

2^{èmes}

RENCONTRES

DU

commerce



&

DE L'

artisanat

DE

MAURIENNE



2 novembre 2015

Salle polyvalente • Hermillon



Rhône-Alpes

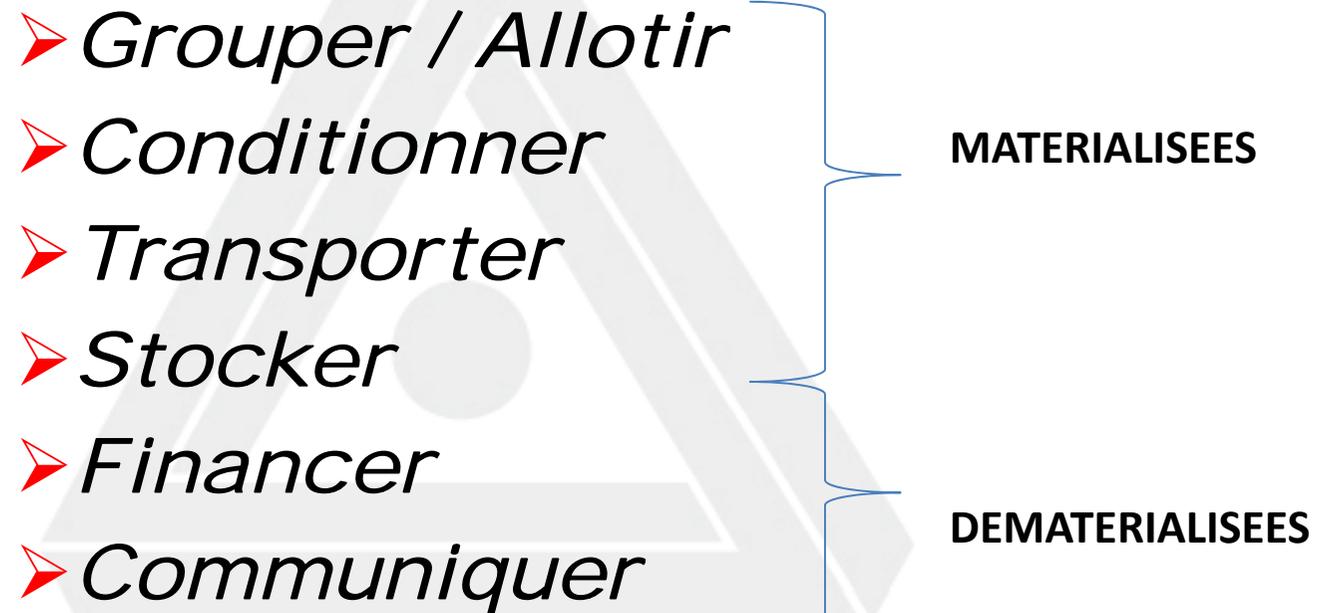


COMMERCE ET DISTRIBUTION ?

