



Le commerce local à l'heure du consommateur connecté

Novembre 2016

“opinionway

15 place de la République 75003 Paris



ESOMAR^{'16}
corporate

dōlmen
marketing client local

Frédéric Micheau

Directeur des études d'opinion

Directeur de département

Tel: 01 81 81 83 00

fmicheau@opinion-way.com

“ LA MÉTHODOLOGIE

“opinionway



La méthodologie



Echantillon de **1025 personnes** représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus.
L'échantillon a été constitué selon **la méthode des quotas**, au regard des critères de sexe, d'âge, de catégorie socioprofessionnelle, de catégorie d'agglomération et de région de résidence.



L'échantillon a été interrogé par **questionnaire auto-administré en ligne sur système CAWI** (Computer Assisted Web Interview).



Les interviews ont été réalisées les **2 et 3 novembre 2016**.



OpinionWay a réalisé cette enquête en appliquant les procédures et règles de la **norme ISO 20252**.



Les résultats de ce sondage doivent être lus en tenant compte des marges d'incertitude : 1,5 à 3 points au plus pour un échantillon de 1000 répondants.

Toute publication totale ou partielle doit impérativement utiliser la mention complète suivante :

« **Sondage OpinionWay pour Dolmen** »

et aucune reprise de l'enquête ne pourra être dissociée de cet intitulé.



Le profil des répondants

Population française âgée de 18 ans et plus

Source : *INSEE, Bilan démographique 2014.*



	Sexe	%
	Hommes	48%
	Femmes	52%



	Age	%
	18-24 ans	11%
	25-34 ans	16%
	35-49 ans	27%
	50-64 ans	25%
	65 ans et plus	21%



	Région	%
	Ile-de-France	18%
	Nord ouest	23%
	Nord est	23%
	Sud ouest	11%
	Sud est	25%



	Activité professionnelle	%
	Agriculteurs	1%
	Catégories socioprofessionnelles supérieures	27%
	Artisans / Commerçants / Chefs d'entreprise	3%
	Professions libérales / Cadres	9%
	Professions intermédiaires	15%
	Catégories populaires	32%
	Employés	18%
	Ouvriers	14%
	Inactifs	40%
	Retraités	27%
	Autres inactifs	13%



	Taille d'agglomération	%
	Une commune rurale	23%
	De 2000 à 19 999 habitants	17%
	De 20 000 à 99 999 habitants	14%
	100 000 habitants et plus	30%
	Agglomération parisienne	16%

