

Ambition Commerce :

Construisons ensemble !

Pays d'Ancenis

29 novembre 2012



CCI NANTES ST-NAZAIRE



Ambition Commerce

PARTAGER

DEBATTRE

INVENTER

DÉCIDER

PREPARER

ANTICIPER

AMORCER

LE COMMERCE
DE DEMAIN

Intervention d'experts

➔ DES RENCONTRES SUR LES TERRITOIRES



➔ UNE ÉCOUTE DÉDIÉE AUX COMMERÇANTS

Du face à face,
Ecoute en ligne

www.cci.vousecoute.com



➔ La publication d'un
document
de référence:



➔ Un évènement annuel
dédié au
Commerce :



Ambition Commerce

Construisons ensemble !



COMMERÇANTS, IMAGINONS ENSEMBLE
LE COMMERCE DE DEMAIN.
Donnez votre avis ici !

www.cci.vousecoute.com
Ambition Commerce :
Construisons ensemble !



Restez connecté !

- pour poursuivre le débat avec tous les commerçants du département.
- pour suivre l'avancement de notre démarche.
- pour découvrir les synthèses des échanges.



**COMMERÇANTS de tous horizons,
ASSOCIATIONS DE COMMERÇANTS,
COLLECTIVITÉS**

Votre CCI vous accompagne

Construisons le
Commerce de Demain,

Dès maintenant!



Retrouvez toute notre offre
sur notre site web :
<http://nantesstnazaire.cci.fr/>

Ambition Commerce

Construisons ensemble !

Construisons ensemble !



Partie 1 : Le Commerce et votre territoire

Partie 2 : Le Commerce, un secteur en mutation

Partie 3 : Construisons ensemble le Commerce
de Demain



Construisons ensemble !

Partie 1

Le Commerce et votre territoire : Situation et perspectives





■ *Eléments de cadrage*

58 868
habitants

+2,1%
par an

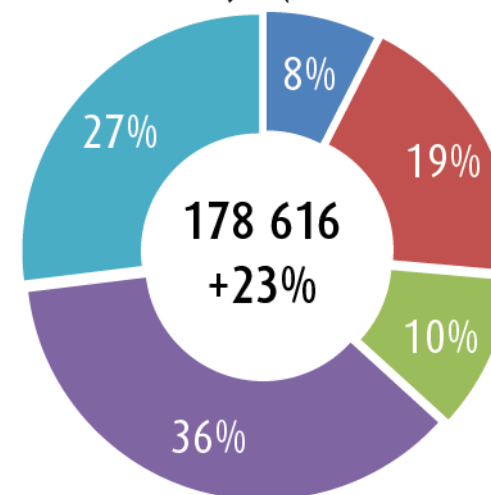
- Carrefour entre Nantes et Angers.
- Un essor démographique conséquent
- Plusieurs dynamiques de fonctionnement sur ce territoire.
- Activité économique concentrée autour du pôle Ancenis/ St-Géréon
- Sphère industrielle prédominante
- Une quarantaine de zones d'activités

Ambition Commerce

Construisons ensemble !

Répartition de l'emploi en 2008

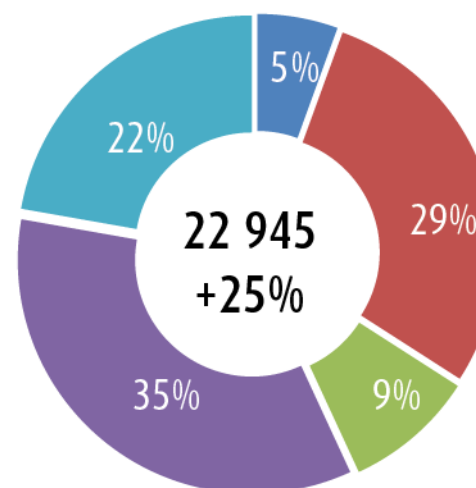
LOIRE-ATLANTIQUE (sans CARENE et Nantes Métropole) :



■ Agriculture
■ Industrie
■ Construction
■ Commerce, transports, services divers
■ Administration publique, enseignement, santé, action sociale