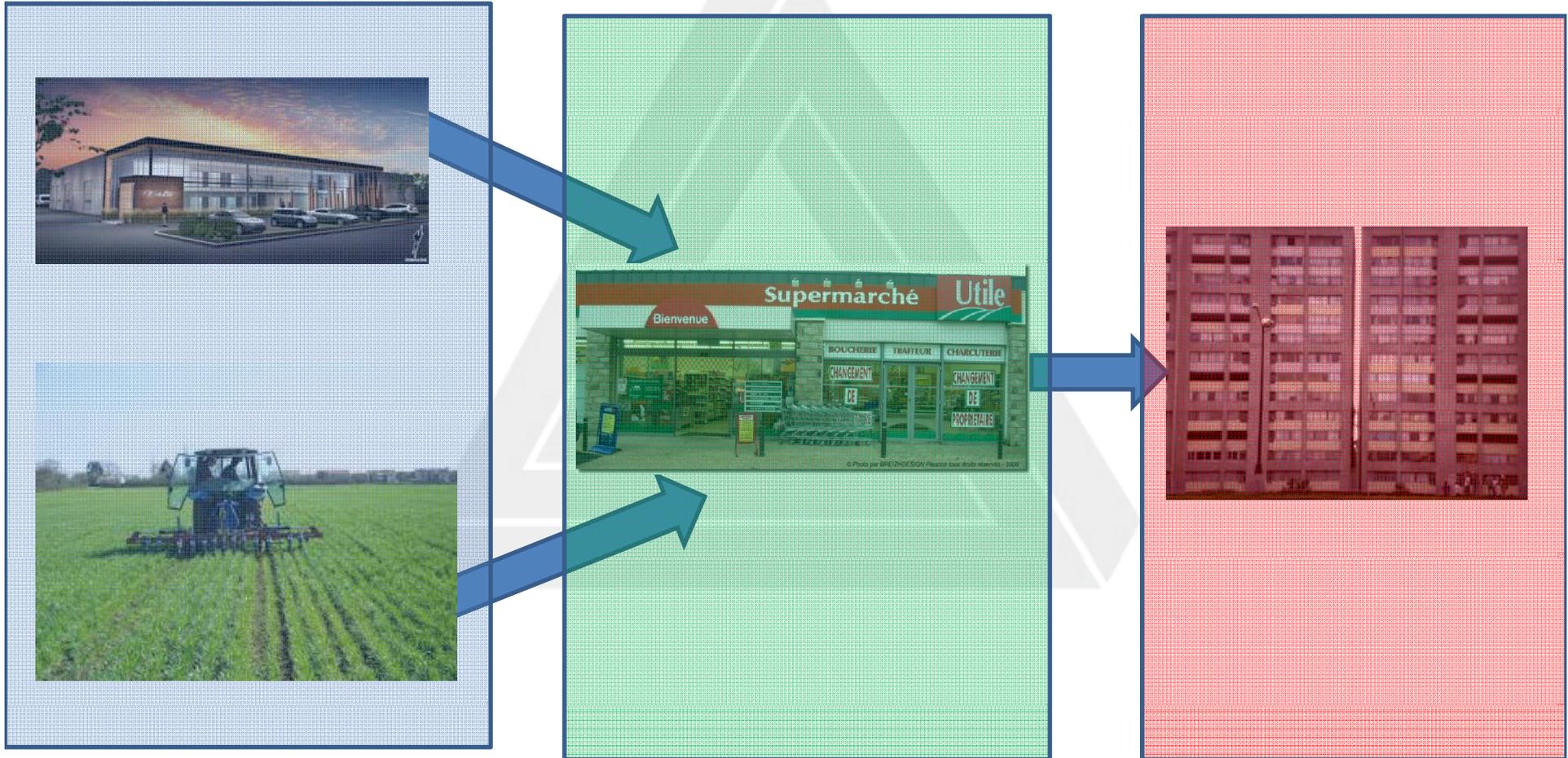


C'est mettre des produits à la disposition du consommateur dans des unités de **temps**, de **lieu** et de **quantité** qui conviennent à celui-ci

