



Communiqué de presse

Paris, le 23 janvier 2024

Api lance l'Observatoire du monde rural Sa première étude menée avec OpinionWay souligne le besoin de proximité de la part des ruraux

Api, jeune pousse du commerce de proximité rural présente la première édition de l'Observatoire du monde rural. Dans une étude quantitative menée par OpinionWay sur un échantillon inédit composé d'habitants de communes de moins de 1500 habitants, l'observatoire dresse un portrait inédit de ces territoires.

Imaginé afin de mieux connaître les habitants des zones rurales, cet observatoire est pensé pour dresser chaque année un état des lieux du dynamisme économique et de la cohésion sociale des villages ruraux. Différentes enquêtes ont déjà montré que les ruraux constituent une France périphérique qui manque d'équipements de tous types. Cette nouvelle étude vient dresser en creux le portrait des ruraux.

En France, 20% de la population vit dans des villages de moins de 1500 habitants, qui représentent 80% des près de 35 000 communes françaises. Or, 60% des communes de moins de 1500 habitants n'ont aucun commerce, alors qu'elles n'étaient que 25% dans ce cas en 1980.

L'enquête réalisée par Api permet de mieux comprendre les citoyens ruraux, leurs problèmes et leurs envies, pour réfléchir à des nouvelles solutions de proximité au service des villages.

SYNTHÈSE - Chiffres et observations

LES RURAUX AIMENT LEUR STYLE DE VIE ET LEUR COMMUNAUTÉ LOCALE



UNE QUALITÉ DE VIE RURALE QUI REPOSE SUR LA VOITURE LES COURSES ALIMENTAIRES EN SONT UN EXEMPLE PRÉGNANT.



RECHERCHE D'ÉCONOMIES & DE PRIX : LE SUPERMARCHÉ RESTE LA RÉFÉRENCE



MAIS DES FRUSTRATIONS ÉMERGENT :



L'ABSENCE DE COMMERCES DE PROXIMITÉ DÉGRADE LA COHÉSION SOCIALE DES VILLAGES



UNE RECHERCHE DE SOBRIÉTÉ QUI RIME AVEC PLUS DE PROXIMITÉ



Baromètre de la Proximité Rurale - Octobre 2023

L'étude quantitative a été réalisée par OpinionWay sur un échantillon de **1007 personnes, représentatif** de la population française âgée de 18 ans et plus, vivant dans des communes de moins de 1 500 habitants. L'échantillon a été constitué selon la **méthode des quotas**, au regard des critères de sexe, d'âge, de catégorie socioprofessionnelle et de région de résidence, en octobre 2023.

Les points-clés de l'étude

Une inflation qui pèse sur les budgets

Dans le contexte inflationniste actuel, la recherche de petits prix est le driver d'achat n°1 chez les ruraux.

Ils déclarent à 93% acheter des produits à date courte, et sont 53% à déclarer le faire plus qu'avant.

Le déclin des commerces ruraux continue...

- 64% des petites communes n'ont pas de magasin d'alimentation générale dans leur village
- 80% des habitants de l'échantillon sont à plus de 16 minutes aller-retour en voiture d'une grande surface alimentaire, ces trajets ayant un impact environnemental et en temps non négligeable.

...Accentuant l'isolement social de ses habitants :

- Plus d'un tiers (38%) des ruraux parlent en moyenne à moins d'une personne par jour dans leur village.
- **1 rural sur 2 doit faire plus de 5 kilomètres** pour rejoindre un lieu de convivialité ou de culture (bar, restaurant, cinéma...).
- 59% des habitants déclarent souffrir du manque de commerce dans leur village.

Si la grande distribution capte toujours la majorité des achats quotidiens, les répondants évoquent des **frustrations vis-à-vis de l'expérience du supermarché : perte de temps et d'argent, un trop grand choix qui pousse à la surconsommation**, alors que l'étude met en évidence un souhait des ruraux, tout comme chez les urbains, d'aller vers plus de la sobriété, des économies, et une tendance à la fragmentation des paniers. L'étude met ainsi en évidence que les tendances de consommations globales observées chez les Français se retrouvent tendanciellement chez les habitants des zones rurales.