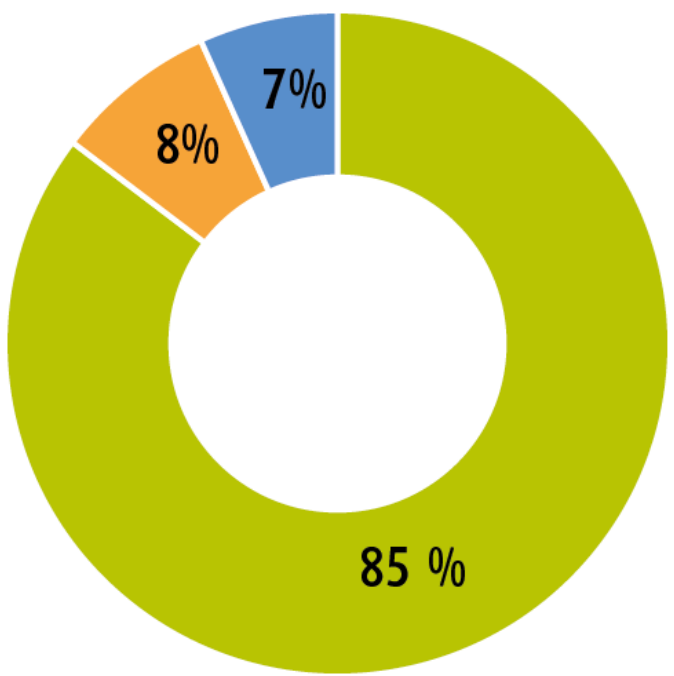
Source : INSEE

PAYS D'ANCENIS





■ Chiffres clés du Commerce



- Inférieur à 300 m²
- Entre 300 et 1000 m²
- Supérieur à 1000 m²

Pays d'Ancenis:

4% des commerces du département

84 000 m² de surfaces de vente

Évolution 2007-2010 : **0,6%**

340 points de vente

Évolution 2007-2010 : **0%**

Observatoire du Commerce

85 % des points de vente
sont des commerces
de moins de 300 m²

Ambition Commerce

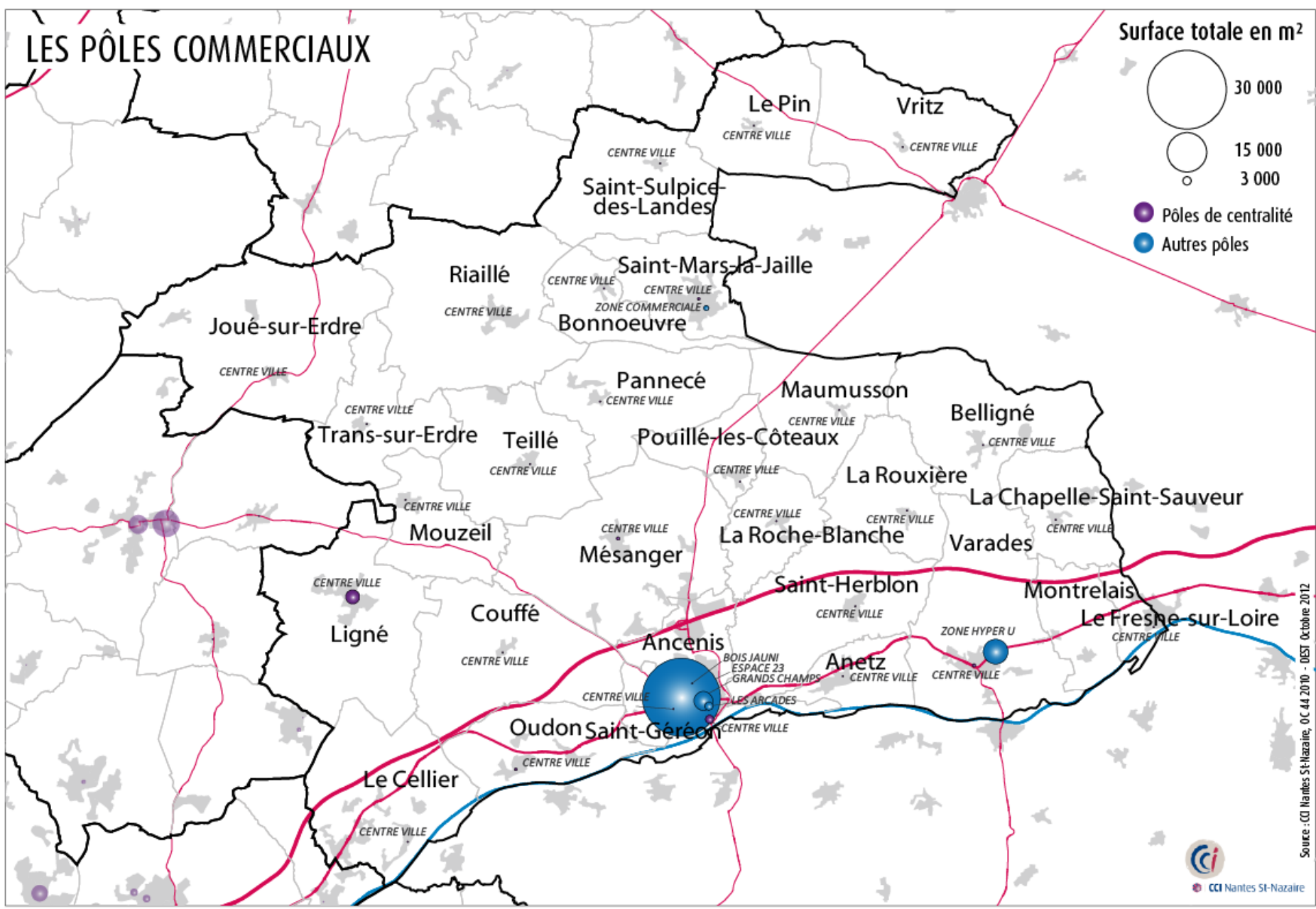


Construisons ensemble !