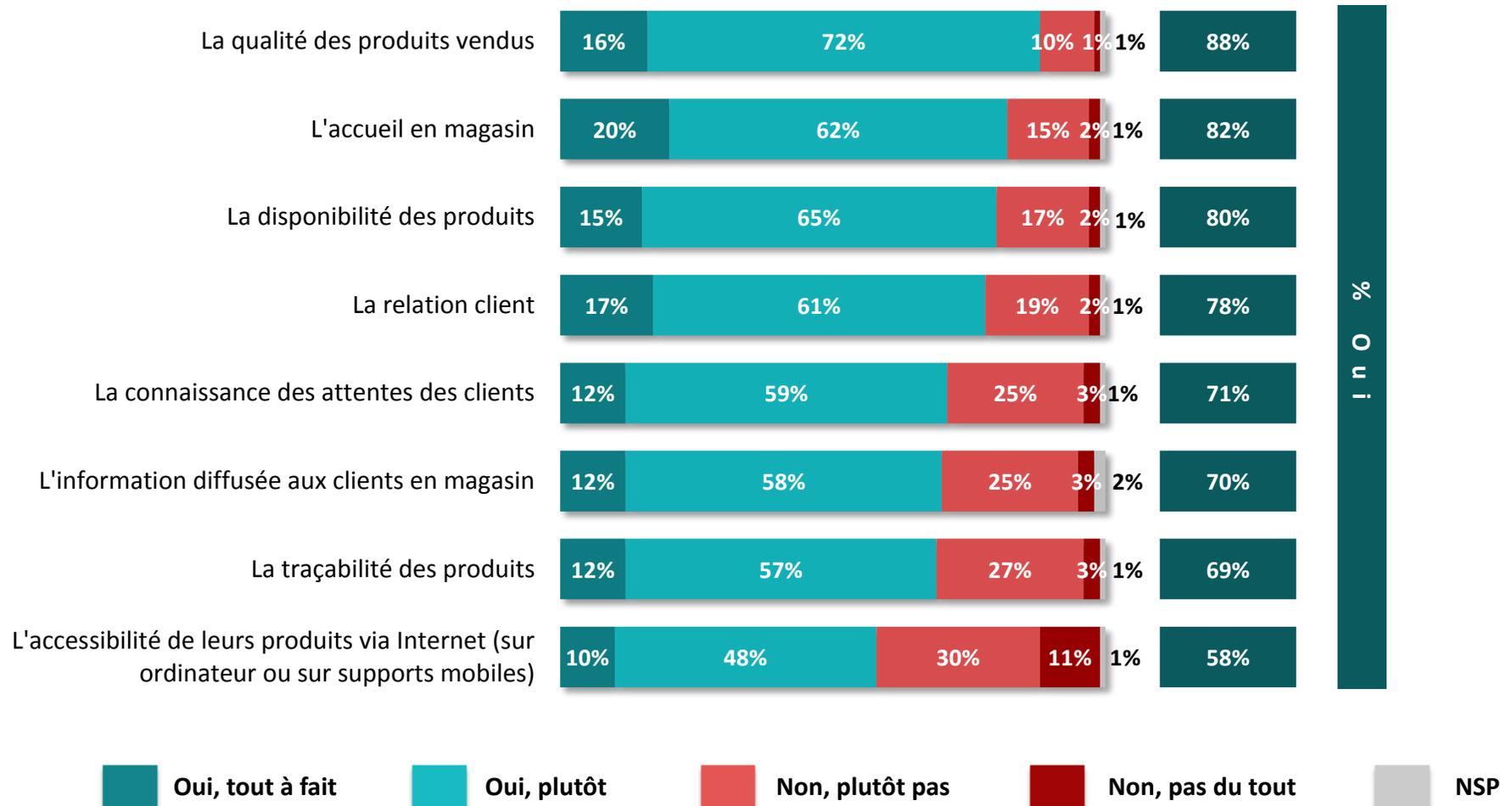


LES RESULTATS



La capacité des commerces locaux à répondre aux attentes de leurs clients

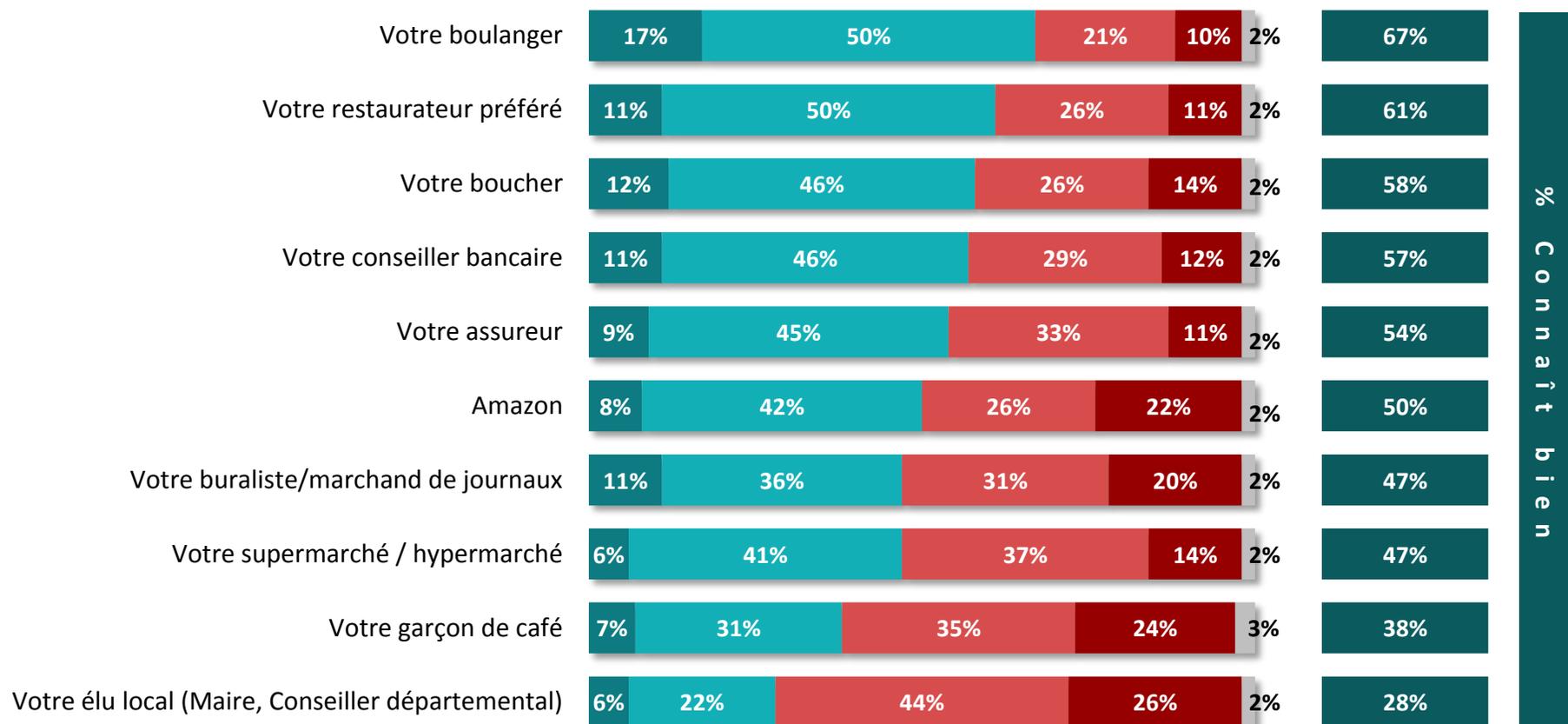
Q. Pour chacun des domaines suivants, diriez-vous que les commerçants locaux (petites, moyennes ou grandes surfaces proches de chez vous) répondent à vos attentes ?