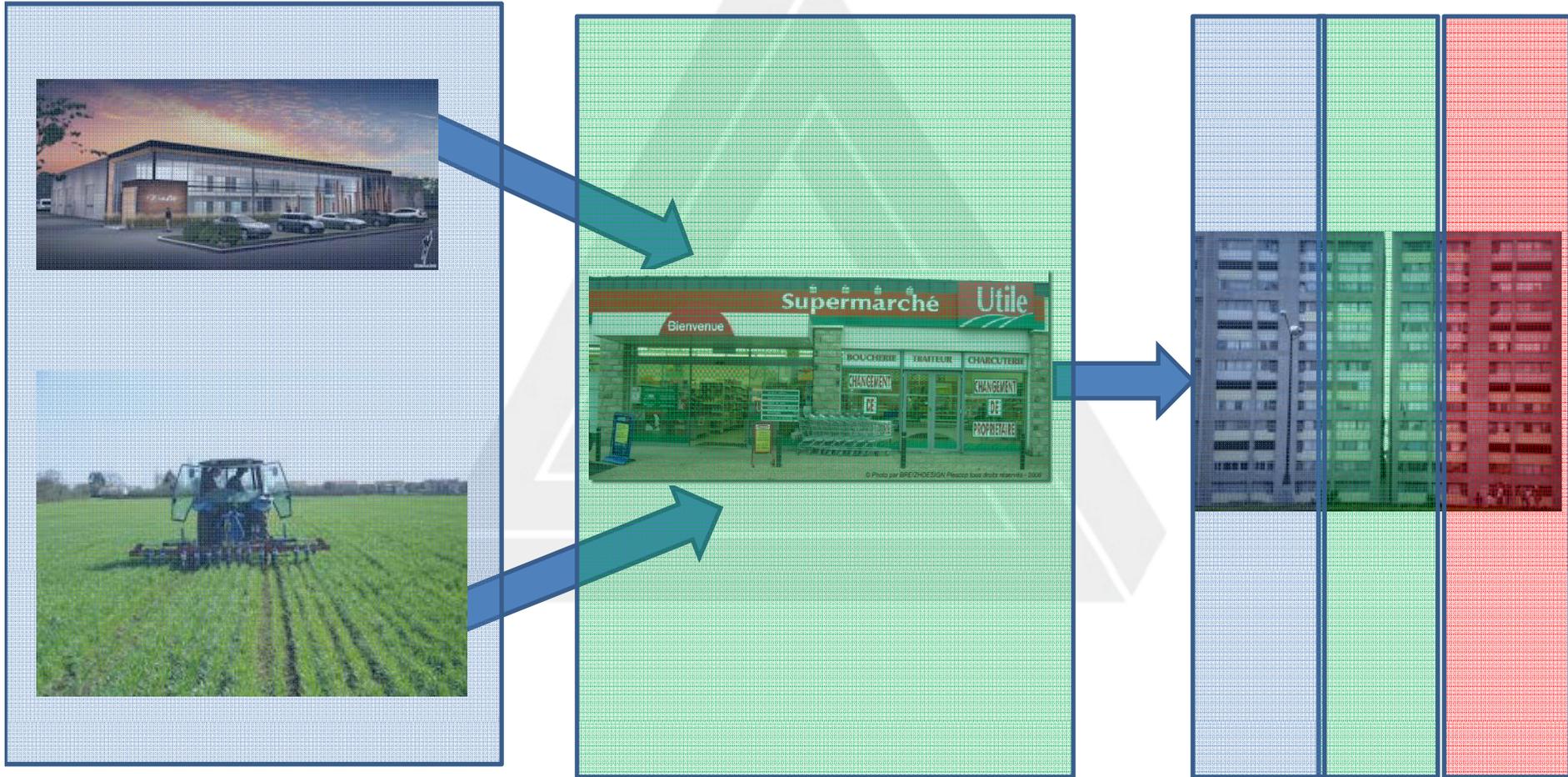
LES FONCTIONS



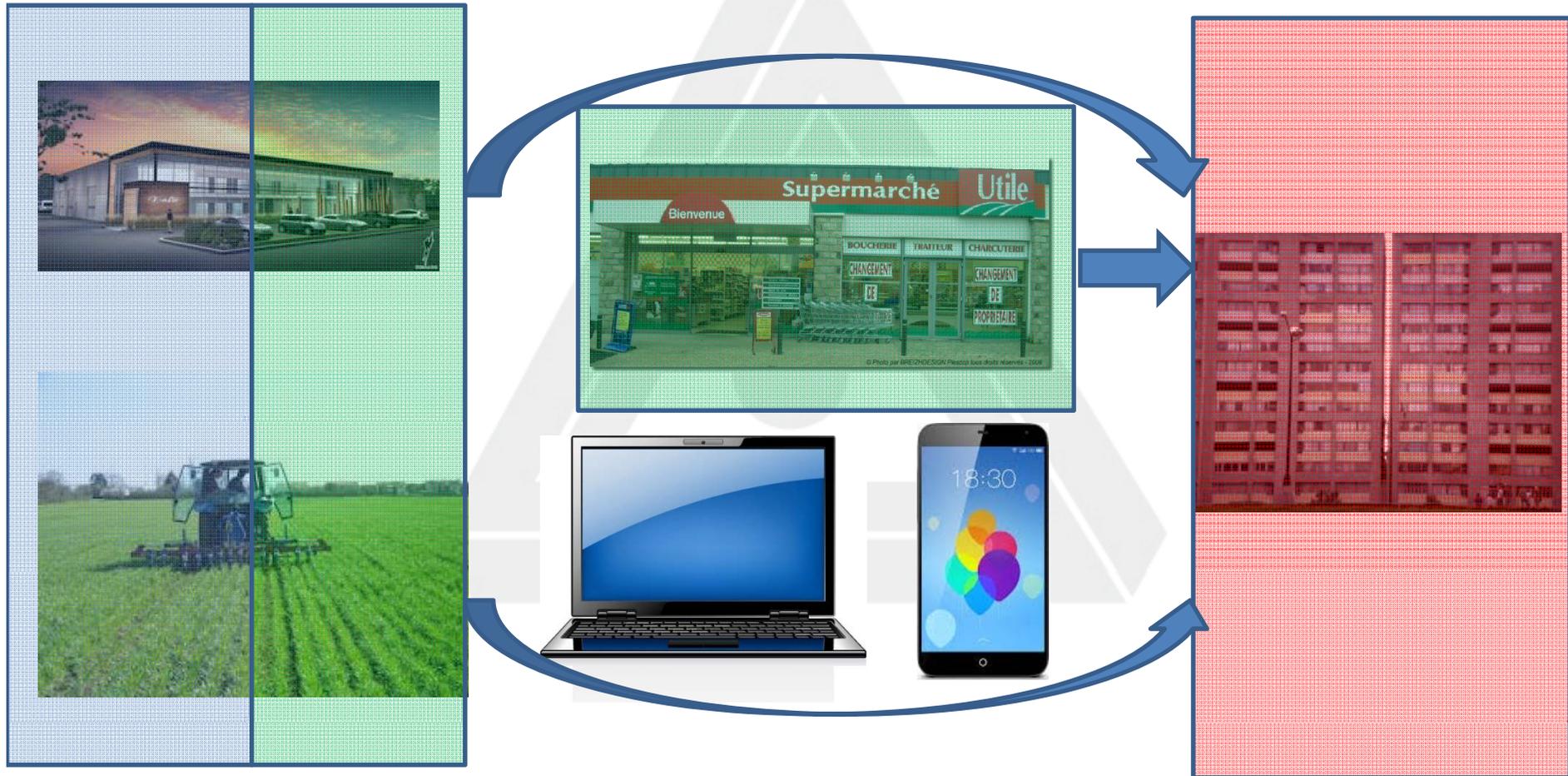
COMMERCE ET DISTRIBUTION ?