■ Concentration autour d'Ancenis St-Géréon.

Ambition Commerce



Source : CCI Nantes St-Nazaire, OC 44 2010 - DSDT Octobre 2012



Construisons ensemble !





Un territoire doté en surfaces commerciales.



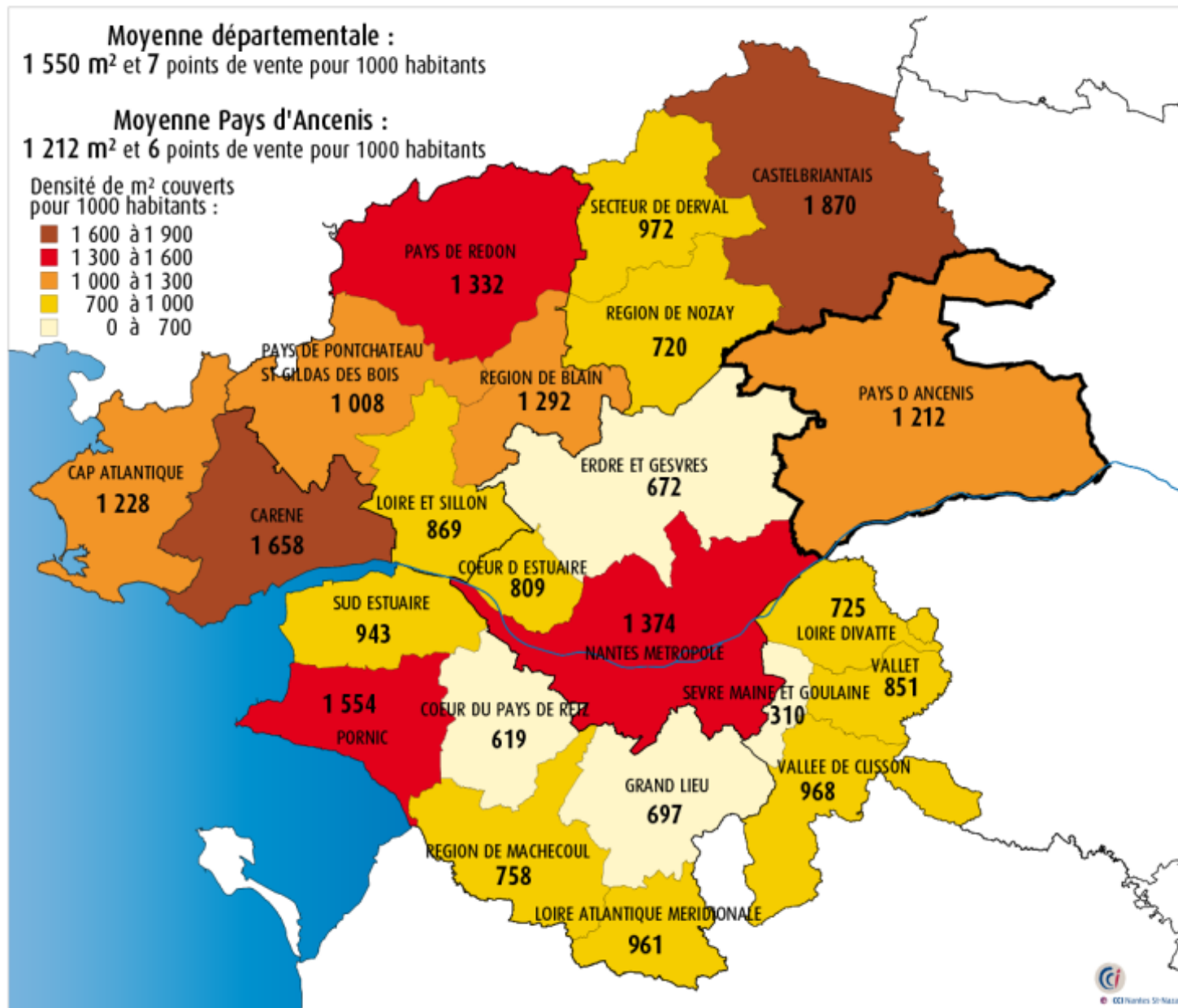
DENSITÉ DE M² POUR 1000 HABITANTS PAR EPCI

Moyenne départementale :
1 550 m² et 7 points de vente pour 1000 habitants

Moyenne Pays d'Ancenis :
1 212 m² et 6 points de vente pour 1000 habitants

Densité de m² couverts
pour 1000 habitants :

