



# Nouvelles tendances en matière de développement commercial

## Les enjeux de l'offre et de la demande commerciale dans les territoires au regard des stratégies d'acteurs : enjeux et outils



David Sarrazin  
AID | Directeur associé  
[d.sarrazin@aidobservatoire.fr](mailto:d.sarrazin@aidobservatoire.fr)  
0611321238

*Les enjeux de l'offre et de la demande commerciale dans les territoires au regard des stratégies d'acteurs : enjeux et outils*

## **REMETTRE LE CLIENT AU CENTRE DES STRATEGIES DE DEVELOPPEMENT COMMERCIAL**

# LES TERRITOIRES AU DÉFI DES PRATIQUES COMMERCIALES DE DEMAIN

---

*+ crise sanitaire*  
Récession + Écologie + Web = Nouvelles règles du jeu



## DÉPENSES PAR MÉNAGE

|      | TOTAL  | Dont<br>consommation<br>courante | Consommation<br>courante en % |
|------|--------|----------------------------------|-------------------------------|
| 1989 | 24 817 | 9 670                            | 39%                           |
| 1999 | 30 062 | 10 778                           | 36%                           |
| 2009 | 37 912 | 12 517                           | 33%                           |
| 2019 | 42 086 | 13 024                           | 31%                           |

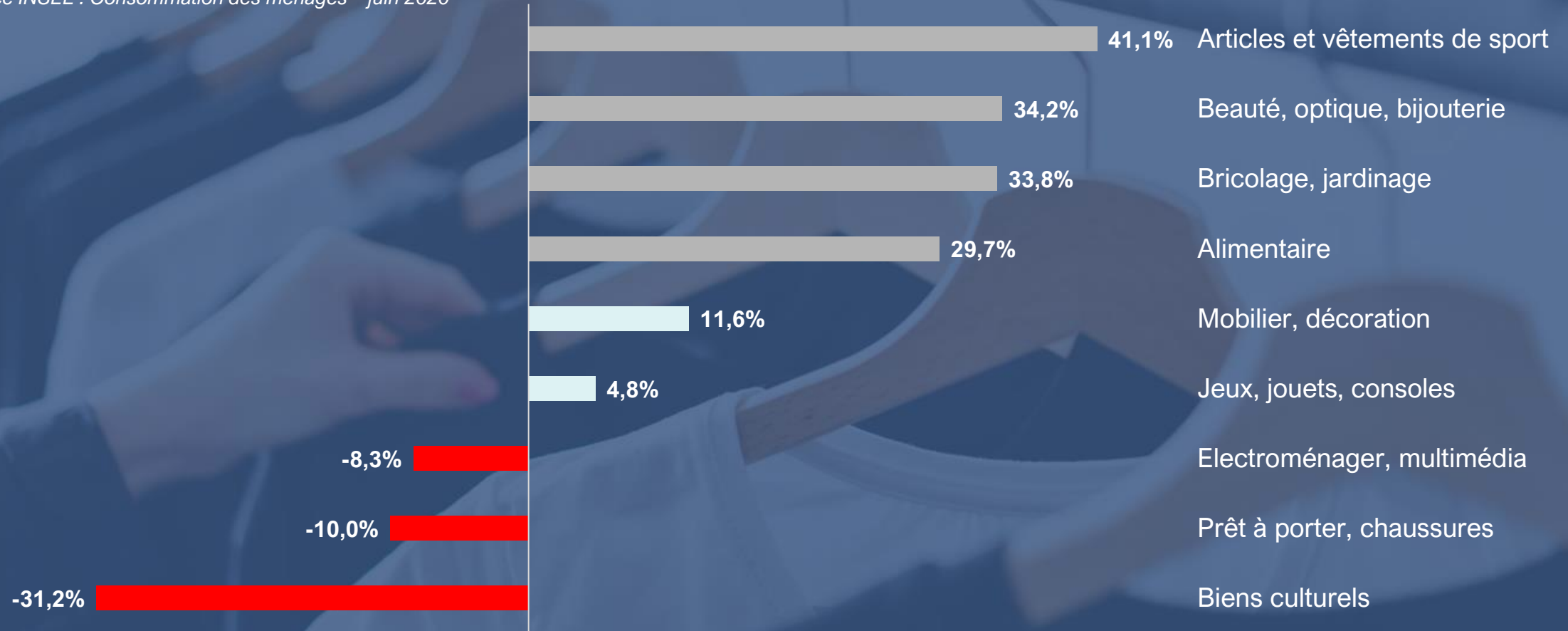
Une **baisse de 8 points de la part de la consommation courante** de 1989 à aujourd'hui

