

Les commerçants de proximité ont enregistré une baisse de leur activité de 40% en moyenne depuis le début de la crise sanitaire et la moitié d'entre eux sont inquiets pour l'avenir de leur entreprise

- **Les commerçants de proximité subissent de plein fouet les conséquences de la crise sanitaire** : ils estiment avoir enregistré une baisse de 40% de leur activité professionnelle en moyenne depuis le début de la crise sanitaire. Par ailleurs, la moitié d'entre eux (50%) déclarent être inquiets pour l'avenir de leur entreprise et 2 commerçants de proximité sur 3 (64%) déclarent ne pas avoir suffisamment de trésorerie pour tenir le coup si une deuxième vague de l'épidémie de Covid-19 et un reconfinement devaient arriver.
- **Malgré ces inquiétudes et ces difficultés, les commerçants de proximité restent déterminés** : 71% d'entre eux déclarent ne pas avoir songé arrêter définitivement leur activité.
- **Cette détermination est liée à la passion qu'ont les commerçants de proximité pour leur métier et au lien profond qui les unit à leurs clients** : la moitié des commerçants (47%) jugent leur activité importante pour la vie du quartier. De manière réciproque, près de 7 Français sur 10 (69%) déclarent être attachés à leurs commerces de proximité et près de 8 Français sur 10 (79%) estiment qu'ils animent leur quartier et lui donnent une identité.
- **Dans ce contexte économique difficile, American Express lance pour la 1^{ère} fois l'opération « Shop Small » en France, développée aux États-Unis depuis 10 ans, pour encourager les Français à se rendre chez leurs commerces de proximité et ainsi maintenir le lien profond qui les unit. L'opération inclut notamment une offre de *cashback* valable jusqu'au 15 octobre 2020 et plusieurs campagnes d'information sur les réseaux sociaux.**



Nos commerçants font battre le cœur de nos quartiers.

AMERICAN EXPRESS

ENSEMBLE, SOUTENONS LEUR ACTIVITÉ.

Rueil-Malmaison, le 10 septembre 2020 - Les commerçants de proximité subissent de plein fouet les conséquences de la crise sanitaire, selon les résultats d'une étude exclusive réalisée par American Express, en partenariat avec l'institut YouGov, dévoilée à l'occasion du lancement de l'opération « Shop Small » en France: ils estiment avoir enregistré une baisse de 40% de leur activité professionnelle en moyenne depuis le début de la crise sanitaire. Par ailleurs, la moitié d'entre eux (50%) déclarent être inquiets pour l'avenir de leur entreprise et 2 commerçants de proximité sur 3 (64%) déclarent ne pas avoir suffisamment de trésorerie pour tenir le coup si une deuxième vague de l'épidémie de Covid-19 et un reconfinement devaient arriver.

Malgré ces inquiétudes et ces difficultés, les commerçants de proximité restent déterminés : 71% d'entre eux déclarent ne pas avoir songé arrêter définitivement leur activité. Au-delà de la passion pour leur métier, cette détermination des commerçants de proximité peut s'expliquer par le lien profond qu'ils ont tissé avec les Français : près de 7 Français sur 10 (69%) déclarent être attachés à leurs commerces de proximité et près de 8 Français sur 10 (79%) estiment qu'ils animent leur quartier et lui donnent une identité. Par ailleurs, près de 7 Français sur 10 (68%) déclarent que leurs commerçants de proximité participent à leur bien-être quotidien et près de 8 Français sur 10 (79%) estiment que leurs commerçants de proximité leur facilitent les choses au quotidien, notamment les 45-54 ans (84%).

Ce lien génère une solidarité des Français envers leurs commerçants de proximité : alors que les commerçants de proximité voient les consommateurs comme les premiers garants de la survie de leur activité (pour la moitié d'entre eux – 49%), la moitié des Français (50%) déclarent se rendre plus souvent chez leurs commerçants de proximité qu'avant le début du confinement, notamment les femmes (53%) et les seniors (52%).