- 1 600 à 1 900
- 1 300 à 1 600
- 1 000 à 1 300
- 700 à 1 000
- 0 à 700

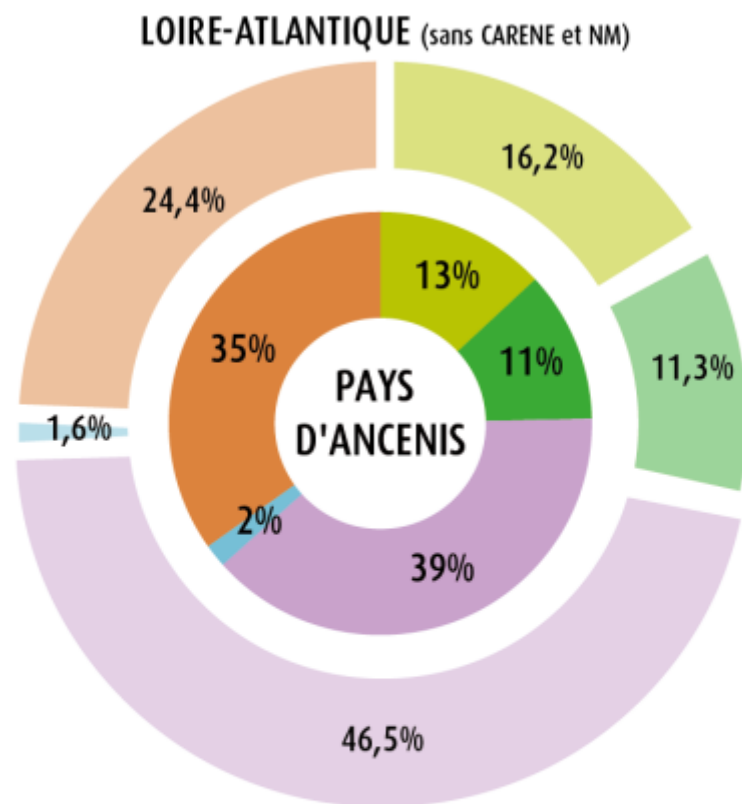


Source : CCI Nantes St-Nazaire, OC 44 2010 - DEST Septembre 2012

■ Une consommation non satisfaite localement ?



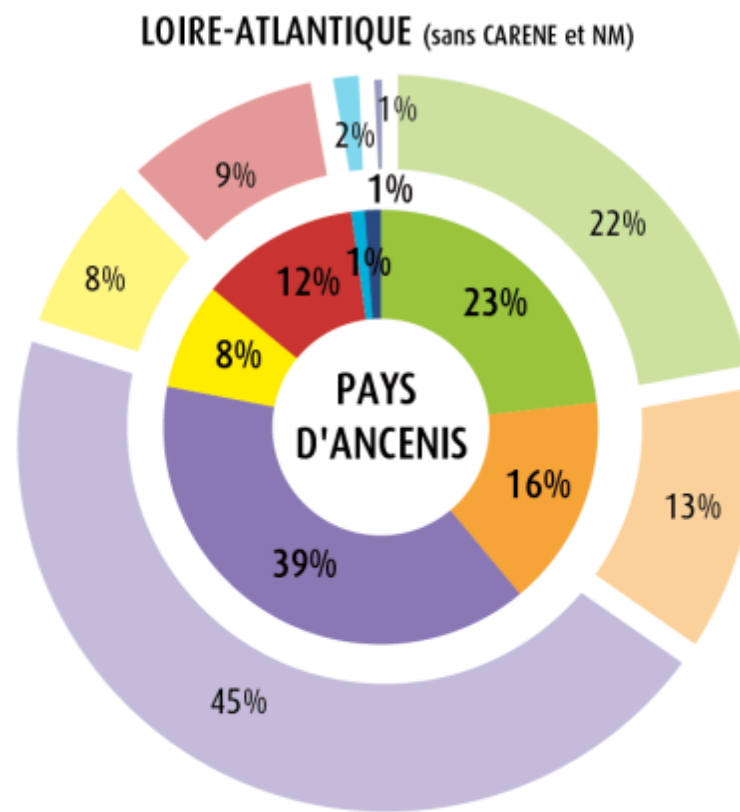
Répartition des surfaces de vente par nature de point de vente