Entre 2009 et 2019 : des **dépenses de consommation courante qui augmentent 3 fois moins vite** que le budget global des ménages

# UNE PERTE DE VITESSE SIGNIFICATIVE DES DÉPENSES DE BIENS CULTURELS ET DU PRÊT-À-PORTER

Evolution des dépenses des ménages en France depuis 19 ans (2000-2019)

Source INSEE : Consommation des ménages – juin 2020



# ZOOM – LE E-COMMERCE

## CHIFFRE D'AFFAIRES E-COMMERCE

Le secteur du e-commerce (produits et services) a atteint 112 milliards d'euros en 2020, en hausse de 8,5% sur un an.

La hausse des ventes de produits sur internet est estimée à +32% tandis que les services sont en baisse de 10% (pour les acteurs du voyage-tourisme, le bilan 2020 est actuellement de -47% par rapport à 2019).

112 milliards d'€ en 2020

+ 8,5% par rapport à 2019

Source : Fevad iCE

1,8 milliard

de transactions en ligne en 2020

+ 5,8% par rapport à 2019

Source : Fevad iCE

### CA e-commerce (en milliards d'euros)

Source : Fevad iCE



# Quelques facteurs d'explication ?



## Sociologie des ménages

- En 2020, plus d'un tiers des français aura plus de 60 ans
- En 2017, plus de 10% des familles sont recomposées
- En 2017, près de 20% des familles sont monoparentales



## Crises alimentaires

- Vache folle : - 25% de consommation de viande
- Grippe aviaire : - 15% de consommation de viande
- Présence de pesticides dans l'alimentation
- Présence de Bisphénol A dans les contenants
- Ajout de sucre dans les plats préparés



## Pouvoir d'achat

- Depuis 2007 le pouvoir d'achat progresse de 0,7% par an contre 1,6% par an entre 2000 et 2007
- La progression du pouvoir d'achat est répartie de façon très inéquitable
- En 2017, 60% des ménages ressentent une baisse de leur pouvoir d'achat



## Sociétal

- Montée en puissance des théories de la décroissance
- Fin de l'hyper consommation
- Baisse de la valeur possession au profit de l'usage
- Prise de conscience de l'impact écologique et sociétal de la consommation

# DE NOUVELLES ATTENTES... DURABLES...

**...SE FAIRE LIVRER  
RAPIDEMENT**

*Click and collect / Amazon  
Premium...*

**...COMPARER LES PRIX  
FACILEMENT**

70 %

des Français se documentent en ligne avant d'effectuer un achat

**...CO-CRÉER  
AVEC LE POINT DE VENTE**

*Lego, Décathlon...*

**...ACCEDER AU PRODUIT  
24h/24, 7j/7**

*Places de marché, sites internet....*

**...S'INFORMER SUR LE PRODUIT**

Consulter la composition, le processus de fabrication d'un produit sur internet

**...FAIRE LE BUZZ SUR  
LES RÉSEAUX SOCIAUX**

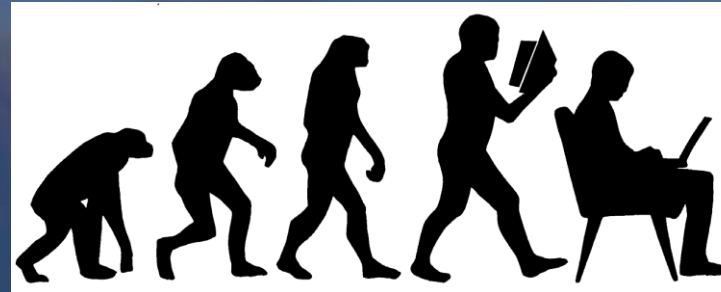
*influenceurs...*

**...PAYER EN LIGNE  
OU AVEC SON MOBILE**

Paieement mobile, sans contact, PayPal...