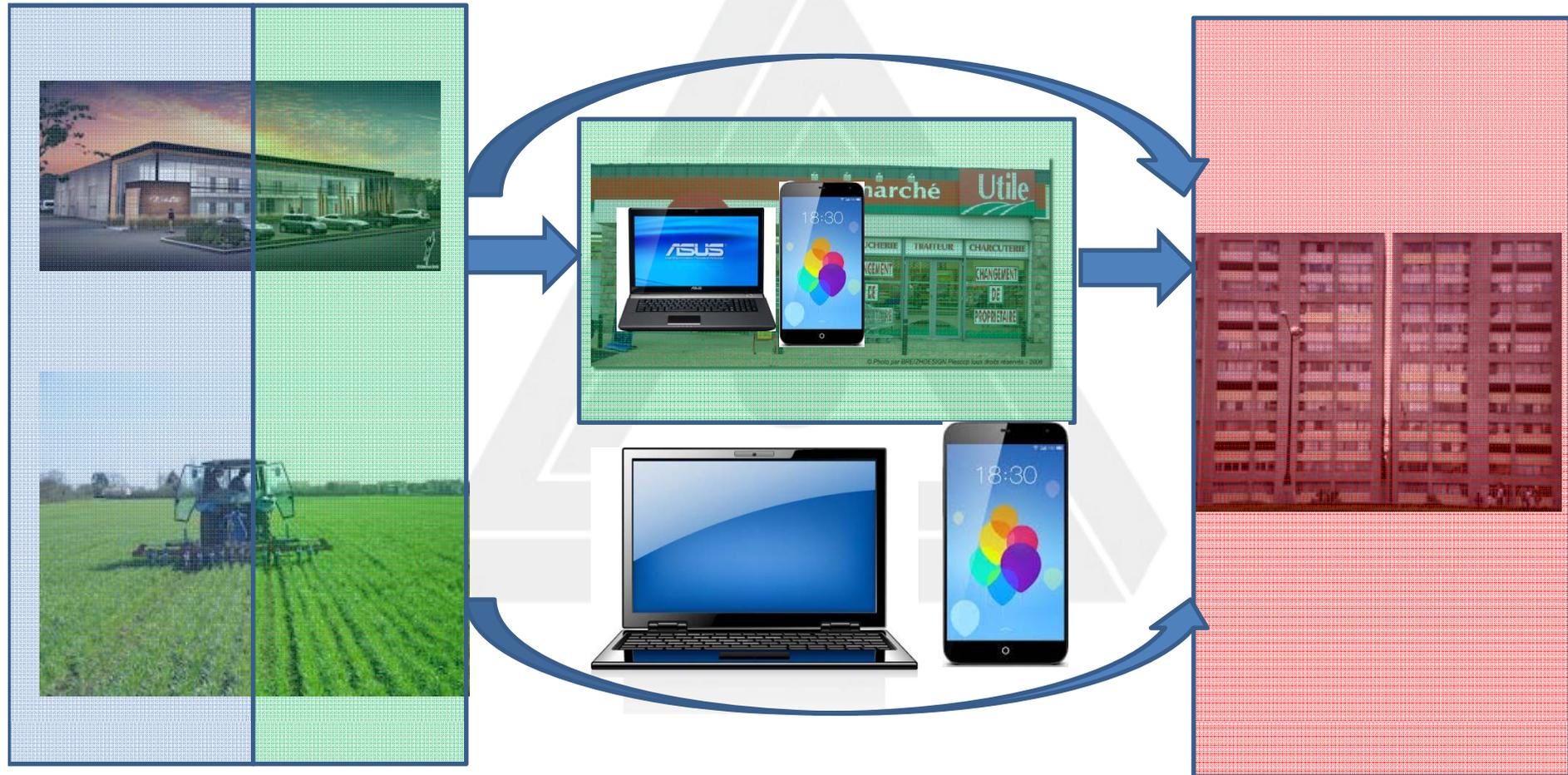
LE CONSOMMATEUR DISTRIBUTEUR



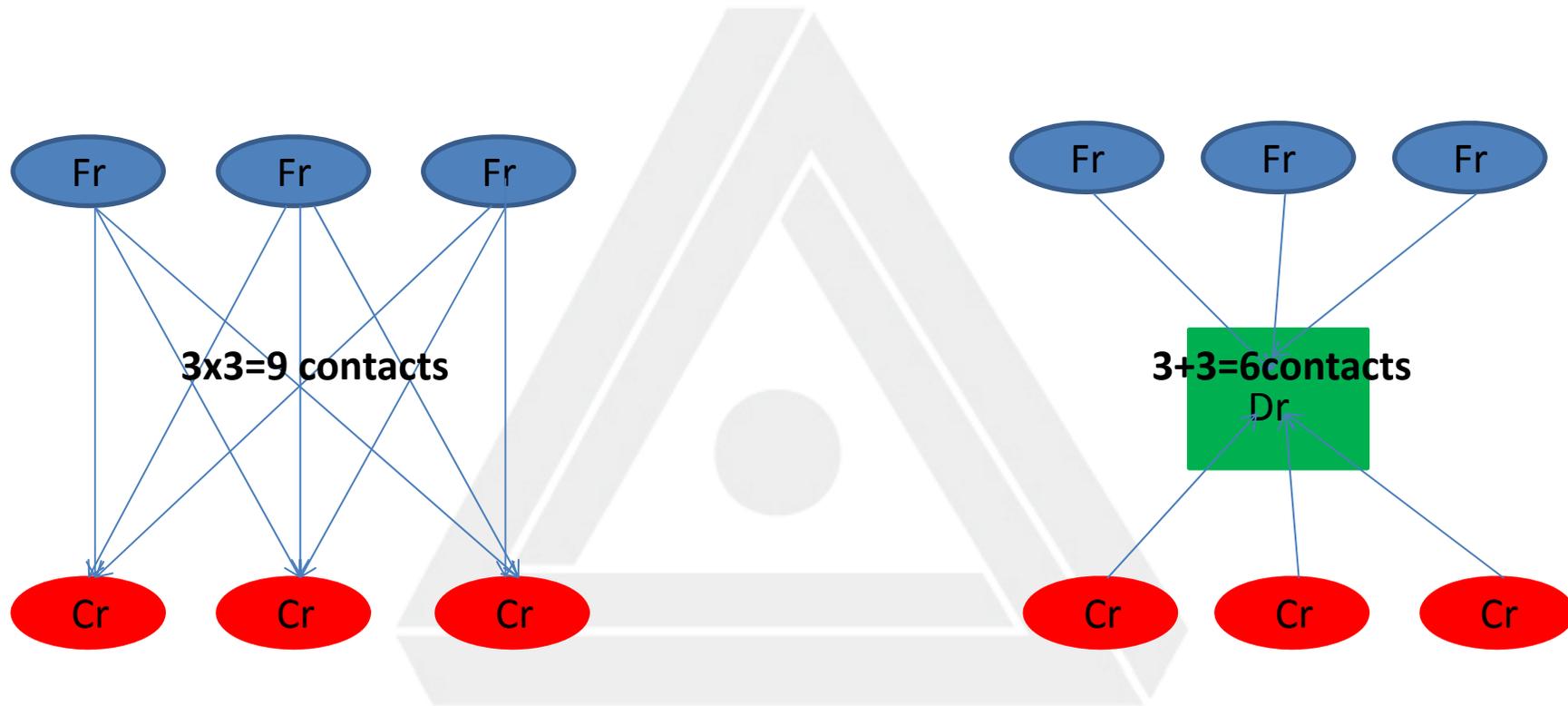