HYPERMARCHÉ
SUPERMARCHÉ
GMMP
GSS
SOLDERIE
Commerce < 300 m²

Source : OC 2010 CCI Nantes St Nazaire

Répartition des surfaces de vente par secteur d'activité

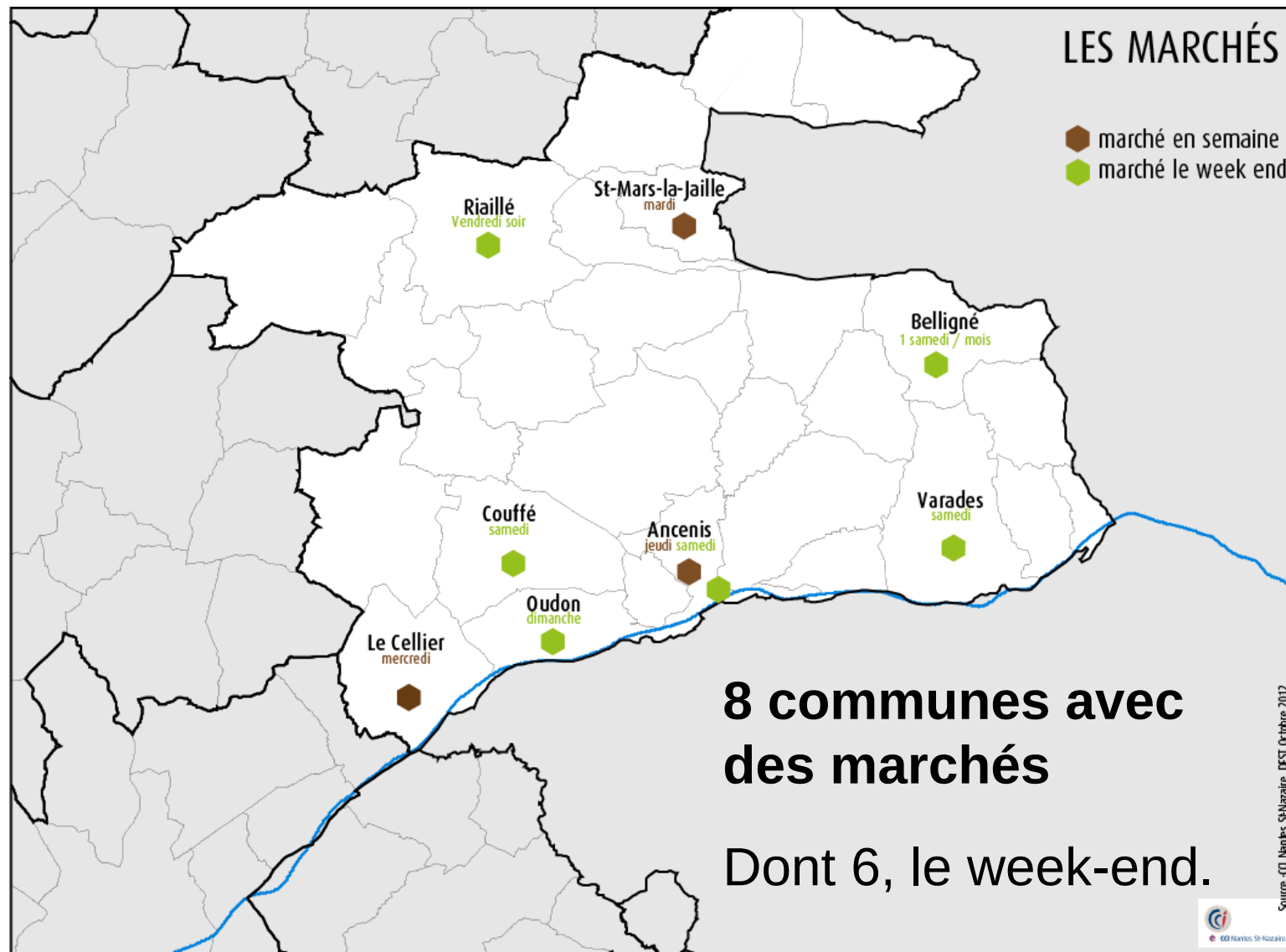


Alimentaire
Equipement de la personne
Equipement de la maison
Hygiène-santé
Culture, loisirs, divers
Accessoires auto
Services