La connaissance des attentes des clients

Q. Diriez-vous que chacun des acteurs suivants connaît bien ou connaît mal vos attentes ?



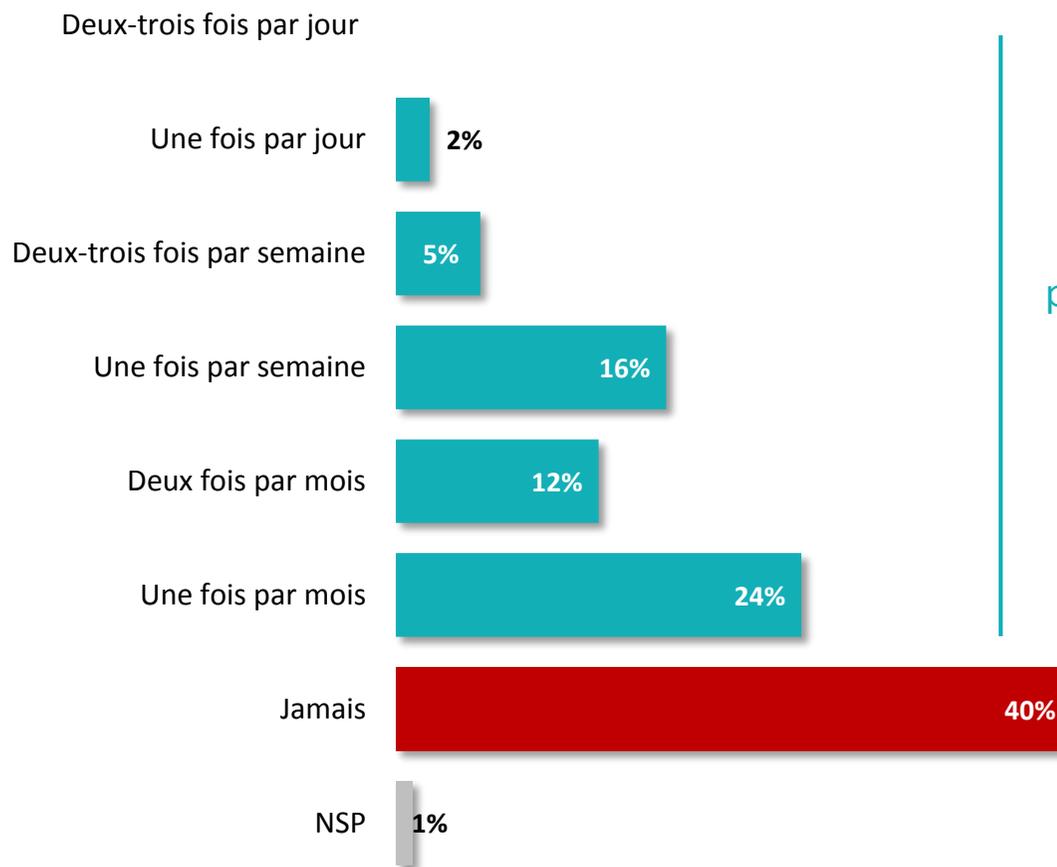
Connaît très bien Connaît plutôt bien Connaît plutôt mal Connaît très mal NSP