7 %

des Français réalisent au moins un paiement mobile par mois



# DE NOUVEAUX COMPORTEMENTS... DURABLES...

## ...LES SERVICES QUI ACCOMPAGNENT LE PRODUIT

... livraison, retour gratuit...

## ...LA DURABILITE ET LE RECYCLGE DU PRODUIT

7,4 Mds d'€

Le marché de la seconde main en France

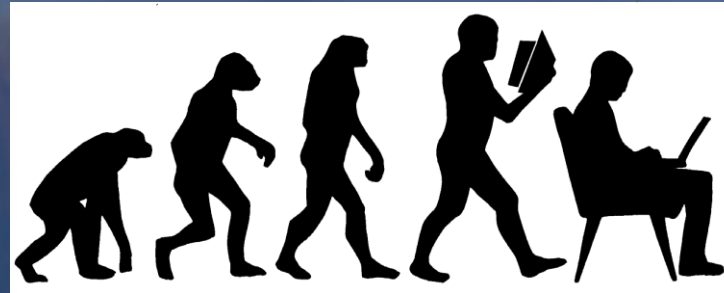
## ...L'USAGE PLUTÔT QUE LA POSSESSION

Par des Français qui pratiquent...

49 % ...achat/vente particuliers

19 % ...co-voiturage

19 % ... location maison particulier



## ...LA QUALITÉ PLUTÔT QUE LA QUANTITÉ

81 %

des Français ont confiance aux marques du fait de la qualité des services et des produits offerts

## ...LE DO IT YOURSELF

79 % des Français passionnés par au moins une activité du DIY

## ...LA RECHERCHE DE SENS

60 %

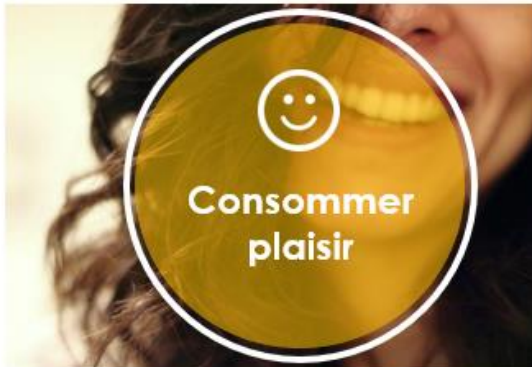
des Français attendent d'une marque ou d'une enseigne qu'elle ait du sens

## ...LA PERSONNALISATION DU PRODUIT

62 %

des Français déclarent acheter si l'expérience est personnalisée

# 8 COMPORTEMENTS CLIENT A PRENDRE EN COMPTE DANS LES STRATEGIES



## QUELS OUTILS ?

- **Analyses de consommation**
- **Enquêtes comportements d'achats**
- **Enquêtes satisfaction clientèle**
- **Analyses avis et recommandations réseaux sociaux**
- **Comptages de flux**
- **Veille stratégique**
- **...**

*Les enjeux de l'offre et de la demande commerciale dans les territoires au regard des stratégies d'acteurs : enjeux et outils*

## **TRANSFORMER LA DISTRIBUTION**

# DIGITALISER



## Places de marché locales



## Démarquez-vous sur Google avec une fiche d'établissement, sans frais

Incitez les utilisatrices et les utilisateurs qui vous trouvent sur le moteur de recherche Google et sur Maps à devenir de nouveaux clients en créant sans frais une fiche d'établissement pour votre boutique ou pour le service que vous proposez. Personnalisez votre fiche avec des photos, des offres, des posts et bien d'autres éléments.

