



Paris, le 14 avril 2022

**L'IFOP et France Commerce publient le premier sondage
sur le regard des Français sur le commerce et la grande distribution**

Ce premier sondage réalisé sur le regard des Français sur le secteur révèle que ceux-ci ont une image globalement positive du commerce et de la grande distribution. Un peu plus d'un Français sur deux (56%) a en effet une bonne image du secteur du commerce et de la grande distribution, un niveau équivalent à celui de l'industrie du luxe (57%) et l'énergie (56%), et légèrement supérieur à celui de l'industrie agro-alimentaire (53%). Le tourisme, la restauration, et l'agriculture restent le trio des secteurs les plus appréciés (entre 78% et 82%).

Cette perception positive repose avant tout sur le caractère essentiel et omniprésent du secteur dans la vie des Français. Plus de 80% estiment qu'il fait partie du quotidien des Français, qu'il est présent sur tout le territoire et dans toutes les régions (avec une vision homogène entre les habitants des communes rurales et ceux des métropoles), et qu'il est une source importante d'emplois en France.

Les répondants reconnaissent également l'engagement du secteur depuis le début de la crise sanitaire : 83% jugent que ses salariés ont joué un rôle essentiel pendant la crise, et 81% que le secteur a répondu présent depuis février 2020.

Ainsi, la grande majorité des Français (84%) considèrent le commerce et la grande distribution comme étant stratégiques pour l'économie française, inscrivant le secteur dans les mêmes proportions que l'industrie automobile (83%) et le secteur agricole (84%) selon un sondage Ifop pour la FBF mené à l'automne 2020.

Les Français sont également optimistes pour l'avenir du secteur et sont favorables à la plupart des évolutions qui y sont actuellement à l'œuvre. Près des deux tiers (64%) sont optimistes concernant le futur du commerce et de la grande distribution en France. Interrogés sur leur perception des évolutions actuellement à l'œuvre dans le secteur, ce sont les changements permettant d'économiser du temps, de l'argent et des ressources environnementales qui sont les plus préconisés. Ainsi, plus de 70% des interviewés sont favorables au développement des services en magasins, au drive, à la vente de produits de seconde main, à la vente en vrac et au discount ou hard discount. Le déploiement de caisses automatiques est en revanche approuvé par moins de la moitié des Français (40%), mais la tendance est inverse chez les moins de 35 ans (56% y sont favorables).

Parallèlement, le secteur du commerce et de la distribution a encore des preuves à faire sur sa capacité à innover et sur son engagement en matière de RSE. En effet, un peu plus de la moitié des Français seulement considèrent qu'il est engagé dans la transition numérique (56%) et qu'il est innovant (54%). Et seulement 37% considèrent que le secteur est engagé dans le développement durable et la RSE. Les moins de 35 ans sont toutefois plus positifs à ce sujet que leurs aînés (42% vs 35%), de même que les catégories pauvres par rapport à celles aisées (43% vs 31%) et que les foyers avec enfants par rapport aux foyers sans enfants (40% vs 35%).

Le commerce en ligne est par ailleurs largement perçu comme facilitant la vie des consommateurs : plus de 70% des interviewés déclarent qu'il permet aux consommateurs de mieux comparer les produits proposés par diverses enseignes, d'obtenir quasi immédiatement ce dont ils ont besoin, et de leur libérer du temps pour faire autre chose. Pour autant, 70% estiment que le commerce en ligne va

accélérer la disparition des commerces physiques et seuls 35% estiment qu'il a un impact environnemental positif.

Selon les Français, l'attractivité de l'emploi, la transition écologique et l'expérience en magasin sont donc les trois fers de lance pour moderniser le secteur. Interrogés sur le type de propositions qu'il faudrait mettre en œuvre pour l'avenir du commerce, 93% estiment que le secteur doit privilégier l'embauche des jeunes grâce à l'apprentissage et l'alternance, et 86% qu'il doit lancer une grande campagne de communication sur l'emploi pour séduire toujours plus de profils divers.

Sur le plan fiscal, 66% estiment qu'il est nécessaire de baisser la fiscalité pesant sur le secteur, tandis que plus de la moitié estiment que l'Etat doit lui apporter un soutien financier pour faciliter ses investissements, dans la transition écologique (69%), dans la transition numérique (54%), et dans la rénovation de ses magasins (52%)

63% estiment également que l'Etat doit permettre au secteur de pouvoir ouvrir plus facilement le soir et le dimanche, sous réserve d'accord social.

Enfin, invités à se positionner plus précisément sur les investissements prioritaires à mettre en œuvre par le secteur, une hiérarchie assez nette se dégage pour les Français interrogés : la transition écologique arrive en tête (80% des répondants indiquent que le secteur devrait investir dans cette transition), suivie par les aspects ayant trait à l'expérience physique en magasin (accessibilité, diversification des services, rénovation des magasins et des zones commerciales en entrée de ville), évoqués par plus de 60% des Français.

L'adhésion des Français à ces thématiques confirme les conclusions qui ont pu être tirées lors des Assises du Commerce, événement historique ayant réuni pendant un mois, en décembre 2021, l'ensemble des représentants du commerce pour définir une vision stratégique pour le secteur. Ces conclusions ont été traduites par France Commerce dans son récent Livre Blanc « 5 mesures pour permettre la mutation du premier secteur économique français » consultable [ici](#).



La Fédération du Commerce et de la Distribution représente la plupart des enseignes de la grande distribution alimentaire ainsi que plusieurs enseignes non-alimentaires. Celles-ci se sont engagées au sein de France Commerce, aux côtés d'autres enseignes non-adhérentes à la FCD, pour rassembler et porter de manière plus forte la voix des enseignes du commerce et de la distribution.

Contact presse : Sophie Amoros – Responsable Affaires Publiques et Communication de la FCD
01 44 43 99 12 / 06 15 72 13 82 – samoros@fcd.fr