



RESULTATS DE LA 2EME VAGUE DU BAROMETRE L'OB SOC O X GALIMMO

LE COMMERCE : AU CŒUR DU LIEN SOCIAL

- *94% des Français reconnaissent au commerce physique un rôle clé dans la qualité du lien social d'une ville.*
- *71% estiment que les commerces de leur propre ville influencent leur qualité de vie.*
- *48% ont noué des relations d'amitié avec des commerçants ou d'autres clients des commerces qu'ils fréquentent.*
- *69% montrent un intérêt marqué pour les nouvelles formes de commerce à impact et leurs bénéfices collectifs, mais des freins à leur fréquentation demeurent.*
- *Le centre commercial reste au cœur du parcours d'achat : 60% le fréquentent au moins une fois par mois*

Paris, le 12 septembre 2024 – Galimmo, opérateur et détenteur de lieux de vie et de commerce co-conçus avec leurs publics, et **L'Observatoire de la Consommation (L'ObSoCo)**, présentent les résultats de la seconde vague¹ de leur baromètre portant en 2024 sur « **Les Français, les commerces et le lien social** ».

Dans un contexte marqué par le vieillissement de la population et l'essor du commerce en ligne, cette nouvelle étude met en lumière l'importance du **lien social**. Celui-ci apparaît comme **inhérent à l'activité du commerce** physique dans sa globalité, et pas uniquement de celle des seuls commerces à impact. Par ailleurs, après deux années marquées par une forte inflation, les différentes crises continuent d'influencer les comportements et la consommation globale marque le pas. Toutefois, avec les grandes surfaces et les artisans de l'alimentaire, le centre commercial reste au cœur du parcours d'achat des consommateurs.

Le commerce : un élément essentiel du tissu social et de la qualité de vie, pour les Français dans leur ensemble et pour les seniors et les aidants en particulier

L'enquête révèle que **94% des Français reconnaissent au commerce un rôle essentiel dans la qualité du lien social** d'une ville. Il participe à la qualité de vie, réduit le sentiment de solitude et influence la décision de s'installer ou de rester dans une ville. Le commerce nourrit la diversité d'un territoire et favorise les échanges entre les générations comme entre les différentes origines et cultures.

Les commerces sont vécus comme des lieux de sociabilité au quotidien et l'on y crée des liens. Ainsi, **71% des répondants affirment que les commerces de leur propre ville influencent positivement leur**

¹ Enquête réalisée en ligne du 15 au 24 juillet 2024, auprès d'un échantillon de 1 000 personnes représentatif de la population de France métropolitaine âgée de 18 à 75 ans.

qualité de vie. Ce facteur est important quel que soit l'âge puisqu'il est reconnu par 69% à 74% des répondants selon la tranche d'âge. Les résultats montrent également que **48% des Français ont noué des relations d'amitié avec des commerçants ou d'autres clients.** Cette dimension sociale est particulièrement forte chez les seniors (57%) et les aidants² (59%), deux groupes démographiques en expansion.

L'intérêt pour les commerces à impact est toujours marqué, mais les freins à la fréquentation demeurent

L'étude explore les différents types de commerce fréquentés par les Français. Concernant les commerces à impact³, l'intérêt reste fort puisqu'il est exprimé par **69% des Français**, soit un niveau identique à celui de l'an dernier. Parmi les bénéfices attendus, **les enjeux collectifs sont prépondérants** : favoriser le lien social, mais aussi promouvoir un modèle de société plus positif et agir en faveur de l'environnement.

Toutefois, des freins à leur fréquentation subsistent : la 1^{ère} vague du baromètre avait permis d'identifier particulièrement le poids des habitudes de consommation et le manque de proximité. Dans le contexte d'une consommation qui marque le pas, notamment en raison de la pression sur le pouvoir d'achat, le nombre de répondants ayant fréquenté au moins un commerce à impact au cours des 12 derniers mois s'établit à 67% des personnes interrogées, en recul de 5 points par rapport à 2023.

