



Etude PagesJaunes / Ifop Le local et l'hyperlocalité responsable au cœur des enjeux de consommation des Français

95% des Français privilégient des professionnels proches de chez eux
72% des Français consomment davantage du « made in France »

Paris, le 21 novembre 2022 - [PagesJaunes](#) (groupe SOLOCAL), le média de référence pour vivre et consommer local, a mené l'enquête avec l'institut [Ifop](#) pour comprendre **les nouvelles attentes des Français en matière de consommation et les moyens mis en place par les professionnels pour toucher les consommateurs.**

Boosté depuis 2020 par la crise sanitaire qui a contraint les consommateurs à consommer au pied de chez eux, l'hyperlocal est aujourd'hui clairement le nouveau modèle durable de consommation pour 95% des Français.

Pour **Hervé MILCENT, Directeur Général de Solocal** : “ *L'ère du « tout à portée de main » s'est accélérée durablement dans le quotidien des consommateurs français. En témoigne d'ailleurs la nette augmentation des recherches géolocalisées via le smartphone et le boom des recherches locales.* ”

On observe désormais une nouvelle manière de consommer en France qui marque l'émergence d'un concept novateur : le citoyen “**consom'acteur**”.

Les Français souhaitent ainsi plus que jamais consommer de manière plus raisonnée et donc locale par souci écologique (urgence climatique) mais aussi social (soutien aux entreprises locales).

Les principaux enseignements de l'étude :



Un engouement pour le local et le “Made in France”

- 95% des Français privilégient des professionnels proches de chez eux quand ils recherchent un professionnel sur Internet
- 72% des Français consomment davantage à un niveau local et des produits “Made in France”
- 71% des Français consomment plus auprès des commerces de proximité

- **Selon les Français, quelle est la définition d'un « commerce local » ?**
 - Un commerce qui propose des produits locaux et régionaux
 - Un commerce qui privilégie le circuit court
 - Un commerce proche du domicile des consommateurs

- **Comment choisit-on un professionnel de confiance ?**
 - 70% des consommateurs identifient sa bonne réputation comme élément fondateur - alors que seuls 54% des professionnels considèrent les avis positifs des clients comme impactant pour leur image.
 - 68% des professionnels estiment que la publication des informations (horaires, téléphone, adresse postale, site) est essentielle, et 50% d'entre eux assurent que la proximité avec les consommateurs est clé dans le développement de leur activité. Ce dernier chiffre est d'ailleurs en phase avec les 65% de consommateurs qui préfèrent choisir un professionnel proche de chez eux.

Sur le front de la digitalisation des entreprises locales, ce sont désormais 66% des TPE/PME françaises qui disposent d'un site Internet. Accusant encore un retard vis-à-vis des autres entreprises européennes – et en particulier allemandes - il semble que nos entrepreneurs aient compris l'intérêt d'adapter rapidement leur business aux besoins du marché pour rester compétitifs.

- **Si 74% des professionnels interrogés jugent important de communiquer à un niveau local, seuls 45% le font majoritairement (56% pour attirer de nouveaux clients, 38% pour fidéliser et 26% pour améliorer leur notoriété)**

“ Pour générer du chiffre d'affaires et rester compétitives, les entreprises locales doivent se réveiller et communiquer auprès des cibles, qui elles, se disent d'ores et déjà dans la tendance du local. Pour ce qui est de la personnalisation de leur communication locale vers leurs clients, il y a encore un gros effort à fournir, en jouant notamment sur les contenus (photos, vidéos, actus, sms..). C'est la mission de PagesJaunes de connecter ces deux mondes.” précise **Hervé MILCENT, Directeur Général de Solocal.**

- **De l'importance des avis publiés par les consommateurs**
 - 90% des Français consultent les avis sur Internet avant de choisir un professionnel (et 68% publient des avis en ligne)
 - Seuls 67% des professionnels répondent aux avis déposés par les clients
 - Les Français sont 80% à juger important que les avis diffusés soient fiables et 73% se disent rassurés de savoir que les avis soient bien vérifiés
 - Quant à la fiabilité des contenus publiés, les consommateurs plébiscitent PagesJaunes à 79%, Google (77%), Facebook (45%) et enfin Instagram (40%), ce qui, pour le média jaune, constitue un vrai succès et vient couronner des années de travail autour de la modération des avis et la création de sa charte qualité établie en 2011.

“Si 97% des consommateurs utilisent internet pour trouver un point de vente et qu’une recherche locale sur internet sur 2 se convertit en achat, notre mission chez PagesJaunes est de faire du digital le soutien n°1 de cette tendance à l’hyperlocal à travers une mise en visibilité de tous les acteurs locaux. Nous sommes vraiment ravis d’être plébiscités par les Français car nous accordons une attention toute particulière à la véracité des avis publiés sur notre plateforme (site & app). La fiabilité de nos contenus et avis est un enjeu clé pour PagesJaunes.” conclut **Hervé MILCENT**.

Rapport PagesJaunes / Ifop complet disponible sur simple demande

[Lien vers l’infographie complète](#)

Méthodologie de l’enquête :

Étude Ifop pour Solocal PagesJaunes. 400 entreprises de moins de 250 salariés (TPE-PME) ont été interrogées. La représentativité de l’échantillon a été assurée par la méthode des quotas (taille salariale, secteur d’activité, région), suivie d’un redressement. 1000 Français de plus de 18 ans ont été interrogés. La représentativité de l’échantillon est assurée par la méthode des quotas (sexe, âge, CSP, taille d’agglomération et région), suivi d’un redressement. Étude auto-administrée en ligne, réalisée du lundi 29 août au vendredi 9 septembre 2022. Conception et réalisation graphique : Ifop production et innovation

A propos de PagesJaunes

[PagesJaunes](#) facilite la mise en relation entre les professionnels et les consommateurs français. Comment ? En proposant des services pertinents et adaptés aux usages des internautes et mobinautes : la recherche de coordonnées de professionnels autour de soi, la messagerie, la prise de rdv en ligne (beauté, santé, garage...), la demande de devis ou encore la réservation de restaurant. PagesJaunes offre **des contenus riches et actualisés** sur plus de 4,4 millions de professionnels et 2600 activités. Les utilisateurs de PagesJaunes trouvent l’information la plus pertinente (100 000 données mises à jour/j), peuvent consulter **16 millions d’avis** pour faire le bon choix, faire appel à 40 000 pros réservables en ligne, et découvrir des expériences de recherches différentes (par la recherche vocale, ou via la géolocalisation sur la carte pour une meilleure identification des professionnels locaux...). Service de [Solocal](#), PagesJaunes, 21ème marque digitale la plus consultée en France, **est la référence pour vivre et consommer local** : 4 Français sur 10 l’utilisent chaque jour (21 millions de VU/mois). Téléchargez l’app PagesJaunes ou consultez [pagesjaunes.fr](#) !

Contacts Presse :

Edwige Druon, groupe Solocal - edruon@solocal.com - 06 23 24 35 09

Sophie Artonne - sophie@sophieartonneconsulting.com - 07 81 33 29 83