



Communiqué de presse

## 7 Français sur 10 craignent que leurs commerces de proximité fassent faillite à cause de la crise sanitaire

- **Le lien qui unit les Français à leurs commerces de proximité est profond** : 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.
- **Les Français craignent pour l'avenir de leurs commerces de proximité** : 77% des Français sont inquiets du devenir des commerces de proximité et près de 7 Français sur 10 (69%) craignent que leurs commerces de proximité fassent faillite à cause de la crise sanitaire.
- **Une inquiétude légitime au moment où les commerçants de proximité estiment avoir connu une baisse de 40% de leur activité professionnelle en moyenne depuis le début de la crise sanitaire**. La moitié des commerçants de proximité (50%) sont inquiets pour le devenir de leur entreprise.
- **Dans ce contexte, American Express lance pour la 1<sup>ère</sup> fois l'opération « Shop Small » en France, développée aux États-Unis depuis 10 ans, pour encourager les Français à se rendre dans 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

SHOP SMALL

ENSEMBLE, SOUTENONS LEUR ACTIVITÉ.

Rueil-Malmaison, le 10 septembre 2020 - Les Français sont profondément inquiets pour l'avenir de leurs commerces de proximité, 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 : 77% des Français sont inquiets du devenir des commerces de proximité et près de 7 Français sur 10 (69%) craignent que leurs commerces de proximité fassent faillite à cause de la crise sanitaire. Un sentiment partagé par l'ensemble des catégories de Français, avec une proportion plus forte parmi les jeunes de 18 à 24 ans (76%).

Cette inquiétude particulièrement marquée s'explique par le profond attachement des Français à leurs commerçants de proximité : près de 7 Français sur 10 (69%) déclarent y être attachés et près de 8 Français sur 10 (79%) estiment qu'ils animent leur quartier et lui donnent une identité, notamment les habitants des villages et zones rurales (81%).

Cette inquiétude est légitime au moment où les commerçants de proximité estiment avoir connu une baisse de 40% de leur activité professionnelle en moyenne depuis le début de la crise sanitaire. Par ailleurs, la moitié des commerçants de proximité (50%) déclarent être inquiets pour le devenir de leur entreprise et près de 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.

Cette inquiétude a engendré un changement de comportement de consommation chez les Français : la moitié d'entre eux (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 différents<sup>1</sup>), 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. Ce n'est donc pas un hasard si les Français y sont si profondément attachés. Alors que le confinement a transformé le lien qui unit les Français à leurs commerces de proximité, on observe un mouvement et un élan de solidarité des Français pour soutenir leurs commerçants de proximité. 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.

## **Les Français et les commerces de proximité : un lien profond au cœur de la vie de quartier**

En étant au cœur du quartier, les commerçants de proximité sont devenus indispensables aux yeux des Français : près de 7 Français sur 10 (69%) déclarent être attachés à leurs commerces de proximité. 78% des Français en ont une image positive et 72% des Français souhaiteraient en avoir plus autour de chez eux, notamment les habitants des villages et zones rurales (76%).

Dans un premier temps, les Français louent la qualité du savoir-faire et du service rendu par leurs commerçants de proximité : près de 7 Français sur 10 (68%) déclarent que leurs commerçants de proximité

---

<sup>1</sup> Conditions et liste des commerçants sur [americanexpress.com/fr/shopsmall](https://americanexpress.com/fr/shopsmall)

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%). A noter que la qualité des produits est la 2<sup>ème</sup> motivation pour laquelle les Français se rendent chez leurs commerçants de proximité (pour 59% d'entre eux), derrière la proximité (pour 64% d'entre eux).

**Dans un deuxième temps, les Français saluent le rôle majeur qu'ont les commerçants de proximité dans la vie du quartier :** près de 8 Français sur 10 (79%) déclarent que les commerces de proximité donnent une identité et à leur quartier, notamment les 25-34 ans (83%) et les habitants de villages et zones rurales (81%). 79% des Français estiment que les commerces de proximité animent leur quartier et facilitent le lien social et le vivre ensemble.

**Cet attachement qu'ont les Français envers leurs commerçants de proximité est réciproque :** près de 7 commerçants de proximité sur 10 (69%) déclarent que cela leur a manqué de ne plus voir ou discuter avec leurs clients. 61% d'entre eux ont réussi à maintenir le lien avec leurs clients pendant le confinement, notamment grâce aux réseaux sociaux.

## **Les Français redoutent la disparition de leurs commerces de proximité**

**Les Français ont pleinement conscience des risques encourus par les commerçants de proximité dans cette période particulièrement difficile :** 67% d'entre eux estiment que, parmi les différents types de commerces, ce sont les commerces de proximité qui ont été le plus touchés par la crise sanitaire, loin devant les supermarchés (13%) et les e-commerçants (4%).

**De fait, 77% des Français sont inquiets du devenir des commerces de proximité.** Ce sentiment est globalement partagé par l'ensemble des catégories de Français. **Par ailleurs, 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%).

## **Les Français sont prêts à soutenir leurs commerces de proximité et l'économie locale**

**L'inquiétude des Français sur la disparition de leurs commerces de proximité a modifié leurs comportements de consommation :** la moitié d'entre eux (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%).

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.

**Le maintien du lien créé entre les Français et leurs commerçants est donc essentiel pour le soutien à l'économie locale :** 42% des Français estiment d'ailleurs que ce sont les consommateurs qui sont les plus importants pour assurer la survie des commerces de proximité, et ce, loin devant les villes (15%) et l'État (14%). De leur côté, s'ils sont 30% à attendre de nouvelles aides de l'État, 24% des commerçants de proximité attendent qu'un programme de relance économique vienne soutenir le pouvoir d'achat des Français et 19% d'entre eux souhaitent la création d'un programme incitatif qui encourage les consommateurs à se rendre chez leurs commerçants de proximité.

**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<sup>ère</sup> 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 différents<sup>2</sup>.

> **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](http://americanexpress.fr).

## **CONTACT PRESSE - AGENCE BABEL**

Nicolas Martrenchard - 06 84 02 75 05 - [nicolas.martrenchard@agencebabel.com](mailto:nicolas.martrenchard@agencebabel.com)

---

<sup>2</sup> Conditions et liste des commerçants sur [americanexpress.com/fr/shopsmall](http://americanexpress.com/fr/shopsmall)