Le souhait d'être sollicité par son commerçant local



Q. A quelle fréquence êtes-vous prêt à être sollicité par votre commerçant local ?

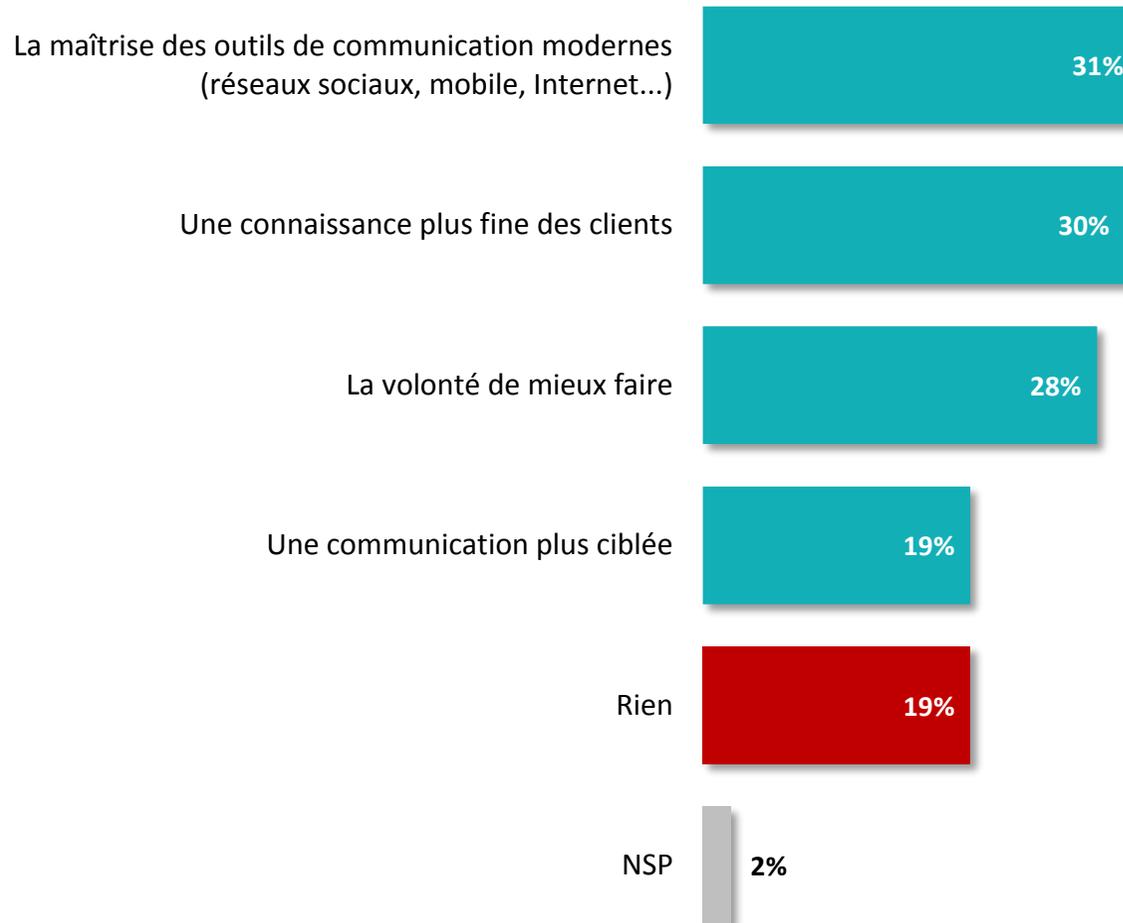


59% des personnes interrogées se déclarent prêtes à être sollicitées par leur commerçant local



