

Que recherchez-vous ?

Entreprises Décideurs Métiers Marchés LSA Commerce connecté **LSA Green** Événements LSA

Plus

Recherche

Magazine

Newsletters

Services Événements et formations Emploi LSA Expert Webinars Livres Blancs Études LSA LSA Live Appels d'Offres



Accueil LSA

Le Covid déplace les points de repère du commerce

COMMERCE, CONSOMMATEURS, CONSOMMATION

PUBLIÉ LE 23/09/2020

[TWITTER](#)

[FACEBOOK](#)

[LINKEDIN](#)

[EMAIL](#)

[IMPRIMER](#)

ÉTUDES LSA **Les changements dans les habitudes de consommation durant la crise sanitaire seront en grande partie durables. Telle est une des conclusions d'une étude LSA en partenariat avec Waze.**



ESPACE ABONNÉ

[Mon compte](#)

[Newsletters](#)

[Accès aux magazines](#)

[Base Marchés PGC](#)

[Statistiques Enseignes](#)

[Base Centrales d'achats](#)

[Contact](#)



NOS ÉVÈNEMENTS



Plus de 80% des distributeurs estiment que leurs points de vente sont plutôt ou très bien connus par les personnes autour de l'enseigne en question.

Les chiffres

- 66 % : la part des décideurs de la distribution qui pensent que la consommation dans les magasins proches du domicile du client va augmenter dans les douze prochains mois, contre 39 % pour les magasins proches du lieu de travail
- 87% : la part des décideurs de la distribution qui pensent qu'une offre promotionnelle peut pousser un consommateur à changer de point de vente

La période du confinement était-elle une parenthèse dans l'histoire de la distribution française ou a-t-elle durablement bouleversé les habitudes de consommation ? 72 % des répondants estiment qu'au moins certains de ces changements vont perdurer...

À commencer par les critères de sélection des points de vente. Alors que 24 % des distributeurs identifiaient le prix comme le principal critère de sélection avant la crise sanitaire, ils sont deux fois moins nombreux à le penser aujourd'hui (12 %). Constat similaire pour les promotions, qui passent de 17 à 7 %. L'emplacement, en progression de 4 points, est ainsi devenu le critère le plus souvent classé en premier (32 %). Les conditions sanitaires d'accueil et les nouveaux services (drive, click & collect, etc.) sont quant à eux beaucoup plus souvent classés parmi les trois principaux critères, avec des hausses respectives de 50 points et de 23 points. À noter aussi que 66 % des distributeurs présagent que la

29 Novembre 2021

OSCAR DE L'EMBALLAGE

Le grand prix Emballage de l'année

↓

2 Décembre 2021

CONGRÈS RHD NEO RESTAURATION

Édition 2021

8 Décembre 2021

TROPHÉES DE L'INNOVATION LSA

42ème édition

[Tous nos événements](#)

L'ÉDITO



[L'obsession des ruptures en rayons](#)

[[Edito](#)]

Toutes les actus de la consommation et de la distribution

JE M'INSCRIS À LA NEWSLETTER

ARTICLE EXTRAIT DU MAGAZINE N° 2620



Tous les jeudis, l'information de référence de la grande consommation

Contactez la rédaction

[Abonnez-vous](#)

LES + LUS

Arrêt de la diffusion des prospectus : les résultats du test de...



Alexandre Bompard a

consommation dans les points de vente proches du domicile va augmenter.

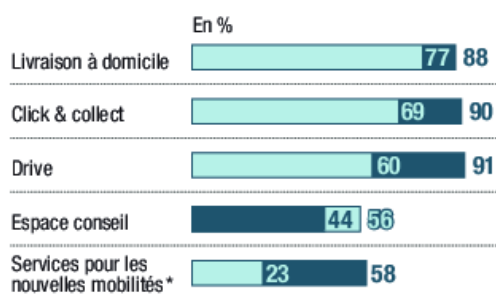
Être bien vu

Autre chiffre intéressant, plus de 80 % des distributeurs estiment que leurs points de vente sont plutôt ou très bien connus par les personnes vivant dans un rayon de 10 km autour de l'enseigne en question. Ce chiffre baisse en revanche à 63 % si l'on considère les personnes vivant dans un rayon de 10 à 20 km. Or, ces mêmes professionnels sont 46 % à estimer que leurs clients parcourent en moyenne plus de 10 km pour venir en point de vente. La visibilité des enseignes reste donc un véritable enjeu.