LE PRODUCTEUR DISTRIBUTEUR



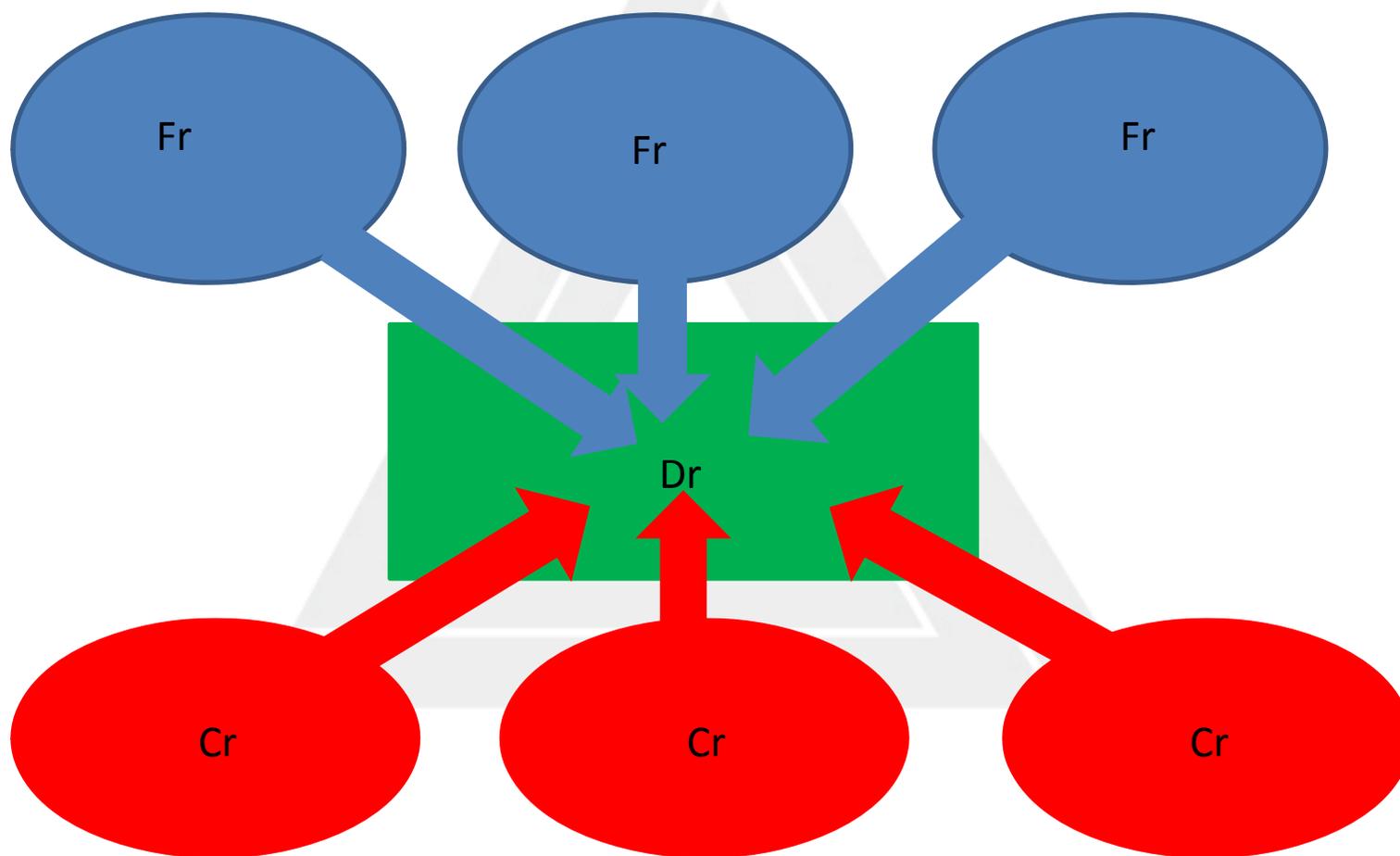
LE DISTRIBUTEUR de SERVICES



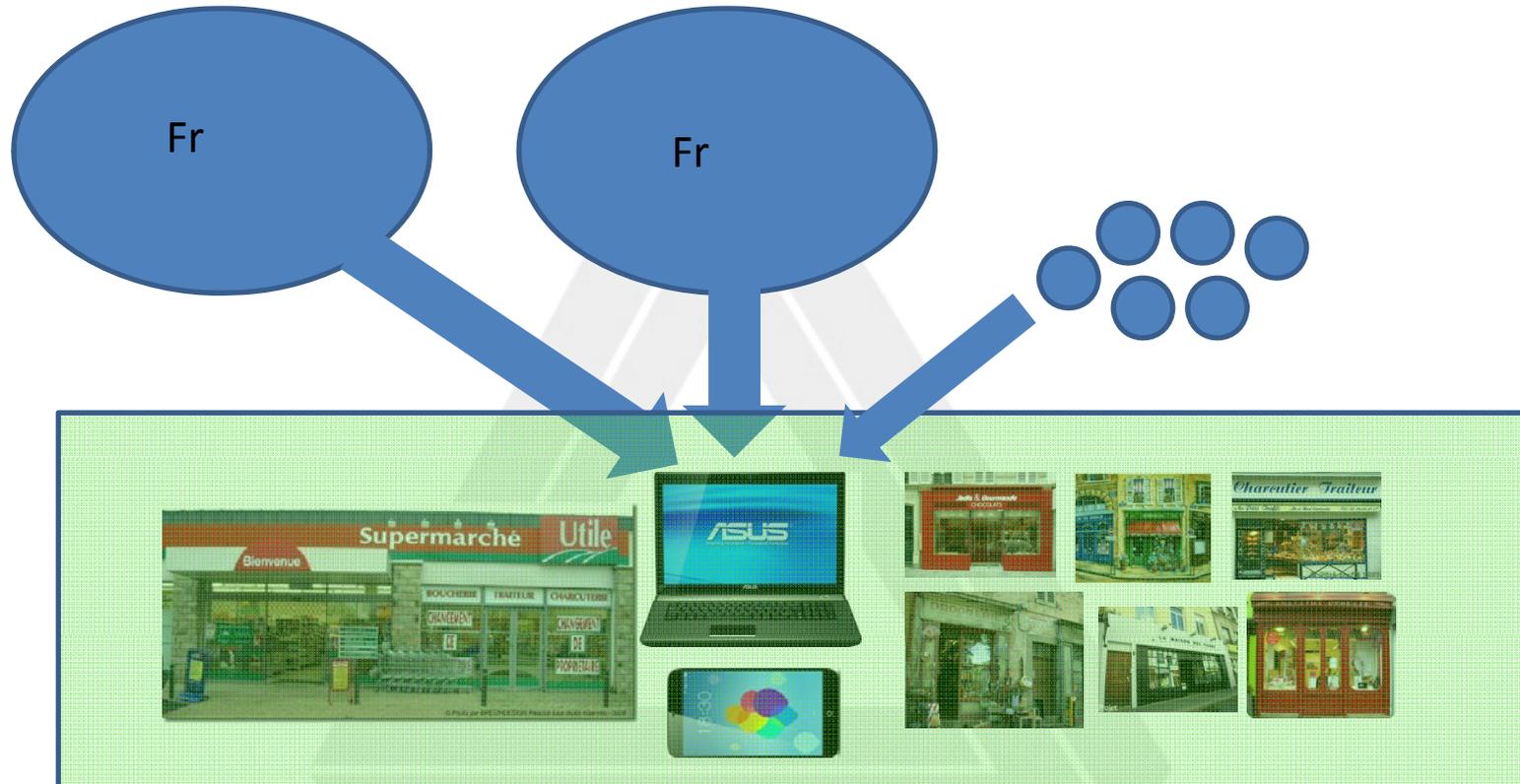