Les vecteurs d'amélioration de la communication des commerçants locaux

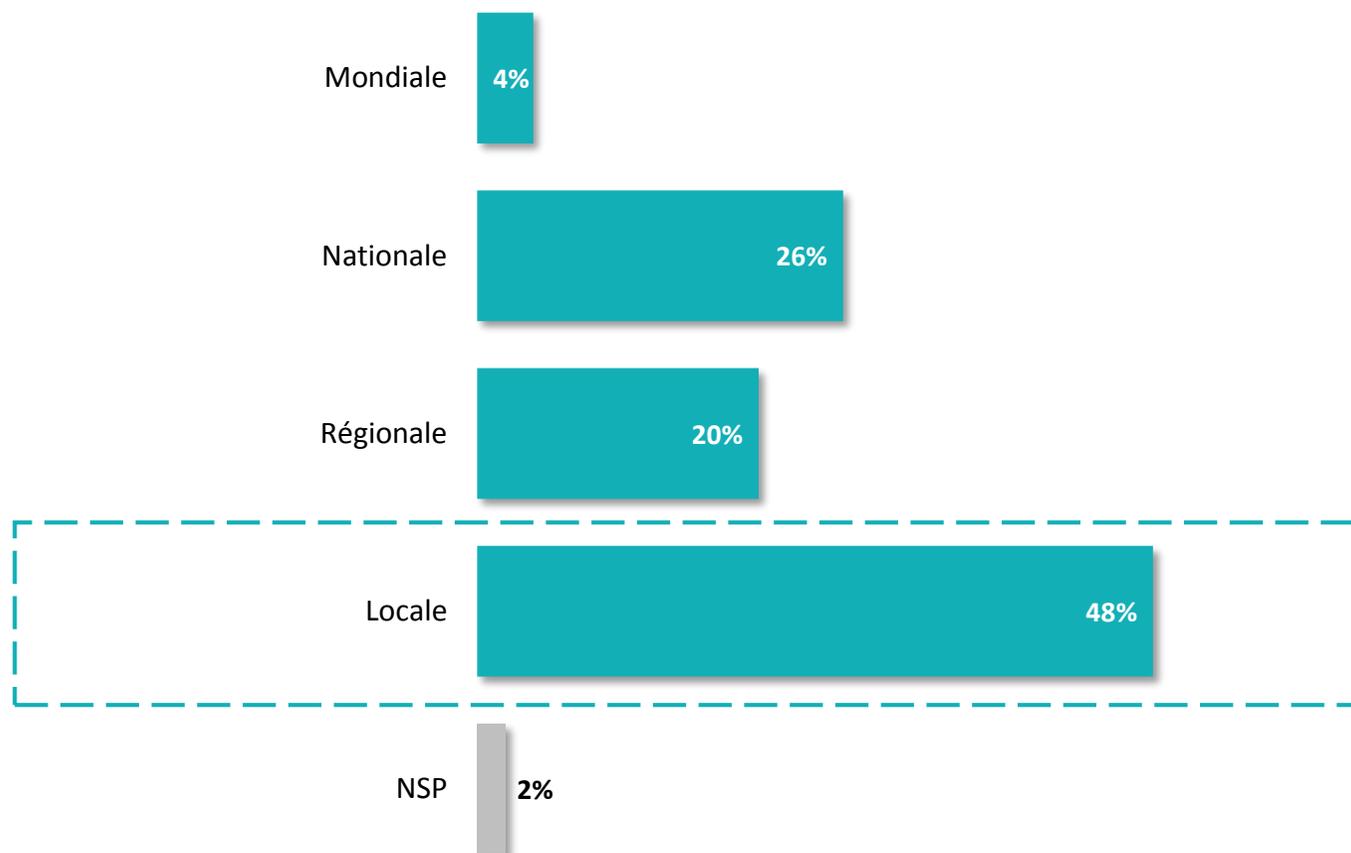
Q. Selon-vous, que manque-t-il aux commerçants locaux pour améliorer leur communication ?





La réceptivité aux campagnes de communication

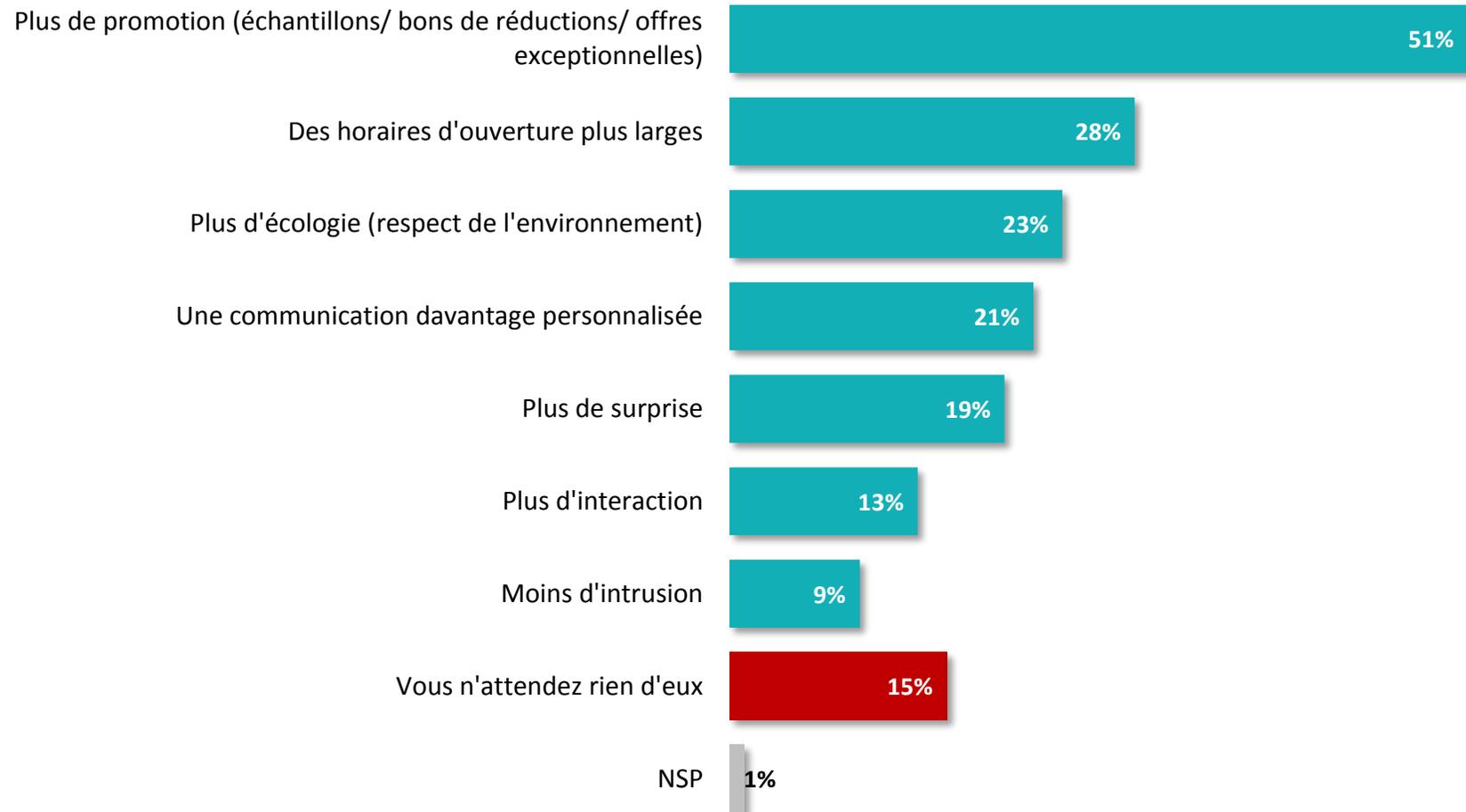
Q. Diriez-vous que vous êtes plus réceptif à une campagne de communication... ?