Les ruraux sont majoritairement heureux de leur style de vie (82%), mais ce bonheur est **très dépendant de la voiture** : En moyenne sur notre échantillon, les trajets dédiés aux courses représentent environ **1250 km par personne par an**. Or **55% des habitants aimeraient l'utiliser moins**.

Une grande confiance dans les maires

La confiance en la **proximité s'observe aussi dans la vie politique locale : les ruraux interrogés sont 62% à accorder leur confiance à leur Maire** pour améliorer leur qualité de vie, alors qu'ils ne sont que 25% à avoir confiance dans **le personnel politique national**.

La proximité, enjeu crucial pour la vitalité des bourgs ruraux :

Quand ils sont interrogés sur les manières de rendre leur commune plus conviviale et vivante, 38% des répondants citent avant tout : la présence de commerces

Analyse détaillée de l'étude

Les ruraux à la recherche de proximité

Les ruraux sont 82% à déclarer aimer leur style de vie, mais avec des lieux de convivialité situés en moyenne à 4,1 km de leur domicile, ils aimeraient plus de proximité et de vie dans leurs villages. Cette situation est particulièrement marquante quand ils sont interrogés sur les lieux où ils réalisent leurs achats alimentaires : **les hyper, supermarchés et drives qui sont le lieu numéro 1 pour faire ses courses en zone rurale pour 95% des personnes interrogées**.

Ces achats sont réalisés en grandes surfaces plus par obligation que par choix, alors que les ruraux aspirent à des commerces de proximité plus petits et aux gammes réduites et aux produits de qualité. Ainsi, **64% des personnes interrogées déclarent ne pas disposer de commerce général dans leur village**. En parallèle, **80% des répondants déclarent que le**



premier hyper ou supermarché se trouve en moyenne à 8 minutes de trajet en voiture, ce qui signifie un impact non négligeable en termes de carburant. **84% déclarent qu'il leur manque au moins 1 commerce près de chez eux.**

Les supermarchés et hypermarchés, lieu central, mais subi par les ruraux, pour les achats alimentaires

Les habitants des communes de moins de 1500 habitants se déplacent majoritairement pour faire leurs courses en grandes surfaces (super / hyper / drive), ils sont 95% à utiliser ces enseignes.

73% du budget mensuel des ménages ruraux est dépensé en hyper/supermarché ou drive, mais il s'agit d'un choix subi plus que délibéré car de plus en plus de répondants déclarent soutenir les commerces de proximité.

Paradoxalement les achats en AMAP ne sont qu'à 2% pour l'alimentaire.

Un passage obligé des ruraux, mais qui fait perdre temps et argent

Les ruraux interrogés estiment que leurs achats occasionnent des déplacements fréquents et un temps important, c'est tout particulièrement vrai pour les foyers avec enfants et les jeunes, déjà pénalisés en termes de revenus/pouvoir d'achat.

A4. Selon vous, quels sont les principaux inconvénients à réaliser ses courses en hyper/supermarché ?

Merci de hiérarchiser vos réponses de 1 (principal inconvénient) à 5.

Plusieurs réponses possibles, total supérieur à 100%



Fait intéressant : les ruraux se plaignent d'un trop large choix. Autrefois appréciée, la diversité des produits en rayon ne fait plus recette. Les ruraux se recentrent sur ce qu'ils considèrent comme des essentiels.

Si on considère les personnes qui ne voient aucun inconvénient à faire leurs courses en supermarché, c'est surtout vrai pour les plus âgés (65 ans et + qui sont 22%) sans doute par habitude de vie, tandis que les plus jeunes de la tranche 18-34 ans sont 6% à estimer que faire leurs courses en hyper/super ne leur pose pas de problème.

