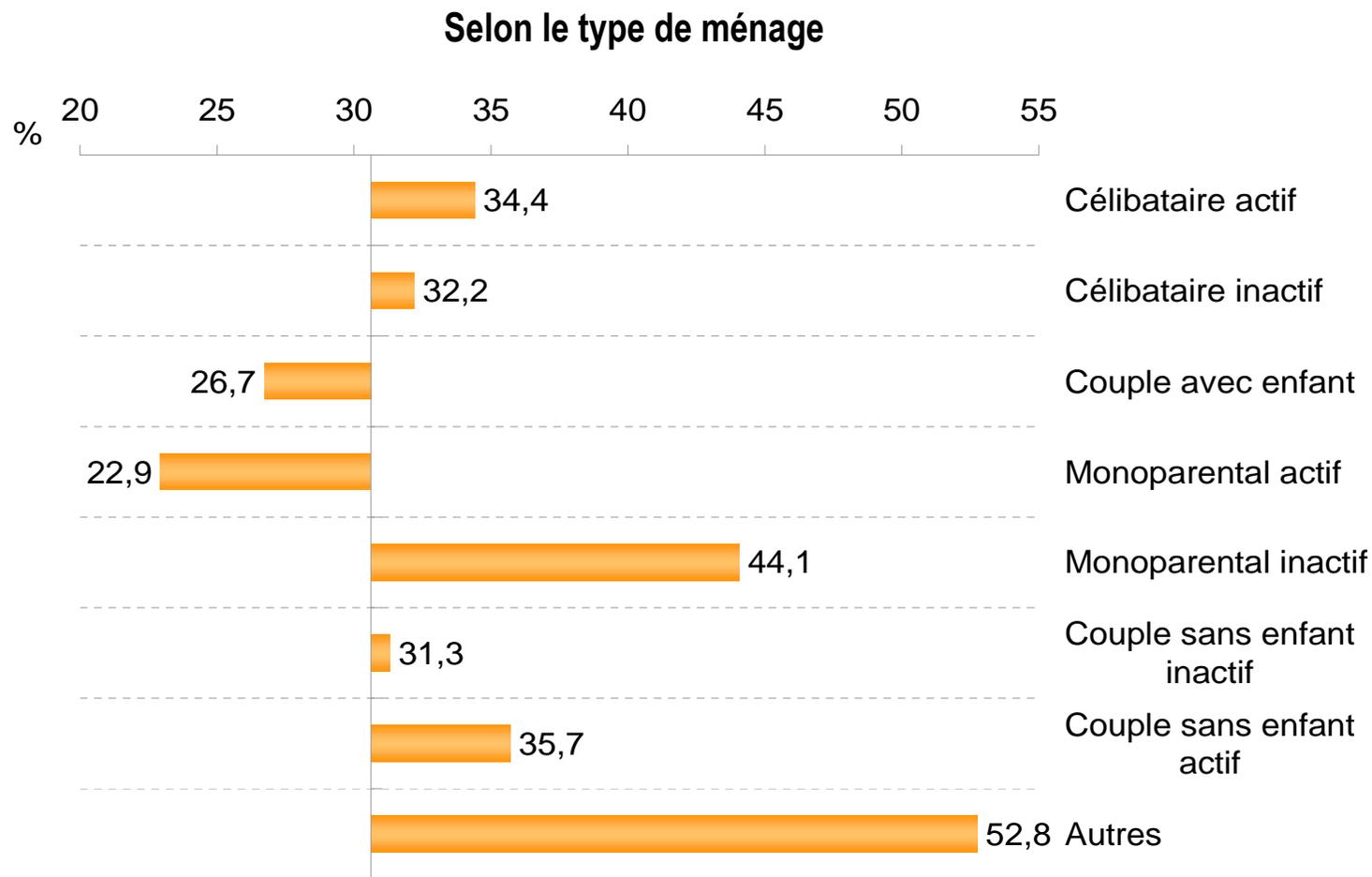


Source : Baromètre alimentation 2007-2009, MAAP, CRÉDOC



Base : N=1009 en 2008

La proximité du lieu d'achat : premier critère cité

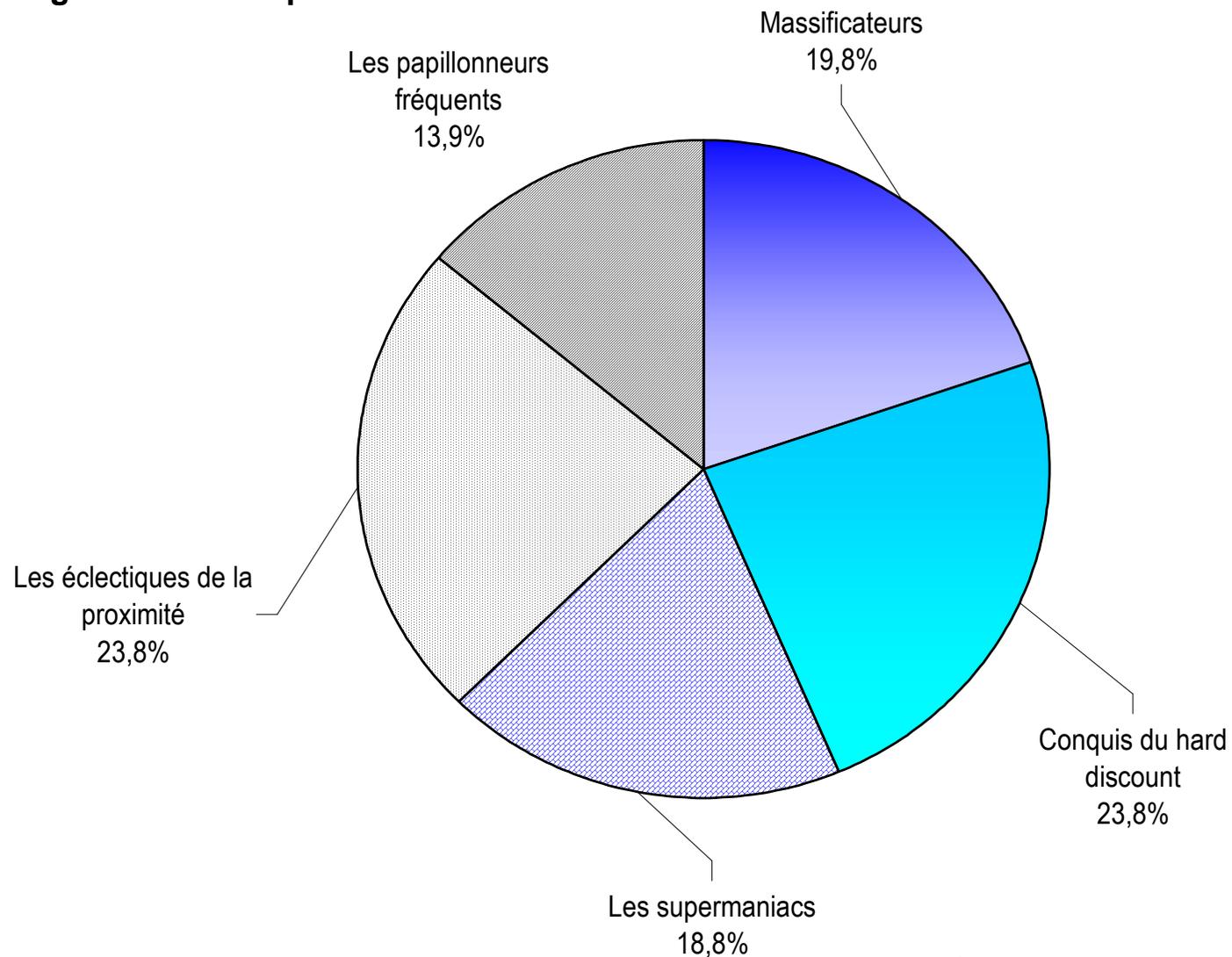


* : Variables significatives dans un modèle toutes choses égales par ailleurs

Source : Baromètre alimentation 2008, Ministère de l'agriculture et de la pêche, CRÉDOC



Typologie selon la fréquentation des circuits de distribution



Source : CRÉDOC, Enquête Consommation, 2005



| Profil :

Parisiens, ou région parisienne

Plutôt des hommes

Vit seul

Ne possède pas de voiture

Soutien les causes humanitaires et est sensible aux garanties écologiques

98% fréquente les supérettes, forte sur-représentation des fréquentations des épiceries de quartier, des marchés et des commerces spécialisés

Pense que l'HM n'est pas facilement accessible mais permet d'accéder à de nouveaux produits

Sur-représentation des CSP +

Faible sensibilité aux prix

Fréquente plus de 6 circuits par mois



- | **La proximité se développe avec l'évolution démographique et géographique (vieillesse, de plus en plus de personnes seules) en complément des autres circuits de distribution**
- | **Les écarts de prix jouent un rôle important**
- | **En période de crise, besoin de lien social**

