



Tendances de fréquentation des Centres Commerciaux en 2024

SOMMAIRE

03

INTRODUCTION

04

VISITEURS UNIQUES :
LE VRAI IMPACT DE LA
BAISSE DE
CONSOMMATION

05

LES LOCOMOTIVES COMME
EL DORADO DES CENTRES
COMMERCIAUX

06

MOTIF D'ESPOIR :
UNE REPRISE DE LA
CONSOMMATION POUR LA
FIN D'ANNÉE



INTRODUCTION



Si 2023 a été marquée par un regain d'intérêt pour les centres commerciaux, notamment durant la première moitié de l'année, 2024 affiche un recul significatif sur cet indicateur.

En effet, les visiteurs se montrent beaucoup plus fidèles à leur centre commercial de prédilection, mais désertent dans le même temps les autres. **Une forme de "sectarisme" dans les habitudes de fréquentation se renforce en 2024.**

L'inflation, bien qu'ayant déjà été marquée en 2023, reste l'une des principales raisons de ce phénomène. Bien qu'une désinflation soit apparue, elle demeure insuffisante pour apaiser les inquiétudes des consommateurs, encore affectés par la forte vague inflationniste de l'année précédente.

Les ménages, toujours "traumatisés" par l'inflation, n'ont pas retrouvé leurs habitudes de consommation, notamment en matière alimentaire.

Ce besoin de sécurité se reflète dans l'ensemble de leurs comportements. **Que ce soit à travers un taux d'épargne atteignant 17,9 %*** (soit 3 points de plus qu'avant la crise du Covid) ou dans leur tendance à privilégier des lieux de consommation familiers, où ils maîtrisent leurs repères, en particulier les prix.

VISITEURS UNIQUES : LE VRAI IMPACT DE LA BAISSE DE CONSOMMATION

Pour analyser l'évolution des mentalités des consommateurs français concernant la fréquentation des centres commerciaux, MyTraffic a conduit une étude approfondie sur près de 50 centres commerciaux à travers tout le pays.

L'étude couvre une large variété de typologies de centres, des centres de destination, qui attirent une clientèle venant parfois de loin, aux centres de proximité situés dans les zones résidentielles.



Carte des centres commerciaux
étudiés

-8,59%

PERTE DE VISITEURS
UNIQUES EN 2024
DANS LES CENTRES
COMMERCIAUX

Cependant, on constate un recul global du nombre de visiteurs uniques par mois dans les différents centres commerciaux.

Une "sectarisation" des visiteurs est observée, à quelques exceptions près. Cela dit, cette diminution des visiteurs uniques ne signifie pas forcément une baisse de la fréquentation globale.

LES LOCOMOTIVES COMME EL DORADO DES CENTRES COMMERCIAUX

79,8%

DES CENTRES
COMMERCIAUX ONT
AUGMENTÉ LEUR
RÉCURRENCE DE VISITE

La sectorisation de la clientèle des centres commerciaux se traduit principalement par une **augmentation de la fréquence des visites**. Bien que le nombre total de visiteurs ait diminué, la **fidélité des clients restants s'est considérablement renforcée**.

Un point essentiel à noter est que la zone primaire a été la première à enregistrer une hausse de la fréquence de visite, soulignant un repli autour du centre commercial favori des consommateurs.

Parmi les quatre centres commerciaux ayant réussi à augmenter à la fois le nombre de visiteurs uniques et la fréquence des visites, un facteur clé ressort **pour trois d'entre eux : l'arrivée d'une enseigne "locomotive"**.

En 2023, l'ouverture de grandes marques telles que Zara, le géant espagnol, ou Primark, le leader irlandais, a largement contribué à cette croissance en attirant un afflux de nouveaux visiteurs.

1

GRAND'PLACE (GRENOBLE)

PRIMARK®

2

CAP 3000 (NICE)

ZARA

3

LA TOISON D'OR (DIJON)

4

BEAULIEU (NANTES)

PRIMARK®

MOTIF D'ESPOIR : UNE REPRISE DE LA CONSOMMATION POUR LA FIN D'ANNÉE

L'année 2024 devrait se clôturer avec une inflation estimée à 1,6 %* en décembre sur un an, marquant une désinflation plus rapide que prévu et atteignant un niveau historiquement bas depuis trois ans.

Cette baisse est en grande partie due au recul de l'inflation alimentaire, qui est passée de facteur majeur à un taux de seulement +0,5 % en août.

Cette modération pourrait enfin relancer la consommation des ménages en cette fin d'année, permettant à la consommation de retrouver sa position de moteur principal de la croissance française.

Bien que le mois de septembre ait encore été marqué par un léger recul des visiteurs uniques, les premiers signes de reprise commencent à apparaître.



-7,1%

**PERTE DE VISITEURS
UNIQUES EN SEPTEMBRE
2024 DANS LES CENTRES
COMMERCIAUX (VS. SEPT
2023)**

Bien que le mois de septembre ait encore été marqué par un léger recul des visiteurs uniques, les premiers signes de reprise commencent à se dessiner.

En effet, avec une hausse de +1,4 points par rapport à la moyenne annuelle, la fréquentation des centres commerciaux montre progressivement un retour de la consommation.

Cette dynamique encourageante pourrait bien marquer un tournant pour les mois à venir, ouvrant la voie à une reprise plus marquée.

CONTACTS



LOUIS HUTTAUX

SENIOR CONSULTANT

EMAIL: LHUTTAUX@MYTRAFFIC.FR

TEL: +33 6 36 22 50 81

POUR ALLER PLUS LOIN

PULSE, LA SOLUTION D'ENQUÊTES ULTRA-GÉOLOCALISÉE

Chez Mytraffic, nous savons combien il est crucial de comprendre les dynamiques qui influencent la performance de vos sites.

Pour cette raison et grâce à notre connaissance des habitudes de déplacement, nous avons développé **Pulse**, notre solution d'enquête géolocalisée qui permet de sonder les profils qui vous intéressent, précisément là où ils se trouvent !



DANS QUEL CAS ACTIVER PULSE ?

Utilisez Pulse pour :

- Mesurer la satisfaction client pour **améliorer leur expérience et fidéliser votre clientèle.**
- Evaluer votre **positionnement**, analyser la concurrence et tester de **nouveaux produits**
- Recueillir des informations sur des sujets spécifiques : **mobilité, travaux, animations, extensions, etc.**