Ces mêmes distributeurs utilisent en moyenne quatre outils pour communiquer. Les plus utilisés sont actuellement le site internet (71 %) et les réseaux sociaux (70 %). 52 % ont aussi recours à des panneaux d'affichage directionnel et 50 % aux prospectus et flyers. Les solutions mobiles de type Waze ou Google Maps sont quant à elles utilisées par 31 % des répondants.

Une fois que le magasin est visible, comment convaincre les Français de venir ? Avec des promotions, pour 87 % des distributeurs. En ce qui concerne la communication, 56 % des commerçants vont augmenter leur budget sur les réseaux sociaux, 38 % vont investir sur les annonces publicitaires en ligne et 18 % vont dépenser plus sur les solutions mobiles de type Waze ou Google Maps (31 % pour ceux qui investissent déjà sur ce canal).

Vers plus de services



* Borne électrique, place de covoiturage, etc.

 Mon entreprise a mis en place ce service
 Je pense que ce service va gagner en importance dans les douze mois

touché la plus forte rémunération variable du...



Qui est la directrice de la transformation commerciale...



NOS FORMATIONS

3-31 Janvier 2022
E-LEARNING | LOI SAPIN 2
[Sensibilisation à la lutte contre la corruption](#)

2 Février 2022
TRAVAILLER AVEC LA GRANDE DISTRIBUTION
[Identifier vos leviers de développement et savoir les actionner](#)

10-11 Février 2022
DEVENIR DPO – DATA PROTECTION OFFICER
[Assurer et maintenir la conformité au RGPD](#)

[Toutes nos formations](#)

LES HORS-SÉRIES LSA

[Consultez le Hors-série LSA PGC – Octobre 2021](#)



Tous les hors-séries :

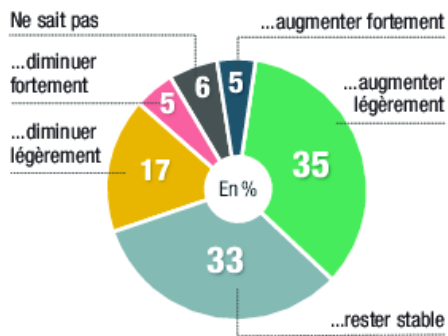
[Hors-série LSA Boissons – Septembre 2021](#)

[Hors-série LSA Boissons – Juin 2021](#)

[Hors-série LSA Green – Mai 2021](#)

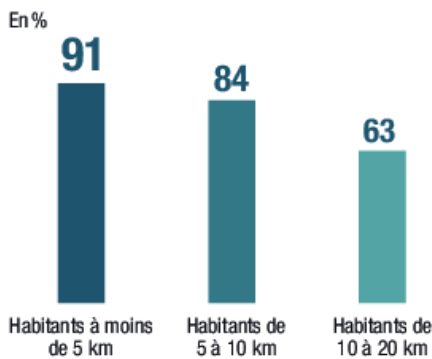
Peu de baisses des investissements marketing

Comment vont évoluer vos investissements marketing dans les douze prochains mois ?



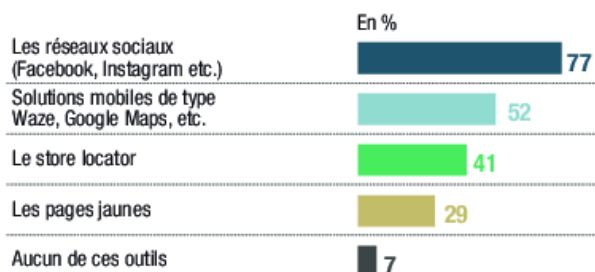
Le seuil des 10 kilomètres

Part des décideurs qui répondent oui à la question : « Avez-vous le sentiment que les personnes à proximité de votre magasin vous connaissent suffisamment ? »



Une prime aux réseaux sociaux...

