

2<sup>èmes</sup>

RENCONTRES

DU

*commerce*



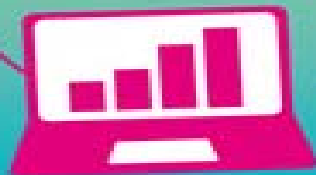
&

DE L'

*artisanat*

DE

MAURIENNE



**2 novembre 2015**

Salle polyvalente • Hermillon



Rhône-Alpes

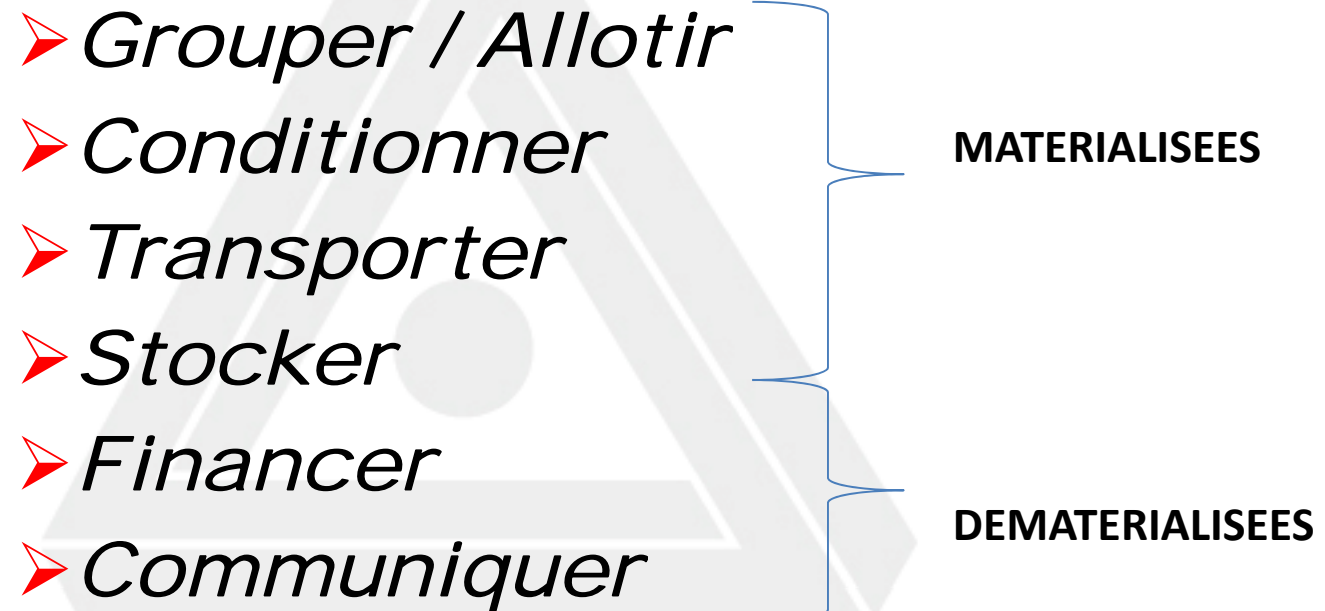