Ce sont d'ailleurs les jeunes ruraux qui tentent le plus de miser sur les achats alternatifs en livraison notamment. **Le souhait d'un changement de mode de consommation semble s'affirmer autant par nécessité financière que par choix de style de vie.**

Lutter contre l'inflation sans transiger sur la qualité des produits

Si une part croissante des répondants déclarent faire plus attention qu'avant à leur budget alimentaire (50% déclarent le faire plus qu'avant), dans un second temps, ils recherchent plus de qualité et de proximité des produits. Les ruraux préfèrent ainsi fréquenter des magasins plus petits, avec moins de choix, mais des produits de qualité, et soutiennent de plus en plus marchés et commerces de proximité. C'est notamment vrai pour les foyers avec enfants et les plus jeunes.

Un point intéressant de l'étude concerne les aspirations de **proximité, de qualité qui sont recherchées par les plus jeunes et les familles avec enfants.**

Proximité et convivialité : des critères aspirationnels aussi en termes de lieu de vie



Les ruraux sont-ils **heureux de leur vie quotidienne à la campagne** ? À une écrasante majorité, **oui (82%)** mais **59% déclarent souffrir du manque de commerces de proximité et de lieux de convivialité**. En effet, l'étude met en évidence que la qualité de vie des ruraux repose fortement sur la mobilité, ce qui frustre une partie d'entre eux. En effet, en moyenne, **le premier lieu de convivialité des ruraux interrogés se trouve à 4,1 km, les obligeant à utiliser majoritairement leur voiture, dont 98% sont équipés**. Ces derniers **l'utilisent à 99% pour faire leurs courses**.

Des ruraux pessimistes sur l'avenir

Si les habitants des zones rurales sont satisfaits au niveau local et sont **62% à avoir confiance en leur maire** pour changer les choses, **leur appréciation des questions plus nationales est plus sombre**. **32% déclarent avoir confiance en l'avenir du pays** et ils sont seulement **25% à déclarer avoir confiance dans les politiques nationales mises en place pour aider le monde rural**.

En conclusion, les campagnes sont appréciées par leurs habitants, qui s'y sentent bien mais subissent l'inflation de plein fouet. Si leur style de vie leur convient, qu'ils y voient un meilleur avenir possible qu'en ville, l'amélioration passe pour eux par la combinaison de commerces de proximité, de prix, et de qualité des produits. Une aspiration partagée par les plus jeunes et par les familles avec enfants.

Ce diagnostic vient objectiver l'intuition des fondateurs d'Api, eux-mêmes habitants de zones rurales et issus de ces territoires, dans leur approche et la réponse que l'entreprise peut modestement apporter à certaines problématiques des territoires ruraux.

[Voir plus de chiffres détaillés.](#)

Qui est API ?

Les supérettes Api sont **accessibles 7j/7 et 24h/24h** : elles proposent aux clients de faire leurs courses en libre-service. Elles ont été pensées pour faciliter le quotidien des habitants du monde rural, sans grever leur pouvoir d'achat et leur permettre de faire leurs courses près de chez eux, quand ils le souhaitent, à des prix équivalents à ceux de la grande distribution.

Api en chiffres :

- 35 Supérettes en libre-service
- Plus de 50 producteurs locaux
- Plus de 40 000 clients actifs
- 40 collaborateurs dont environ 25 emplois locaux
- Plus de la moitié des clients interrogés disent économiser 1 aller-retour au supermarché par semaine

Voir la vidéo





A propos d'Api

Api est une entreprise à mission co-fondée par Julien Nau, Alex Grammatico et Jean Luc Treillou. L'équipe dirigée par la CEO Marie-Laure Basset compte actuellement une quarantaine de collaborateurs recrutés localement. API propose une solution innovante au manque de commerces de proximité dans les zones rurales: des supérettes de 40 m² en libre-service, éco-conçues en France. Ces magasins proposent 700 références à prix supermarchés ainsi que des produits locaux. API ambitionne d'implanter ses magasins en libre-service dans la France rurale.

Contacts presse :

Lisa Wyler | lisa@lisa-wyler.com | 06 33 66 86 29

Virginie Debuissou | virginie.debuissou@lisa-wyler.com | 06 10 80 06 52