Quels outils votre entreprise utilise-t-elle pour référencer ses magasins ? (plusieurs réponses possibles)



Quels moyens de communication votre entreprise utilise-t-elle pour améliorer la visibilité de ses magasins ? (plusieurs réponses possibles)

LES RÉSEAUX DE FRANCHISE À SUIVRE

TECFIT
L'expérience ultime du bien-être

TECFIT

LE CBD FRANÇAIS
Le CBD Français, un concept unique et complet, orienté...



CODING GIANTS
Coding Giants, formation au codage



[Tous les réseaux de franchise](#)

LSA EXPERT

LSA Expert, l'outil de recherche web dans la base des magasins, centrales et centres commerciaux, mise à jour en continu...

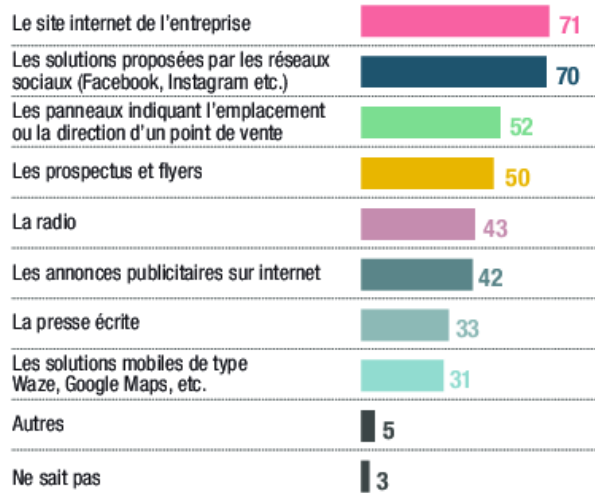


[Accédez au service](#)

APPELS D'OFFRES

Ville de Nantes
Fourniture de produits d'épicerie pour les besoins des multiaccueils de la direction[...]
23/11/2021

Ville de Magnanville



Fourniture et mise en œuvre de denrées alimentaires pour la confection de repas[...]
23/11/2021

Ville de Villiers le Bel
Fournitures d'épicerie sèche pour l'épicerie sociale Le Bel Epi CCAS de Villiers le[...]
21/11/2021

[Accéder à tous les appels d'offres](#)

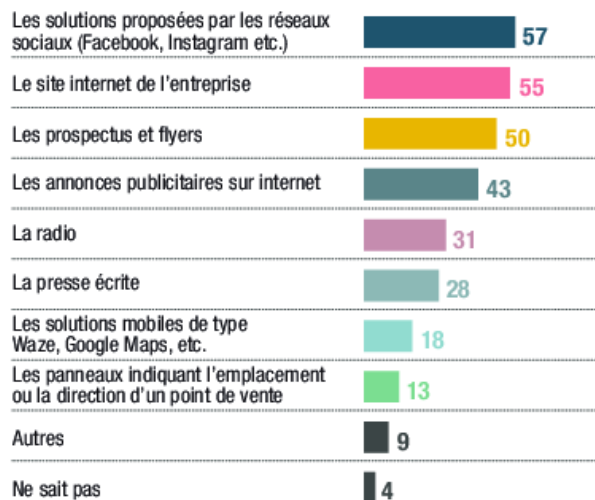
Offres d'Empi

- Chefs de secteur GMS sur toute la France h/f
- Directeur de Magasin (H/F)
- Chef de Secteur Nord Est H/F

[Créer votre CV en ligne et soyez visible des recruteurs](#)