Source : OC 2010 CCI Nantes St Nazaire

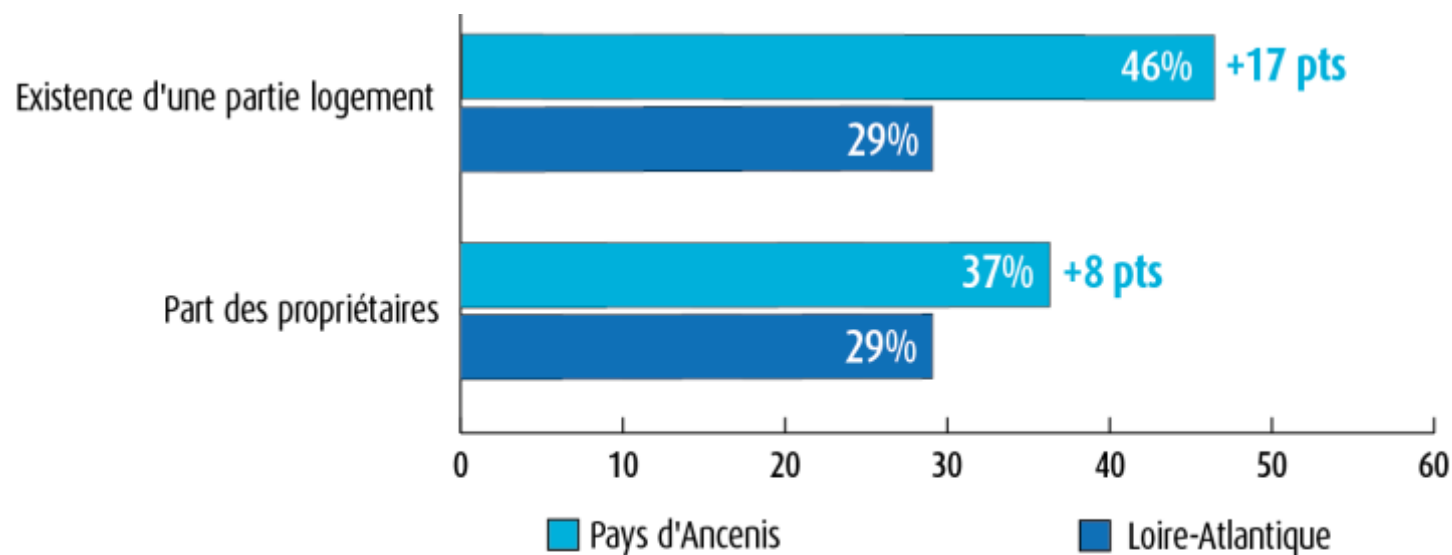


■ Commerce non sédentaire



- *Des commerçants en forte proportion propriétaires des murs*

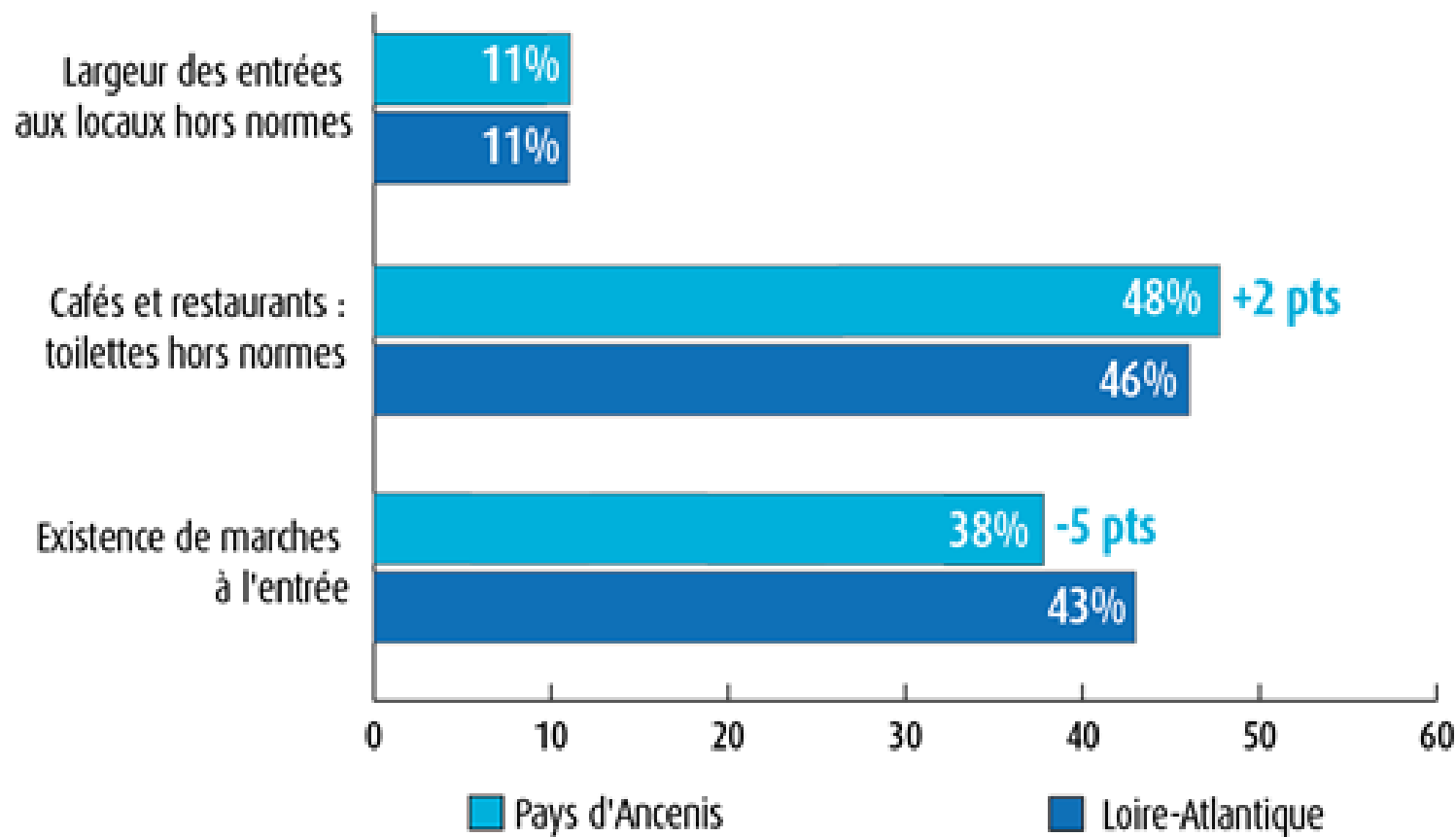
Enjeu à venir sur la transmission des commerces :
cession du fonds mais également des murs.