Alors que de nouvelles restrictions d'ouvertures sont imposées chez certains commerces situés dans des zones à forte contamination, American Express lance l'opération « Shop Small » pour renforcer cet élan de solidarité des Français et les encourager à se rendre chez leurs commerçants de proximité. Cette opération inclut notamment une offre exclusive de *cashback* chez les commerçants de proximité (jusqu'au 15 octobre, 5 euros remboursés pour toute dépense de 20 euros ou plus avec sa Carte American Express chez un commerçant de proximité éligible. Offre valable 5 fois chez 5 commerçants différents¹), mais aussi plusieurs campagnes d'information sur les réseaux sociaux pour inciter les Français à privilégier les commerces proches de chez eux et le développement d'une assistance et d'outils pour aider les commerçants de proximité à se relever.

« Les commerces de proximité sont l'âme de nos quartiers. Alors qu'ils déclarent avoir enregistré une baisse de 40% de leur activité en moyenne depuis le début de la crise sanitaire, les commerces de proximité désignent les consommateurs comme les premiers garants de la survie de leur activité. Les Français sont pleinement conscients de la situation difficile de leurs commerces de proximité et on observe un mouvement et un élan de solidarité des Français pour les soutenir. La moitié d'entre eux déclarent s'y rendre plus souvent depuis la fin du confinement, notamment dans les villages et les zones rurales. A travers l'opération Shop Small, American Express souhaite participer et encourager ce mouvement pour aider les commerçants de proximité à se relever et maintenir le lien qui les unit aux Français », déclare Caroline Gaye, Directrice Générale d'American Express en France.

¹ Conditions et liste des commerçants sur americanexpress.com/fr/shopsmall

Une baisse d'activité de 40% en moyenne depuis le début de la crise sanitaire

Les commerçants de proximité subissent de plein fouet les conséquences de la crise sanitaire : ils estiment avoir enregistré une baisse de 40% de leur activité en moyenne depuis le début de la crise sanitaire.

A cette situation économique difficile s'ajoute une inquiétude pour l'avenir : la moitié d'entre eux (50%) déclarent être inquiets pour l'avenir de leur entreprise. Par ailleurs, alors que 68% des commerçants de proximité sont inquiets d'une 2^{ème} vague de Covid-19, près de 2 tiers d'entre eux (64%) déclarent ne pas avoir suffisamment de trésorerie pour tenir le coup si une deuxième vague de l'épidémie de Covid-19 et un reconfinement devaient arriver. Enfin, près d'un commerçant sur deux (44 %) estime que son activité ne reviendra pas à la normale avant 6 mois au minimum.

Malgré les difficultés, les commerçants de proximité font preuve d'une détermination sans faille

Malgré leurs inquiétudes et leurs difficultés, les commerçants de proximité restent déterminés : 71% d'entre eux déclarent ne pas avoir songé à arrêter définitivement leur activité. Aujourd'hui, leurs principales priorités sont de reprendre une activité normale (pour 38% d'entre eux) et faire revenir leurs clients (pour 17% d'entre eux).

Au-delà de la passion pour leur métier, la détermination des commerçants de proximité à se battre pour maintenir leur activité peut s'expliquer par le lien profond qu'ils ont tissé avec les Français.

En effet, les Français portent un regard extrêmement positif sur leurs commerçants de proximité : près de 7 Français sur 10 (69%) déclarent être attachés à leurs commerces de proximité et près de 8 Français sur 10 (79%) estiment qu'ils animent leur quartier et lui donnent une identité.

Du côté des commerçants de proximité, maintenir ce lien avec leurs clients depuis le début de la crise, notamment pendant la période de confinement, a constitué une priorité (pour 61% d'entre eux). Par ailleurs, près de 7 commerçants de proximité sur 10 (69%) déclarent que cela leur a manqué de ne plus voir ni discuter avec leurs clients pendant le confinement.

Les commerçants de proximité comptent sur les Français pour relancer leur activité

Les commerçants de proximité désignent les consommateurs comme les premiers garants de la survie de leur activité (pour la moitié d'entre eux – 49%), loin devant l'État (24%) et les villes (8%).

Preuve que le lien qui unit les commerçants de proximité aux Français est profond, les Français sont pleinement conscients de leurs difficultés : près de 7 Français sur 10 (69%) craignent que leurs commerces de proximité fassent faillite à cause de la crise sanitaire, notamment les jeunes de 18 à 24 ans (76%).