Gérer



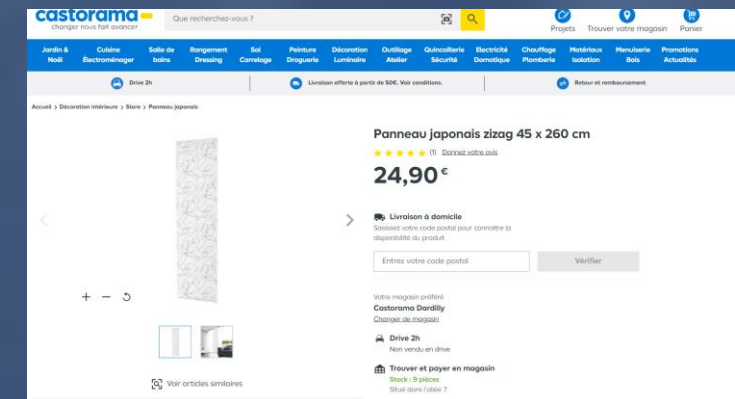
## Géolocalisation



## Menu via QR code



## Carte sur réseaux sociaux



## Stock produit en temps réel

# SORTIR DE LA STANDARDISATION

## Le commerce indépendant

**Forte dynamique : plus de 250** nouveaux concepts store indépendants recensés en France depuis 2017 par la Correspondance de l'Enseigne

**84%** des nouveaux concepts considèrent le centre-ville comme un lieu d'implantation.

**53%** des 248 nouveaux concepts recensés considèrent le centre-ville comme une destination « naturelle »

**31%** des 248 nouveaux concepts recensés considèrent le centre-ville comme une destination « possible »



Source : Bilan 20120 de « La Correspondance »

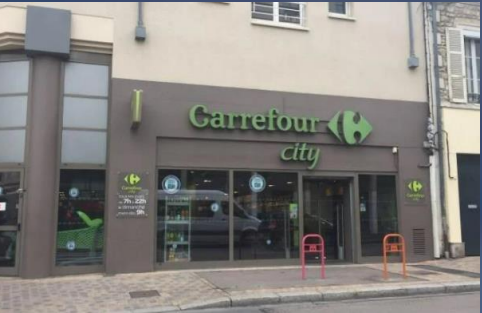
# REINTEGRER LE COMMERCE DANS LE TISSU URBAIN

