

Communiqué de presse

Centres Commerciaux : une filière économiquement résiliente, écologiquement vertueuse et politiquement citoyenne

L'année 2021 n'a pas été un exercice facile pour les centres commerciaux qui ont été particulièrement touchés par la crise sanitaire et ont dû subir successivement des couvre-feux, des fermetures et les contrôles obligatoires du passe sanitaire.

En dépit de ce contexte, ils ont démontré leur capacité à maintenir un taux de fréquentation résilient, quasi-équivalent à celui de 2020 (- 0,8% en cumul à fin décembre), prouvant la fidélité des consommateurs à un modèle dont il n'est pas inutile de rappeler les atouts : diversité de l'offre, praticité d'accès, confort d'achat, convivialité du lien social.

Les centres commerciaux ont apporté par ailleurs la preuve de leur contribution à l'indispensable transition écologique. Selon une étude réalisée en 2021 par le cabinet EY, ils génèrent 10 fois moins d'emballages, ont 4 à 10 fois moins d'impact sur la biodiversité, produisent moins de gaz à effet de serre et créent +20% d'emplois par million de chiffres d'affaires que celui de l'e-commerce (cf résumé de l'étude EY annexé).

Enfin, les centres commerciaux ont assumé leur responsabilité citoyenne et probante tout au long de la crise en laissant le libre-accès aux magasins offrant des produits essentiels, en particulier alimentaires et pharmaceutiques. Ils ont installé, à la demande du gouvernement, des centaines de plates-formes de dépistage et de vaccination (plus de 2 millions de doses y ont été administrées en 2021).

Gontran THÜRING, Délégué Général du CNCC déclare « Trop souvent stigmatisés et caricaturés à tort, les centres commerciaux continueront en 2022 à écologiser, animer et vitaliser les territoires qui les accueillent ».

À propos du CNCC

Le Conseil National des Centres Commerciaux est l'organisation professionnelle française fédérant tous les acteurs participant à la promotion et au développement des sites commerciaux : promoteurs, propriétaires, gestionnaires, enseignes, prestataires et groupements de commerçants. Outre l'objectif d'assurer la représentation des intérêts de ses diverses composantes, le CNCC s'attache à défendre le dialogue entre ses différents membres, à organiser la réflexion prospective, le travail en commun et les bonnes pratiques de ses adhérents. Il a vocation à rassembler tous les acteurs du commerce au sein des espaces commerciaux qu'ils soient centres commerciaux, retail parks ou commerces de pied d'immeuble.

Le CNCC compte plus de 400 sociétés adhérentes représentant plus de 800 sites commerciaux en France, dont 1 sur 5 est situé en centre-ville.

VERTUEUX AU-DELÀ DE 4 PRODUITS ACHETÉS...

LE BILAN ÉCOLO DES CENTRES CO'

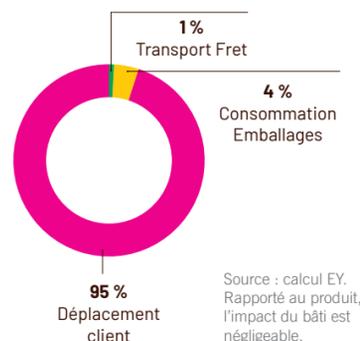
UNE ÉTUDE EY RÉALISÉE POUR LE CONSEIL NATIONAL
DES CENTRES COMMERCIAUX (CNCC)



10 FOIS MOINS D'EMBALLAGES EN CARTON, 4 À 10 FOIS MOINS D'IMPACT SUR LA BIODIVERSITÉ, MOINS DE GES À PARTIR DE 4 PRODUITS... LE BILAN ÉCOLOGIQUE DU CENTRE COMMERCIAL SURPASSE DE LOIN CELUI DE L'E-COMMERCE, MONTRE L'ENQUÊTE D'EY POUR LE CNCC. NON, LES MALLS NE SONT NI PARTICULIÈREMENT POLLUEURS NI SPÉCIALEMENT DESTRUCTEURS DE L'ENVIRONNEMENT, DÉMONTRENT CES CHIFFRES FORMANT POUR EUX UN BILAN PLUS QU'HONORABLE EN LA MATIÈRE.