L'inquiétude des Français sur la disparition de leurs commerces de proximité a modifié leurs comportements de consommation : la moitié d'entre eux (50%) déclare se rendre plus souvent chez leurs commerçants de proximité qu'avant le début du confinement, notamment les femmes (53%) et les seniors (52%).

Par ailleurs, pour aller plus loin, **56% des Français ont pris ou comptent prendre des initiatives pour soutenir leurs commerces de proximité tels que prioriser ce type de commerces pour faire leurs courses (pour 35% des Français, notamment les habitants de villages et zones rurales – 41%), augmenter la fréquence des achats (pour 18% des Français, notamment les seniors) ou relayer des messages de soutien sur les réseaux sociaux (pour 13% des Français).**

Les commerçants de proximité commencent à ressentir les effets de ces engagements : la moitié d'entre eux déclarent que les Français les soutiennent plus depuis la fin du confinement. Ce soutien est d'autant plus important que seul un commerçant de proximité sur 3 (36%) est optimiste sur une amélioration de son activité dans les 12 prochains mois.

American Express déploie l'opération « Shop Small » pour encourager les Français à se rendre dans leurs commerces de proximité

Parce qu'American Express est persuadé que les commerces de proximité font battre le cœur des quartiers, et afin d'accompagner cet élan de solidarité des Français, l'entreprise lance l'opération « Shop Small », initiée aux Etats-Unis en 2010, pour la 1^{ère} fois en France.

En 2020, alors que les commerces de proximité n'ont jamais eu autant besoin de soutien, American Express investit 200 millions de US dollars dans l'opération Shop Small au niveau mondial.

En France, American Express dispose d'un réseau important de commerçants affiliés, ce qui en fait un acteur essentiel du secteur. Pour la première édition de « Shop Small », le marché français constitue donc un marché prioritaire en termes d'investissement.

L'opération « Shop Small » se caractérise par :

> **Une offre exclusive de *cashback* pour encourager les Français à se rendre chez leurs commerçants de proximité**

Jusqu'au 15 octobre, 5 euros remboursés pour toute dépense de 20 euros ou plus avec sa Carte American Express chez un commerçant de proximité éligible. Offre valable 5 fois chez 5 commerçants différents².

> **Des campagnes d'information diffusées sur les réseaux sociaux pour renforcer l'attrait des commerces de proximité auprès des Français**

American Express met en avant le rôle clé des commerçants de proximité dans la vie des quartiers, dans plusieurs campagnes d'informations diffusées sur les réseaux sociaux. Convivialité, qualité de service, qualité des produits, savoir-faire, ... l'ensemble des attributs des commerces de proximité, si chers aux Français, sont valorisés afin de les inciter à s'y rendre.

> **Le développement d'une assistance et d'outils pour aider les commerçants de proximité à se relever**

Les commerçants éligibles à l'opération « Shop Small » ont tous reçu un kit pour faire la promotion de l'offre et des outils pour aider à la reprise de leur activité (panneaux Ouvert/Fermé, autocollants au sol de distanciation sociale). Un portail en ligne [« Mon Commerçant Et Moi »](#) leur donne aussi accès à des outils et affiches téléchargeables, des tutoriels vidéos marketing (améliorer son référencement sur les moteurs de recherche, développer une campagne sur les réseaux sociaux, etc.), des offres partenaires et bien plus encore.

METHODOLOGIE DE L'ENQUÊTE

Enquêtes réalisées du 30 au 31 juillet 2020 auprès d'un échantillon de 1008 personnes représentatives de la population nationale française âgée de 18 ans et plus et du 4 au 10 Août 2020 auprès d'un échantillon de 184 artisans et commerçants de proximité. Les enquêtes ont été effectués en ligne, sur le panel propriétaire YouGov France.

A PROPOS D'AMERICAN EXPRESS

American Express est une société de paiement intégrée à l'échelle mondiale, qui offre à ses clients l'accès à des produits, des connaissances et des expériences qui enrichissent leur vie et contribuent à la réussite de leur entreprise. Pour en savoir plus, rendez-vous sur americanexpress.fr.

CONTACT PRESSE - AGENCE BABEL

Nicolas Martrenchard - 06 84 02 75 05 - nicolas.martrenchard@agencebabel.com

² Conditions et liste des commerçants sur americanexpress.com/fr/shopsmall