**Distribution** Un Super U de Rennes va construire un immeuble sur son toit et y loger des salariés

Ille-et-Vilaine | 05/10/20 Imprimer Envoyer Twitter Facebook LinkedIn



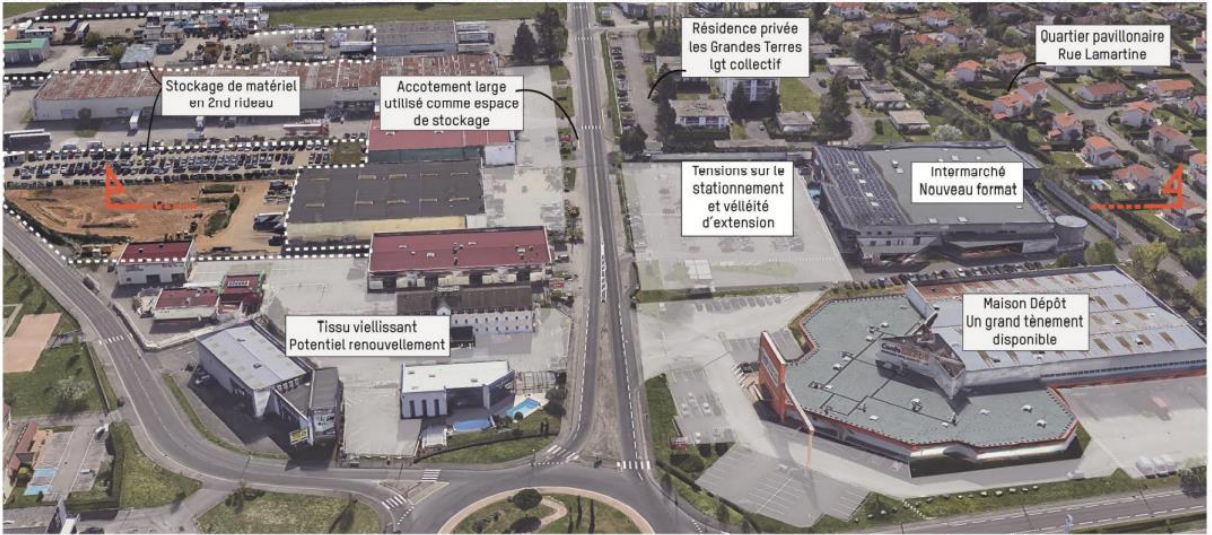
Densifier



Adapter des concepts périphériques

## TABLES RONDES THEMATIQUES

Les conséquences en termes d'urbanité – S4 L'entrée d'agglomération muroise



Réinventer les périphéries

# HYBRIDER

## Persillé - Boucherie-Restaurant



## Café Vélo



### Bar - Café



Mardi, mercredi, jeudi et vendredi soir,  
venez boire un verre et déguster  
une tartinade maison ou d'une  
assiette de fromages.

### Cantine Bio



Tous les midis  
du lundi au vendredi,  
sur place ou à emporter,  
venez déguster nos burgers, tartes  
salées et délicieux desserts.  
Le tout est végétarien et fait  
maison à partir d'ingrédients bio et  
locaux !

### Réparation de vélos



Prenez rendez-vous, nous saurons  
refaire une santé à votre biclou !  
L'atelier est ouvert du lundi au  
vendredi de 9h à 18h

# RECYCLER L'IMMOBILIER COMMERCIAL



Transformation d'un centre commercial en perte d'attractivité en pôle seconde main



Transformation de locaux commerciaux à faible commercialité en logements, bureaux...

## Fourmies : L'ancien magasin Dia sera transformé en tiers-lieu numérique et en commerces

Racheté par la ville, l'ancien magasin Dia, dans le centre-ville de Fourmies, va prochainement être transformé en un tiers-lieu numérique et accueillir des commerces. Avant les travaux qui vont commencer en 2020, la population est invitée à se prononcer sur l'aménagement de ce projet.

### Transformation de locaux vacants à faible commercialité en équipements



Recyclage d'une partie de la surface d'un supermarché en drive

## QUELS OUTILS ?

- **Accompagnement digital**
- **Pépinières commerciales**
- **Boutiques à l'essai**
- **Bases de données de connaissance du marché**
- **Partenariats publics privés**
- **Foncières**
- **...**

*Les enjeux de l'offre et de la demande commerciale dans les territoires au regard des stratégies d'acteurs : enjeux et outils*

## **LE DEVELOPPEMENT COMMERCIAL DEMAIN, QUELS ENJEUX ?**

# LES CENTRES-VILLES, CENTRES-BOURGS, CENTRES VILLAGES DES ESPACES A REINVESTIR

Rénover et adapter l'habitat

Améliorer le confort et l'accessibilité

Valoriser le patrimoine, animer, créer l'événement,



Conserver ou réimplanter des fonctions médicales, services publics, culture,

Resserrer les circuits marchands

Travailler des positionnement alternatifs et singuliers

Mobiliser le foncier commercial stratégique

Accompagner la digitalisation

# LES PERIPHERIES ET ENTREES DE VILLES, DES ESPACES A TRANSFORMER

Améliorer le confort et l'accessibilité



Engager un dialogue avec les acteurs privés

Transformer l'immobilier commercial à faible commercialité

Hybrider les activités

Contenir le développement commercial dans des enveloppes foncières prédéfinies

# Nouvelles tendances en matière de développement commercial

## Les enjeux de l'offre et de la demande commerciale dans les territoires au regard des stratégies d'acteurs : enjeux et outils



David Sarrazin  
AID | Directeur associé  
[d.sarrazin@aidobservatoire.fr](mailto:d.sarrazin@aidobservatoire.fr)  
0611321238