Les attentes vis-à-vis des commerçants locaux

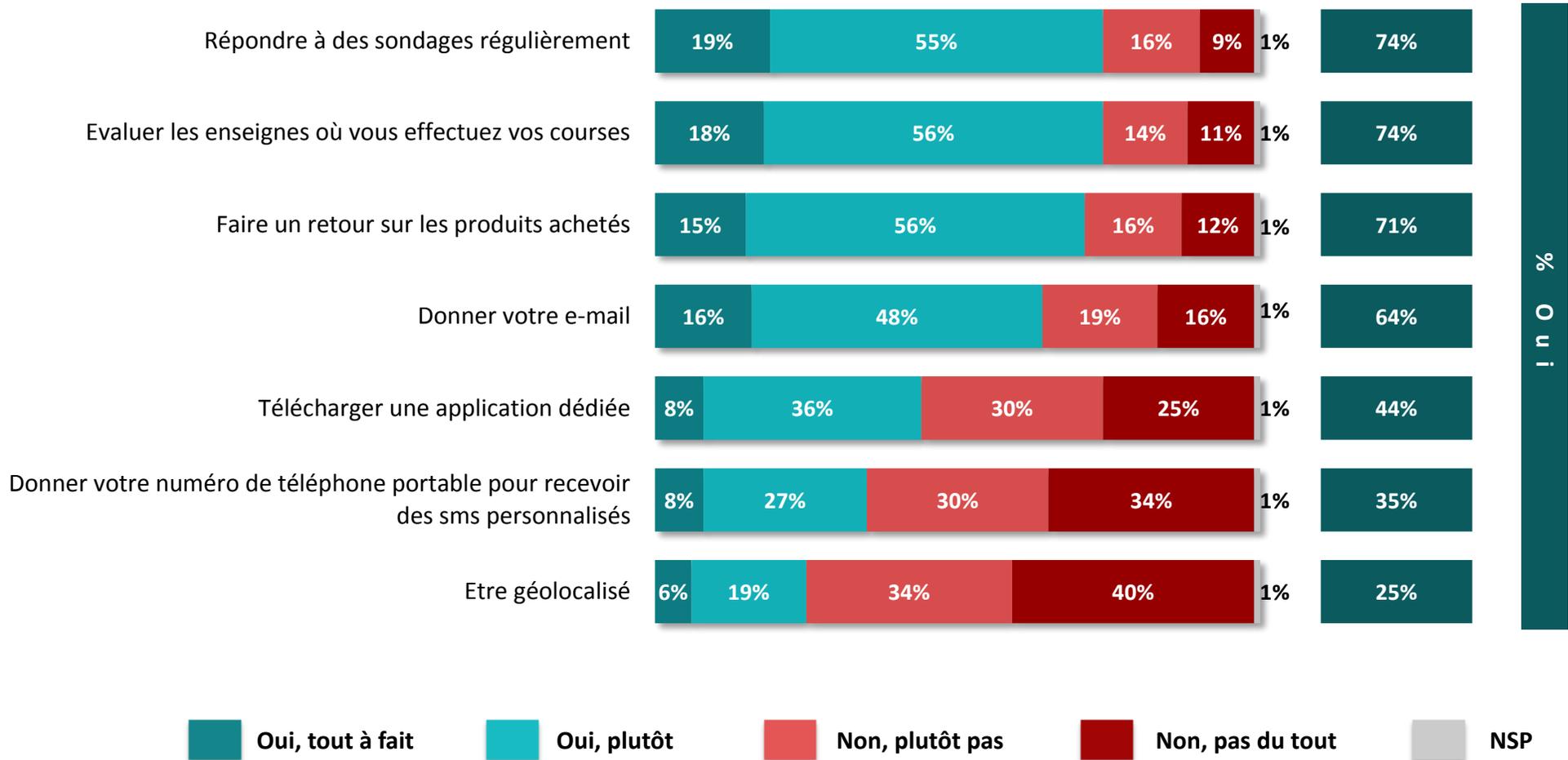
Q. Qu'attendez-vous de vos commerçants locaux ?