LA FONCTION ECONOMIQUE



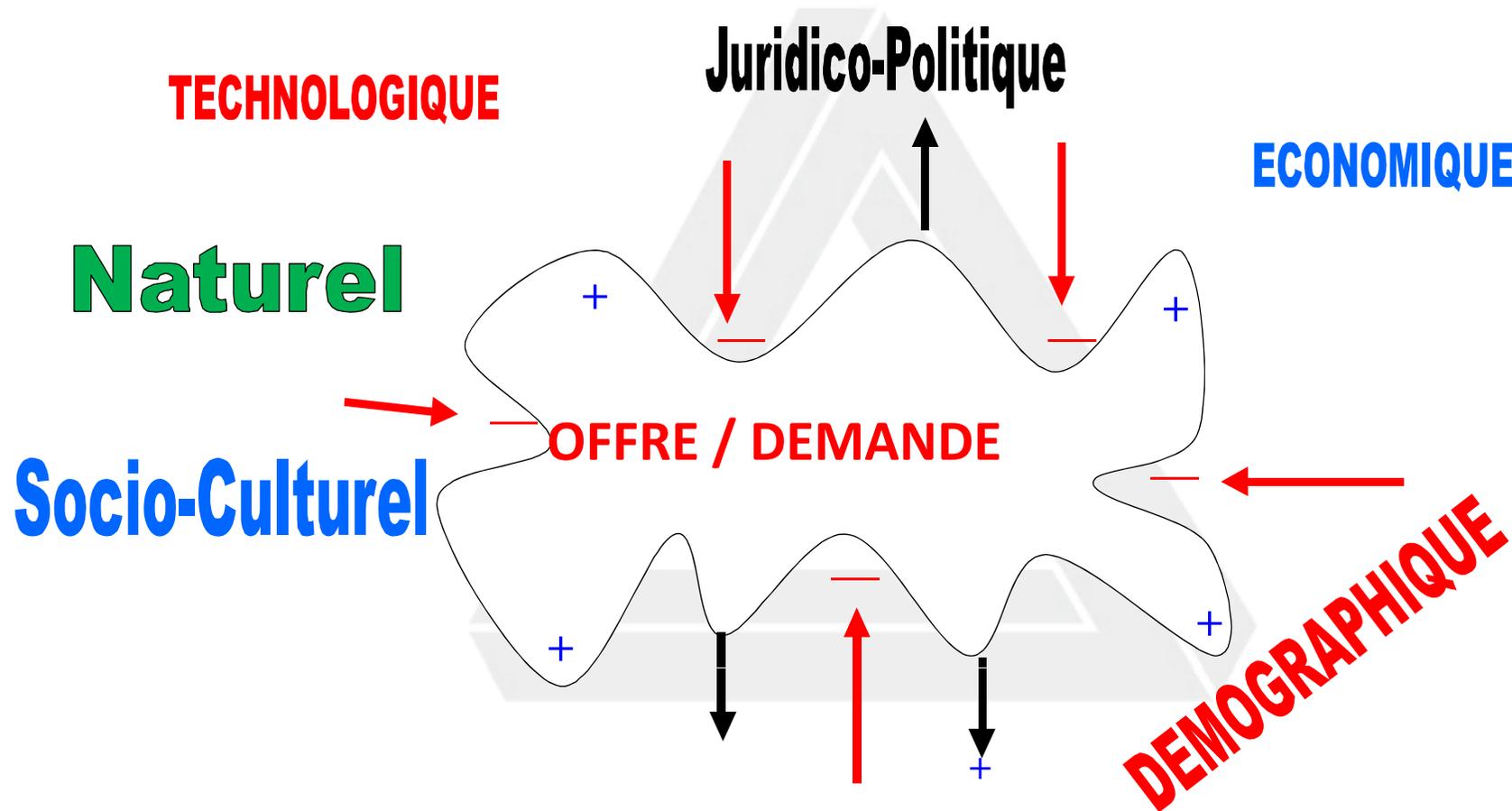
D'HIER A AUJOURD'HUI



D'AUJOURD'HUI A DEMAIN ?