Source : OLL 2011, CCI Nantes St-Nazaire



■ Une problématique d'accessibilité pour le 1^e janvier 2015

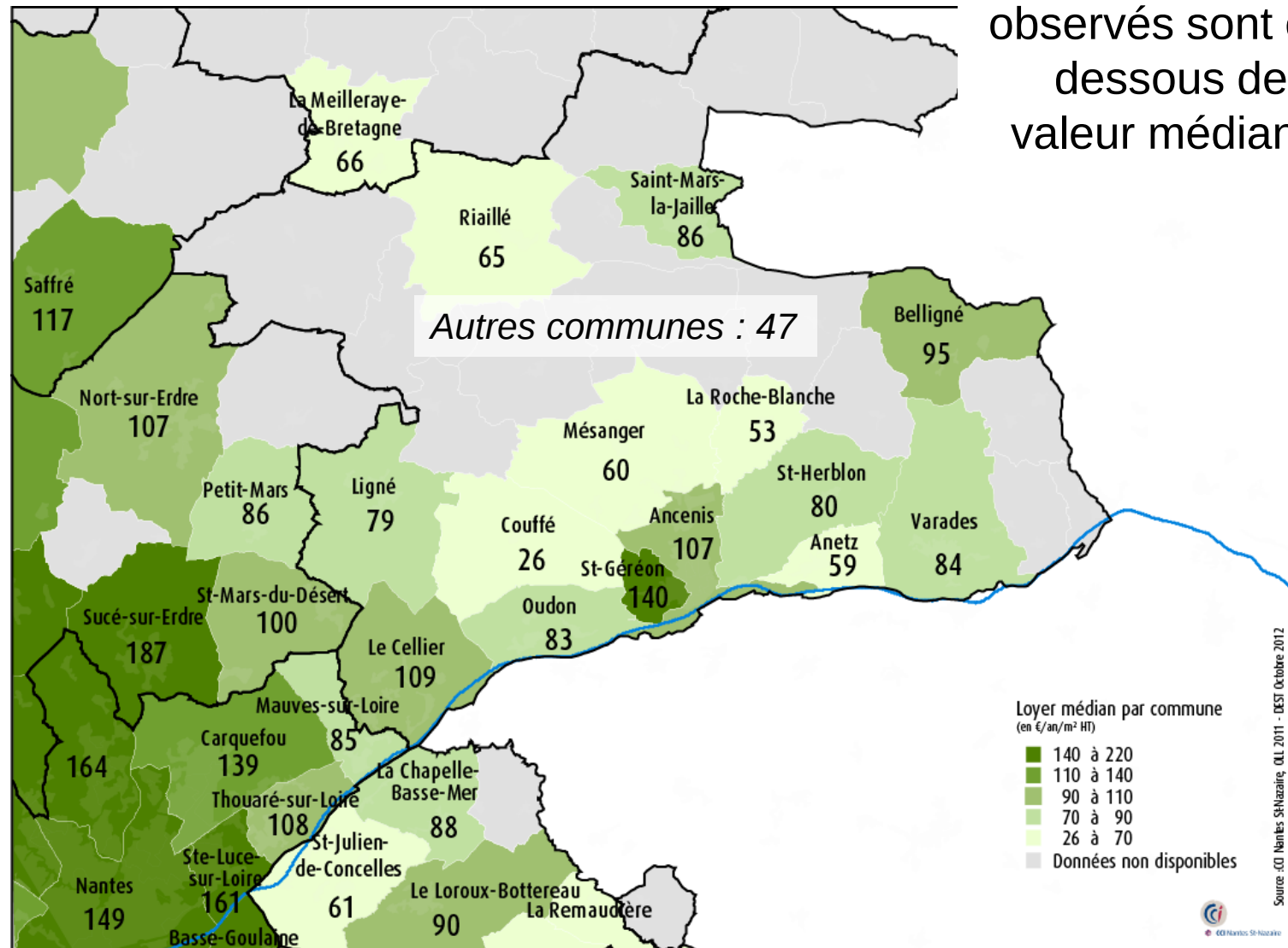


Source : OLL 2011, CCI Nantes St-Nazaire

■ Loyers médians par commune



50 % des loyers observés sont en dessous de la valeur médiane.



Partie 2

Le Commerce : un secteur en pleine mutation





« Moins hyper, davantage
communautaire, plus cyber,
le Consommateur casse les codes. »

Denis Roux, Plein Ouest, Fév.2012

■ Des facteurs d'influences multiples

- ➔ Des changements sociétaux
- ➔ La nouvelle révolution du commerce : les technologies
- ➔ Des décisions d'achat plus complexes

+ 300 000 hab.
d'ici 2030
(Loire-Atlantique)

▼
CROISSANCE de la POPULATION

27% de la population de +
de 60 ans en 2030 (L-A)

▼
**UNE STRUCTURE DE
POPULATION MODIFIEE**

Au-delà de **23** minutes de
trajet, le consommateur est
moins disposé à rejoindre
un hyper

▼
**DES DÉPLACEMENTS
FRÉQUENTS
DES TRAJETS PLUS
COMPLEXES**

Dépenses
contraintes : **1/3**
du budget moyen
dans **5** ans

▼
ARBITRAGE DES ACHATS

63 % des Français ont
acheté par Internet

▼
**PROGRESSION
DU COMMERCE EN LIGNE
SOUS PLUSIEURS FORMES**

3 sur 10 utilisent
1 smartphone pour
se renseigner,
localiser un commerçant
ou consulter des avis.