La transmission de données personnelles pour bénéficier d'offres pertinentes

Q. Pour recevoir de la part de vos commerçants locaux des offres personnalisées qui correspondent à vos attentes, seriez-vous prêt à... ?

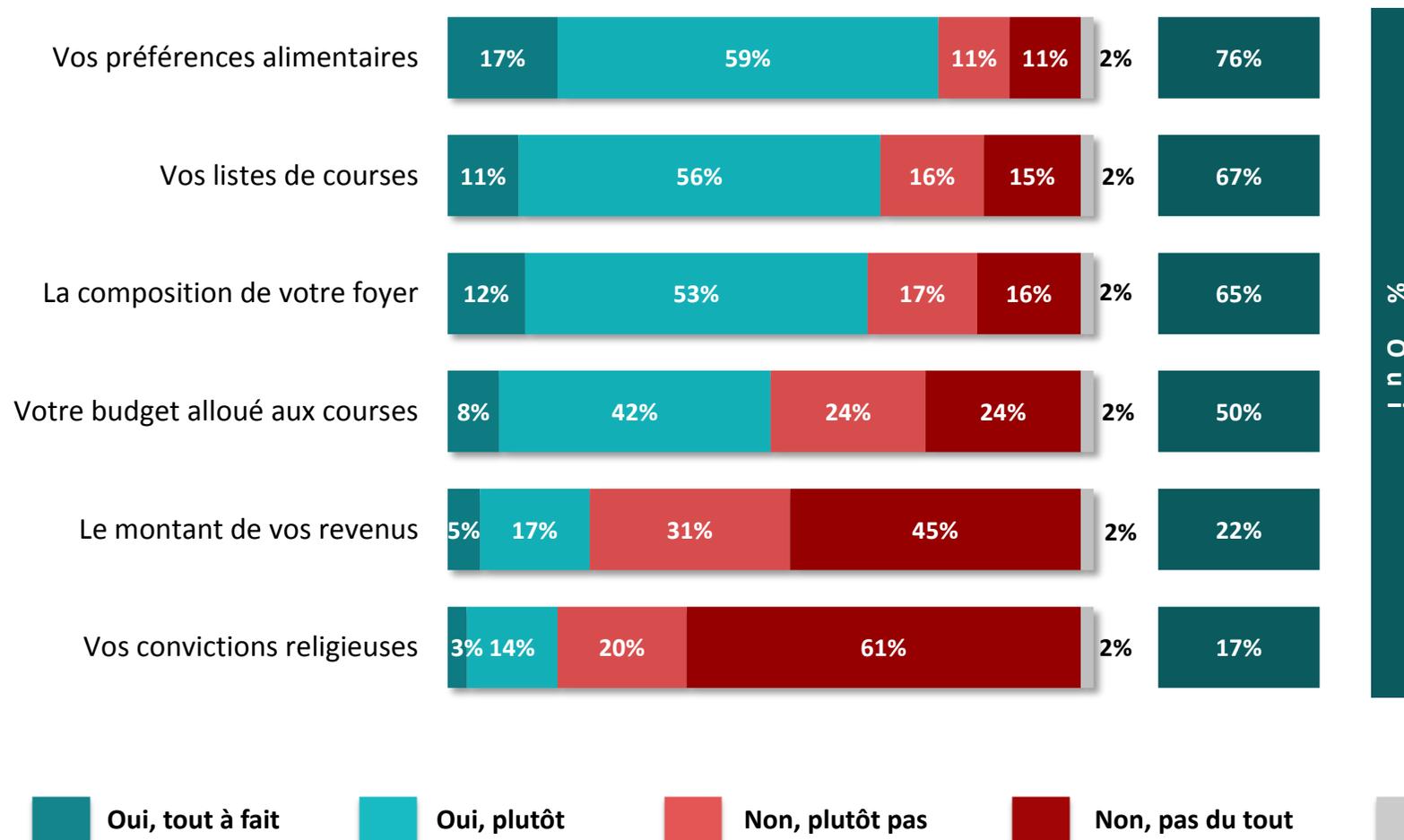


i n O %



Les données personnelles pertinentes pour bénéficier d'une offre sur mesure

Q. Selon vous, les informations suivantes permettraient-elles aux commerçants locaux de mieux personnaliser leurs offres ?