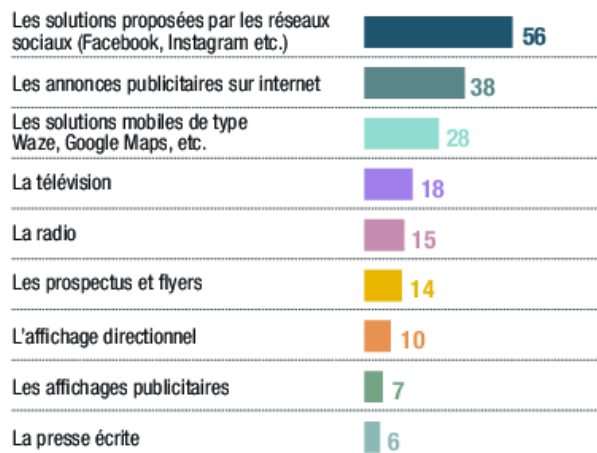
[Toutes les offres](#)

Quels moyens de communication privilégieriez-vous pour communiquer sur des offres promotionnelles spécifiques à un magasin ? (plusieurs réponses possibles)



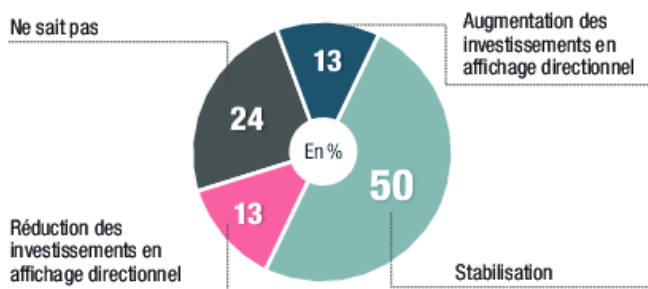
... Qui va aller croissant

Quels leviers allez-vous privilégier à l'avenir pour communiquer sur vos offres ? (plusieurs réponses possibles)



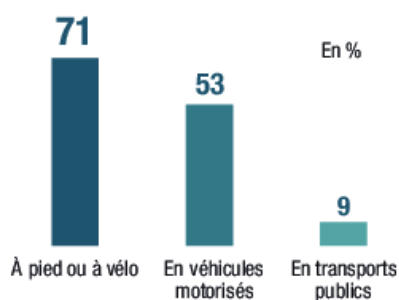
Stabilité de l'affichage directionnel

Comment vont évoluer vos investissements en affichage directionnel dans les prochaines années ?



Le bel avenir des « mobilités douces »

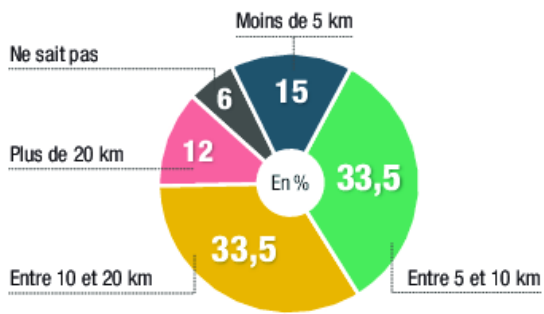
Part des décideurs qui répondent « augmenter » à la question : « Selon vous, comment va évoluer l'usage des moyens de transport suivants pour faire ses achats en magasin au cours des douze prochains mois ? »



Une zone de chalandise de 20 km de rayon

À votre avis, quelle distance parcourent en moyenne vos clients pour se rendre en magasin

?



Méthodologie

Étude réalisée en ligne par Infopro Digital Études pour Waze Ads et LSA auprès de 163 décideurs du retail du 9 juillet au 21 août 2020.

VOUS LISEZ UN ARTICLE DE LSA N° 2620



LE DOSSIER DE CE NUMERO

Foie gras : les armes de la reconquête

A LA UNE

L'appétit grandissant des distributeurs pour la foodtech

[Découvrir les articles de ce numéro](#)

[Consulter les archives 2020 de LSA](#)

EFFECTUER UNE AUTRE RECHERCHE



A LIRE AUSSI



Commerce, la magie de Noël jouera-t-elle ?



[Edito] Amazon et le drôle de boycott...



Les enjeux pour la consommation de la