LE SURPLUS DES ÉMISSIONS ENTRE L'ACHAT EN LIGNE ET EN CENTRE COMMERCIAL S'EXPLIQUE ESSENTIELLEMENT PAR LE POIDS DU DÉPLACEMENT DU CLIENT EN VOITURE THERMIQUE



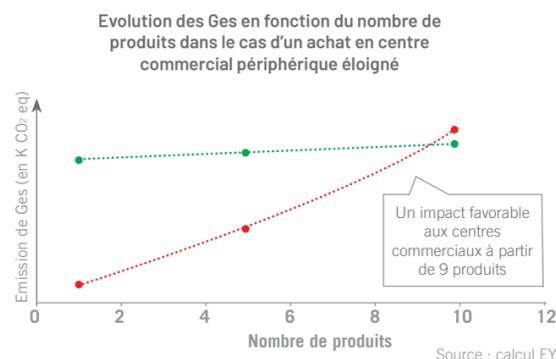
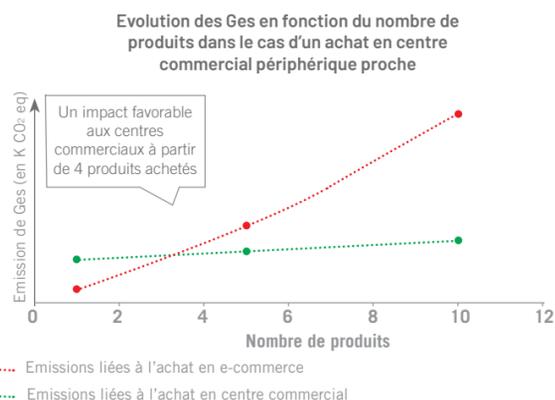
Selon le scénario considéré, le déplacement en véhicule thermique représente entre 83 % et 95 % des émissions de Ges de l'achat en centre commercial. Les scénarios de l'étude ne prennent pas en compte la voiture électrique, dont l'usage va se généraliser dans les années à venir. (mais dont le caractère écologique est pour le moins douteux...)



L'IMPACT DU DÉPLACEMENT EST COMPENSÉ PAR LE NOMBRE MOYEN DE PRODUITS ACHETÉS



Sur la base d'une enquête récente menée auprès des clients, ceux-ci achètent en moyenne 6,3 produits lors de leur déplacement au centre commercial*

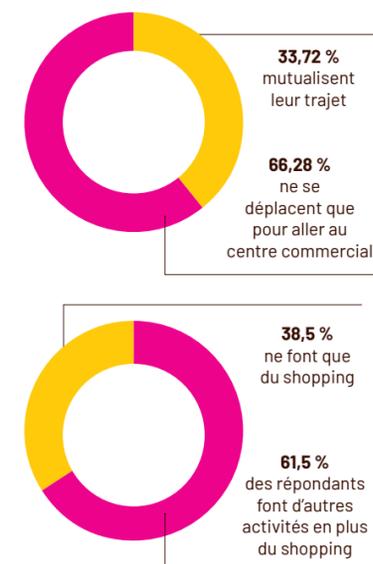


L'achat en ligne implique une plus forte consommation d'emballages et des circuits logistiques plus nombreux se traduisant par un accroissement plus rapide des émissions de Ges en fonction du nombre de produits achetés.

*Source : Enquête Cncc/StudentPop sur 6 centres commerciaux auprès de 1 100 répondants répartis sur l'ensemble du territoire.

LES COMPORTEMENTS DES CLIENTS POUR SE DÉPLACER VERS LE CENTRE COMMERCIAL ET EN SON SEIN LIMITENT L'IMPACT DU DÉPLACEMENT

Sur les émissions de gaz à effet de serre, la comparaison avec l'e-commerce est favorable aux centres urbains dans lesquels le client se rend à pied, en transport en commun ou à vélo. Pour le centre périphérique à plus de 5 km, l'impact en matière de lutte contre le changement climatique est positif à partir de 4 produits achetés.



61,5 %

des clients font d'autres activités lors de leur déplacement en centre commercial en plus du shopping (aller au restaurant, au cinéma...)

1/3 des clients interrogés mutualisent leur déplacement avec une autre destination (aller au travail, à l'école, au sport...)



UTILISATION DES RESSOURCES

Près de 10 fois moins d'emballages carton et 1,5 fois moins de plastique consommés dans le cas de l'achat en centre commercial pour un panier moyen de 4 produits.

PROTECTION DE LA BIODIVERSITÉ

Entre 4,2 et 10 fois moins d'impact sur la biodiversité (respectivement pollution des milieux et utilisation des sols) pour un panier moyen de 4 produits (dans un centre commercial périphérique proche).

DÉVELOPPEMENT DES TERRITOIRES

+ 20% d'emplois générés par M€ de chiffre d'affaires et une redistribution des richesses qui rapporte davantage aux collectivités locales (Tascom, taxe foncière, Cvae).

Siec

Salon du Retail & de
l'Immobilier Commercial



Continuons d'écrire l'Avenir du **Commerce** ensemble

SiecLive
19 mai 2022

Événement 100% digital

Salon Siec
21&22
sept. 2022

Paris

www.siec-online.com



in

#PLAISIRdeseRETROUVER