▼
**DES OUTILS QUI FACILITENT LA
PRÉPARATION DES ACHATS**

20% des détenteurs
de smartphone, et
59% qui possèdent
une tablettes ont acheté
en ligne

▼
**CONSOMMER PARTOUT
ET DE PLUS EN PLUS AILLEURS**



**Sécurité, Prix et
Made in France**

dans le top 3
(à plus de 80%)

▼
**MOTIFS D'ACHAT et
ARBITRAGE**

76% des français
ont vendu au moins
1 produit à un
particulier en 2011

▼
**UNE CONSOMMATION
PLUS RAISONNÉE ? ▲**

2,6% de la conso.
alimentaire est bio

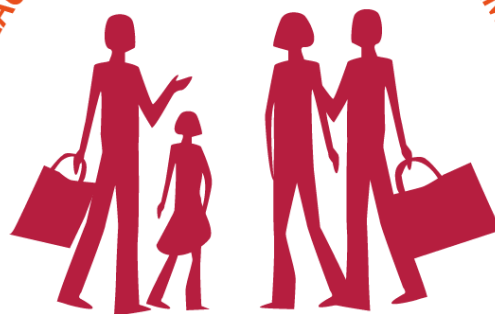
41% souhaitent recevoir des
offres par **email**

36% pour le catalogue papier

4 mobinautes **sur 10**
surfent sur le web en
magasin

▼
UNE COMMUNICATION ATTENDUE PARTOUT

NOUVEAUX COMPORTEMENTS DU CONSOMMATEUR



**DES PARCOURS CLIENTS
PLUS COMPLEXES**

76% des français
ont un ressenti
positif vis-à-vis du
centre-ville

▼
**L'ATOUT DU MAGASIN :
LE COMMERÇANT**

le **contact humain** : un
élément toujours plus incitatif
pour acheter en magasin
(à **62%**)

■ *Un magasin qui n'est plus l'unique lieu d'achat.*

LES DIFFÉRENTS CANAUX DE DISTRIBUTION AUJOURD'HUI ...

(* : chiffre d'affaires annuel)



VENTE EN MAGASIN

420 milliards d'€*

93,5%



GROSSISTES
VENDANT
AUX
PARTICULIERS

VENTE
DIRECTE
3,7 milliards d'€*
0,8%

MARCHÉS
5,4 milliards d'€*
1,2%



DRIVE
2 milliards d'€*
prévus en 2015



VENTE À
DISTANCE,
À DOMICILE
ET PAR AUTOMATE
20 milliards d'€*
4,5%

... ET DEMAIN ???

Construisons ensemble !

Partie 3

Construisons ensemble
le Commerce de Demain





■ *Et demain, quelle offre commerciale?*

« Parce que le parcours du consommateur démarre aujourd'hui chez lui, se poursuit dans la rue et se termine parfois sur le Net après passage en magasin... » Le commerce est en pleine mutation.

PROCHE

INNOVANT

DURABLE

curieux
accessible
proactif
connecté
innovant
conseil
eco-responsable
rassembleur
mobile
audacieux
bon gestionnaire
proche
passionné
accueillant





■ Notre vision du commerce demain : **Proche**

➡ **Aller vers le client, où qu'il soit**

Rapprocher les points de vente physiques des consommateurs : mailler le territoire

Faciliter l'appropriation par les commerçants et futurs commerçants des nouvelles technologies et des nouvelles formes de distribution

Renforcer la présence des marchés

Faciliter la captation des populations locales et touristiques

Favoriser la consommation de productions locales



- Notre vision du commerce demain : ***Innovant***



➔ **Utiliser l'innovation comme levier de pérennisation de l'activité**

Créer des espaces commerciaux évolutifs et modulables

Faciliter l'implantation de nouveaux concepts

Faire du commerce une expérience unique

Valoriser et diffuser les initiatives



■ Notre vision du commerce demain : ***Durable***

➔ **Adopter de meilleures pratiques et les transmettre**

Moins consommer de ressources, notamment foncières

Valoriser l'exercice des métiers du commerce

Solidariser la profession via les associations et les organisations professionnelles

Evoluer au rythme soutenu des changements socio-économiques technologiques et réglementaires (gérer les flux d'informations, se former, développement durable ...)



■ *Et vous, votre vision du commerce demain ?*



PROCHE
INNOVANT
DURABLE

Partagez-vous notre vision du commerce ?

Les enjeux relevés par le groupe Commerce.

?

?

Faciliter et miser sur du **service** et de la valeur ajoutée en boutique.

Eviter le nivellement par le bas de l'offre commerciale du fait des stratégies actuelles du e-commerce.

?

Renforcer l'image d'Ancenis comme un lieu de destination.

Anticiper l'avenir du tissu commercial de la COMPA et plus particulièrement le pôle majeur Ancenis-Saint Géréon face à l'attractivité croissante des autres pôles, et notamment en 49.

?

Quelles actions sont à privilégier ?

Ambition Commerce

Construisons ensemble !

Ambition Commerce :

Construisons ensemble !