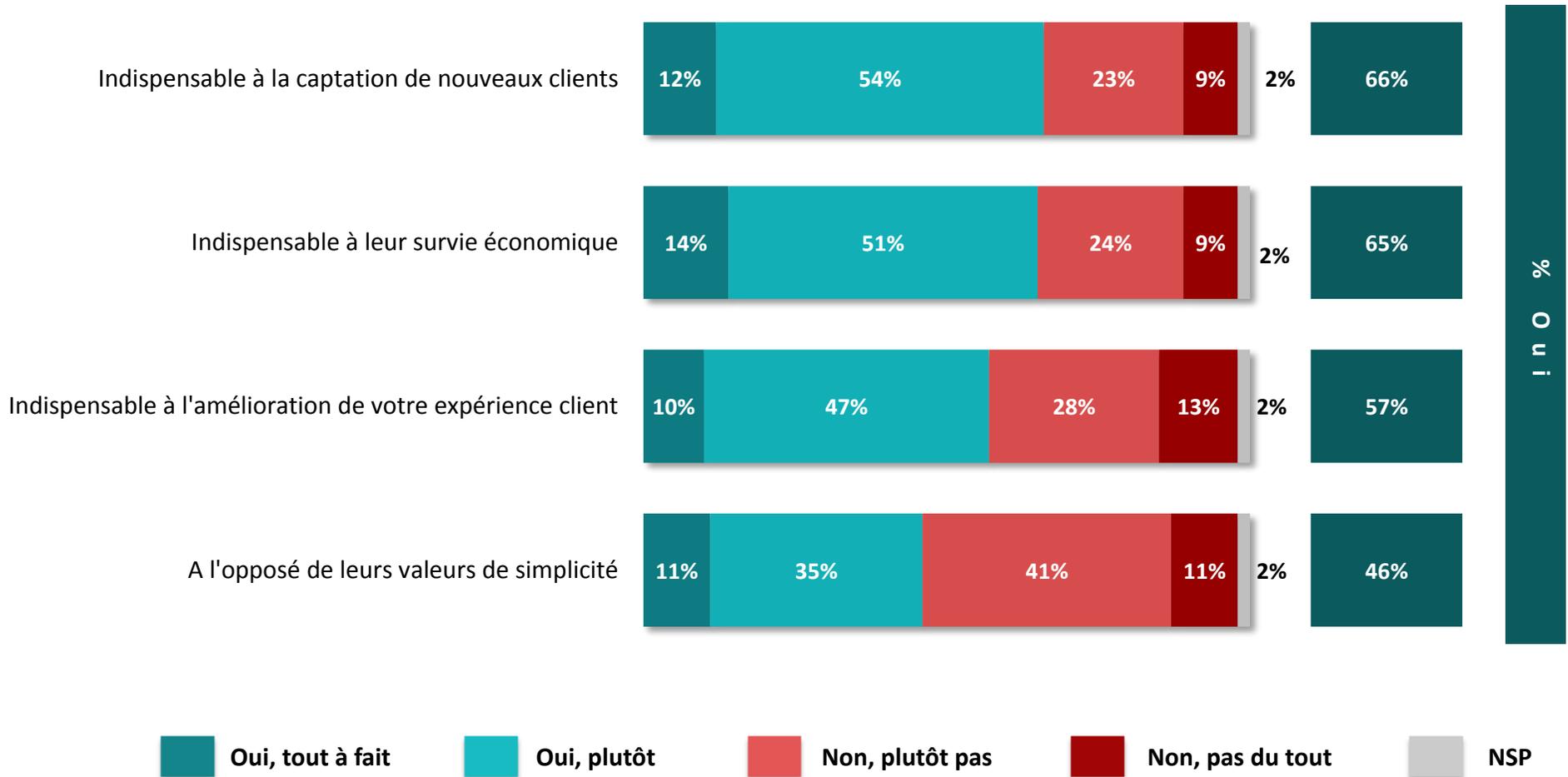


i n o %



Le recours aux outils numériques par les commerçants locaux

Q. Diriez-vous que l'utilisation d'outils numériques (sites Internet, applications mobiles...) par les commerçants locaux est... ?





“opinionway

15 place de la République 75003 Paris

*« Permettre à nos clients de comprendre de manière simple et rapide leur environnement actuel et futur,
pour mieux décider aujourd’hui, agir demain et imaginer après-demain. »*