Le centre commercial reste au cœur du parcours d'achat

En dépit des modifications des attentes et comportements des consommateurs, le centre commercial demeure central dans le parcours d'achat : **60% des Français le fréquentant au moins une fois par mois**, soit une progression de 2 points par rapport à la 1^{ère} vague du baromètre. Avec les grandes surfaces et les artisans de l'alimentaire, il reste le commerce privilégié pour faire ses achats.

Pour Galimmo, les conclusions de cette étude renforcent l'idée d'une **collaboration plus étroite entre les centres commerciaux et les initiatives commerciales à impact**, alignant ainsi leurs avantages sur les attentes des Français plus particulièrement en termes de lien social. Cette approche offre des perspectives prometteuses pour renforcer le rôle crucial des espaces commerciaux les plus visités dans la société et pour rapprocher le commerce à impact du quotidien des Français.

Les résultats de la 2^{ème} vague du baromètre L'ObSoCo X Galimmo ont été présentés ce jour au cours d'une table ronde "les Français et le commerce à impact" organisée par Galimmo x ObSoCo x make sense à l'occasion de l'annonce des lauréats de l'édition 2024 du Prix Engagé pour demain de Galimmo. Cette annonce fait l'objet d'un communiqué diffusé ce même jour.

² 28% des Français sont des aidants c'est-à-dire qu'ils fournissent au moins plusieurs fois par mois une assistance à un membre de leur famille, un ami ou une personne proche en raison de son âge, de sa maladie, ou d'un handicap.

³ Nouveaux commerces qui incluant les commerces de production locale ou raisonnée (direct producteur, magasins bio, made in France), les commerces alternatifs à la possession de produits neufs (seconde main, reconditionné), commerces solidaires (café associatif, commerce d'insertion), commerces actifs (fablab, repair café)

L'ensemble des résultats du baromètre 2024 sont accessibles sur le site de l'ObSoCo :
https://lobsoco.com/wp-content/uploads/2024/09/LObSoCo_Galimmo_Barometre_Commerces-et-lien-social_2024.pdf

A propos de Galimmo

Galimmo SCA (ISIN : FR0000030611) est une société cotée sur le compartiment B d'Euronext Paris, spécialisée dans l'immobilier de commerce et dédiée à la valorisation et à la gestion de centres commerciaux attenants à des hypermarchés Cora, désormais détenus par le groupe Carrefour. Son patrimoine, composé de 51 centres en France, est valorisé à 677,8 millions d'euros hors droits au 30 juin 2024. Galimmo SCA est une société en commandite par actions, contrôlée depuis le 1er juillet 2024 par la société Carmila qui détient à date une participation de près de 93% dans son capital. La gérance est assurée par Galimmo Services France, elle-même filiale à 100% de Carmila depuis le 1er juillet 2024.

A propos de L'ObSoCo

Nous sommes dans une période de transformation profonde de la société, de l'économie et du commerce. Aspiration des individus à vivre et consommer « autrement », fragmentation croissante de l'espace public et des marchés, défiance généralisée à l'égard des entreprises et des institutions, défi de la contrainte écologique, disruptions technologiques, tensions durables sur le pouvoir d'achat des ménages... le système de développement capitaliste est en mutation. Dans son sillage, ce sont les modèles économiques d'entreprise et l'organisation des activités visant la satisfaction des attentes des citoyens et consommateurs qui sont en cours de redéfinition vers de nouvelles formes de création de valeur. Ce contexte exige de se doter de nouveaux concepts et de se forger de nouvelles grilles de lecture, permettant d'appréhender la nouveauté et d'accompagner les acteurs économiques dans leurs stratégies d'adaptation. Cette vision fonde la vocation de L'ObSoCo.

Pour plus d'information

Contacts Presse Galimmo

Dylan Jullian

Directeur de clientèle

Tél : +33 6 18 89 56 73

dylan.jullian@omnicomprgroup.com

Contact Galimmo

Marine Ricard

Directrice communication et RSE

Tél : + 33 7 72 72 27 90

mricard@galimmo.com

Contact L'ObSoCo

Guénaëlle Gault

Directrice Générale

Tél : +33 6 48 16 87 06

g.gault@lobsoco.com