L'ENVIRONNEMENT



DEMOGRAPHIE

- Vieillessement de la population
- Diminution de la taille des ménages
- Ménages monoparentaux
- Rapport actifs / inactifs

SOCIO-CULTUREL

- Développement de l'individualisme
- Recherche de lien social
- Développement de la mobilité des individus
- Besoin d'enracinement de proximité
- Méfiance et défiance
- En réaction à la Sté de consommation prise de conscience des enjeux de développement durable et responsable

NATUREL

- Réchauffement
- Pollution atmosphérique
- Production de déchet
- Energies

JURIDICO POLITIQUE

- Loi Macron
- Droit de préemption
- Alignement commercial
- SDUC
- TAXATIONS

ECONOMIQUE

- Stagnation du pouvoir d'achat
- Augmentation des inégalités
- Dépenses contraintes
- Chômage
- Evolution des postes de dépenses

TECHNOLOGIQUE

- Informatique
- Internet
- Familiarisation
- Smartphone

©
MAGASIN VIRTUEL

DEVIS EN LIGNE

COMMERCE ENTRE PARTICULIERS

UBER

BOOKING

TEATRENEU

APPLI SMARTPHONE

OBSOLESCENCE DES PRODUITS

DES NOUVELLES SOLUTIONS

DE NOUVEAUX MODÈLES ÉCONOMIQUES

ACHAT EN LIGNE
MONTAGE LOCAL

Revente d'occasion

CROSS CANAL

SHOWROOMING

DRIVE

SERVICE A DOMICILE

GEOLOCALISATION

PLACES DE MARCHÉ

CIRCUITS COURTS

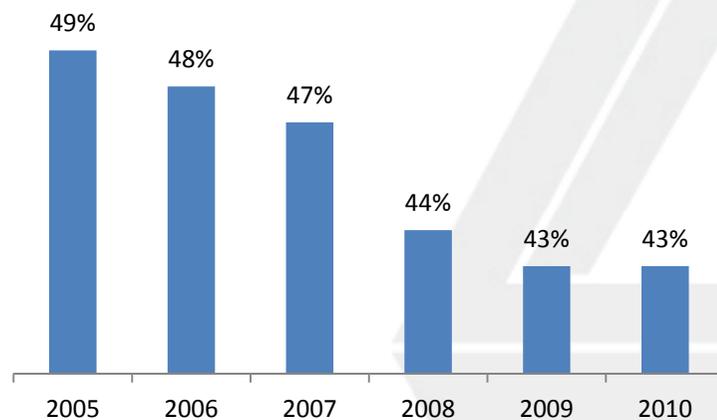
TECHNOLOGIES POINTS DE VENTE

DES EFFETS COMBINES

DEMOGRAPHIE / SOCIO CULTUREL / TECHNOLOGIE

Le temps: une valeur en hausse

Je suis prêt à aller plus loin pour aller dans mon supermarché préféré



Salon coiffure , attentes aux caisses, Drives, devis, délais de livraison, horaires d'ouverture, zapping Internet,....

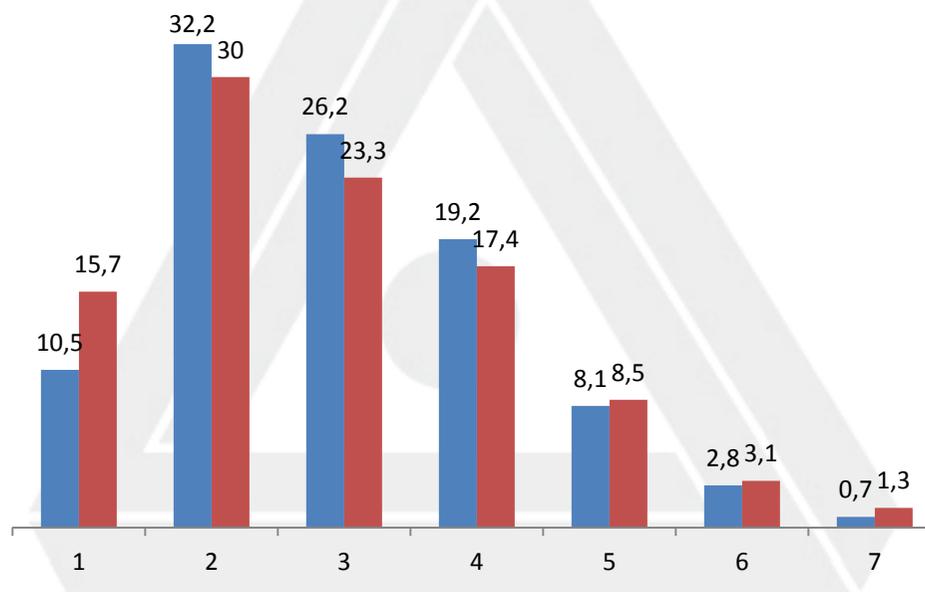
Kantar Worldpanel

NE PAS PERDRE SON TEMPS

INSTANTANEITE DE LA REPONSE

UNE EVOLUTION MULTIPOLAIRE

Nombre de circuits fréquentés au moins une fois par semaine
en 2005 et 2012



Enquêtes Commerce 2005 et 2012, CRÉDOC

UNE EVOLUTION MULTIPOLAIRE

91% DES CLIENTS DISENT SE RENSEIGNER SUR LE NET AVANT DE FREQUENTER UN MAGASIN. (+13% / 2010)

51% DES COMMERÇANTS PENSENT QUE LES CLIENTS N'UTILISENT PAS INTERNET AVANT DE VENIR DANS LEUR MAGASIN (34% EN 2010)

65% N'ENVISAGENT PAS UN AVENIR PROCHE SANS L'AIDE DES TECHNOLOGIES (GÉO LOCALISATION, PROMOS PERSONNALISÉES, INFOS,)

Etude BVA / Mappy 2011

UNE RECHERCHE DE SENS...

Commerce équitable

Economie sociale et solidaire

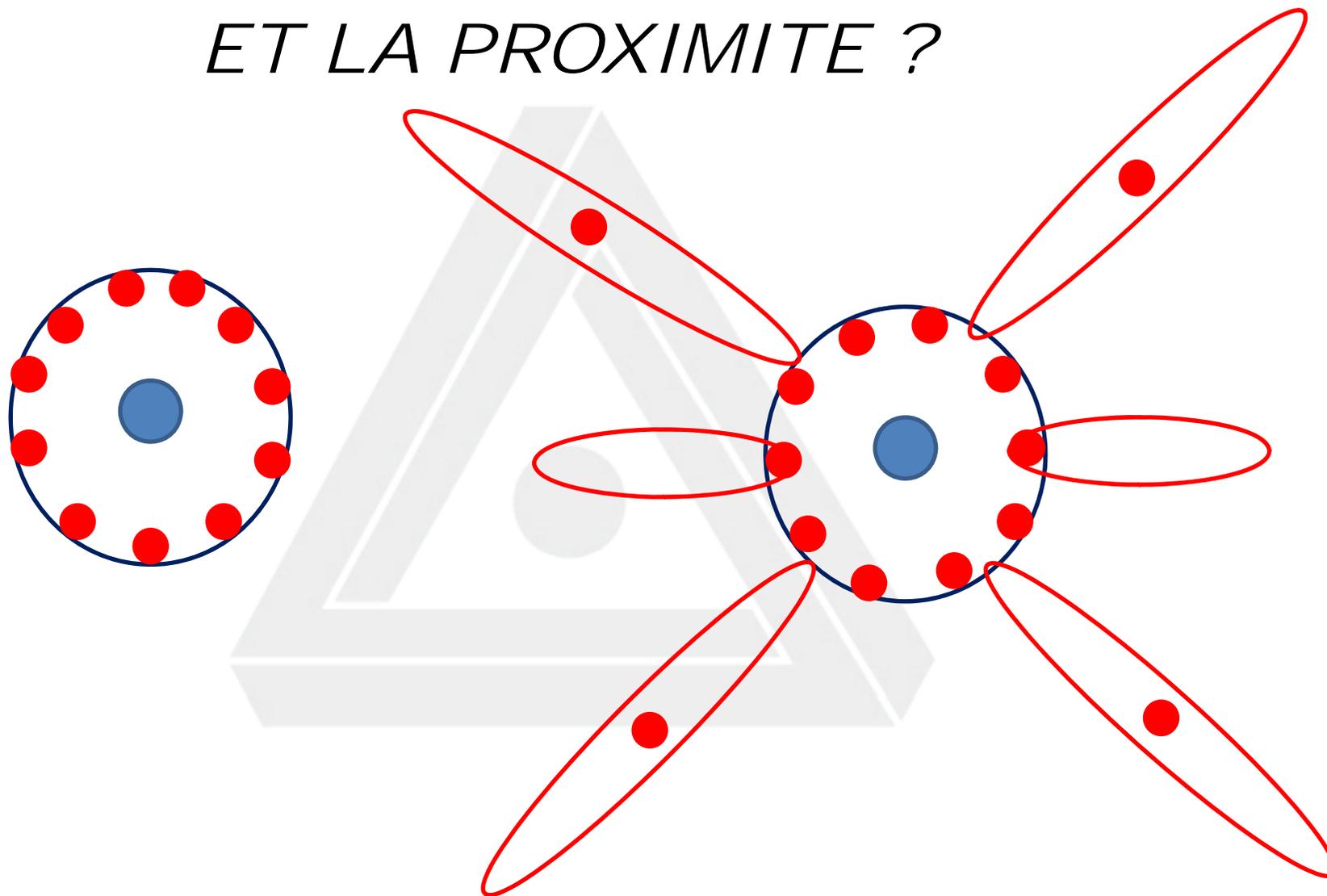
Location / achats d'occasion

Consommation de produits locaux

Lien social

OUI, MAIS LE PRIX C'EST BIEN

ET LA PROXIMITÉ ?



EN SYNTHÈSE

DES ATOUTS

- Evolution démographique
- Evolution des attentes des consommateurs
- Evolutions technologiques
- Perte de vitesse (fin?) du modèle dominant GMS
- SDUC
- Le temps

EN SYNTHÈSE

DES HANDICAPS

- Une culture du produit pas du service
- Un individualisme excessif
- Le temps
- Des moyens limités

EN SYNTHÈSE DES POSSIBILITÉS

- Achat plaisir
- Développement et mise en valeur des services
- Intégration de solutions technologiques

SEUL ON EST RIEN, ENSEMBLE ON EST TOUT

MERCI DE VOTRE ATTENTION