# COMMERCE ET DISTRIBUTION ?

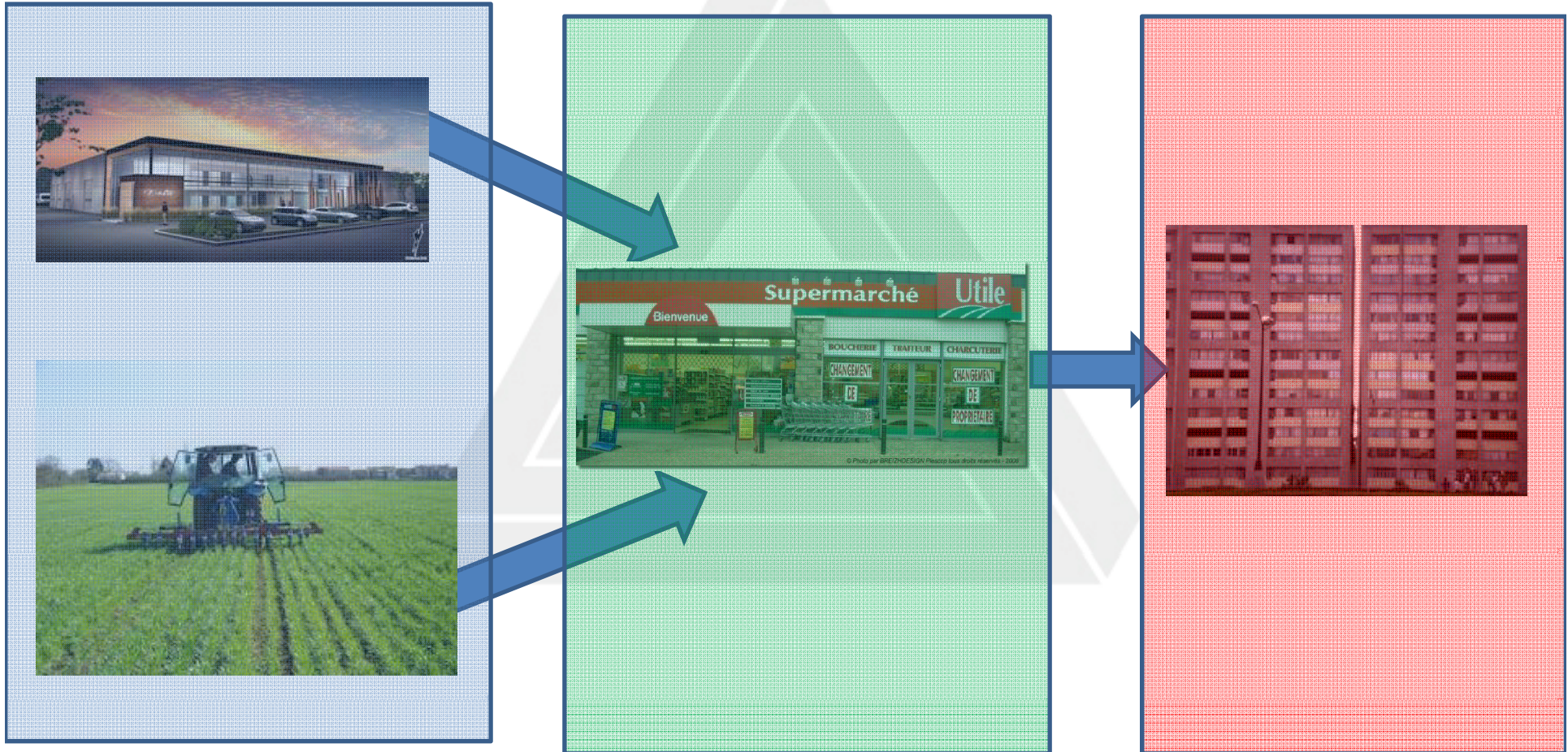


C'est mettre des produits à la disposition du consommateur dans des unités de **temps**, de **lieu** et de **quantité** qui conviennent à celui-ci

## LES FONCTIONS



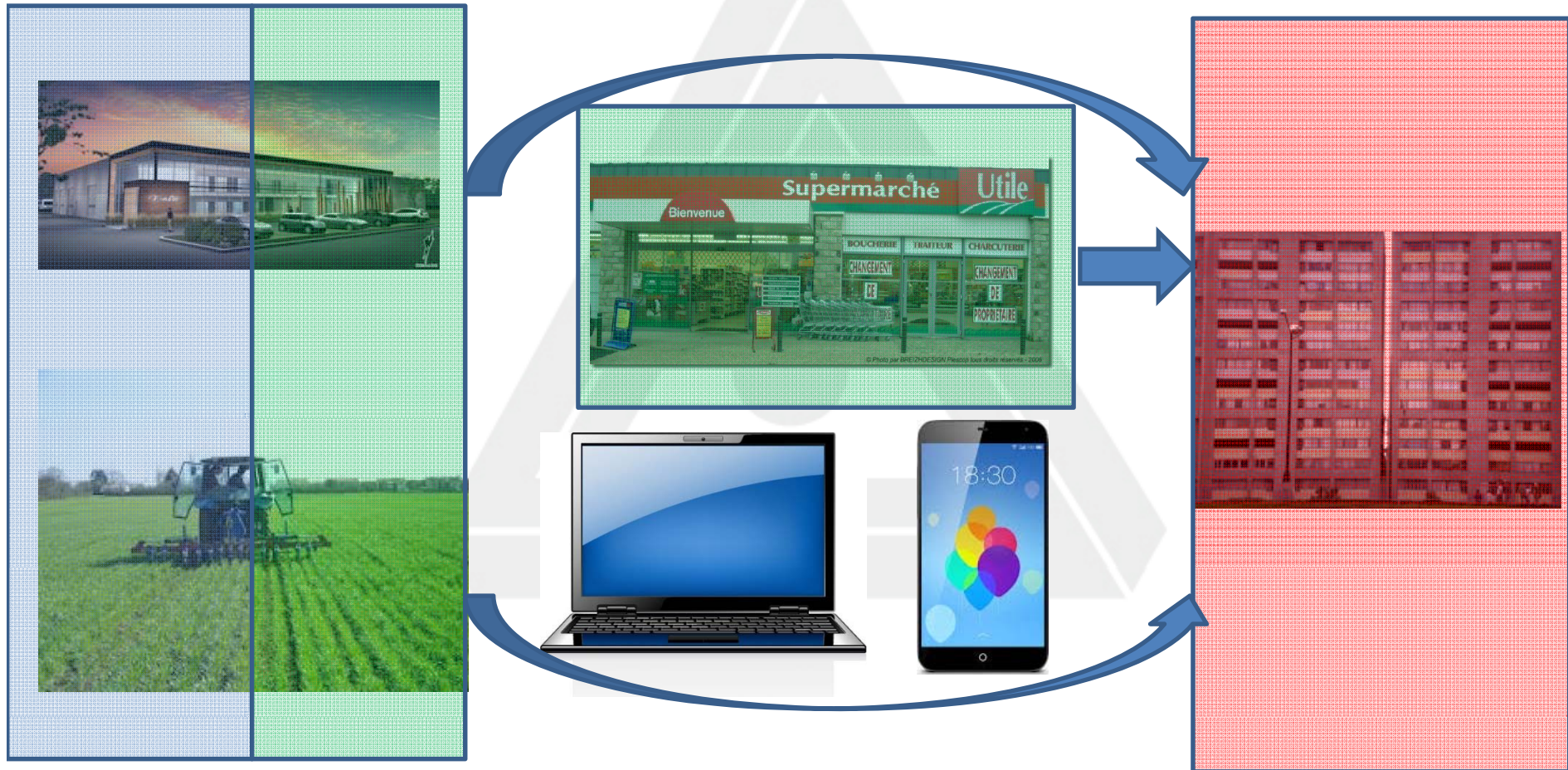
# COMMERCE ET DISTRIBUTION ?



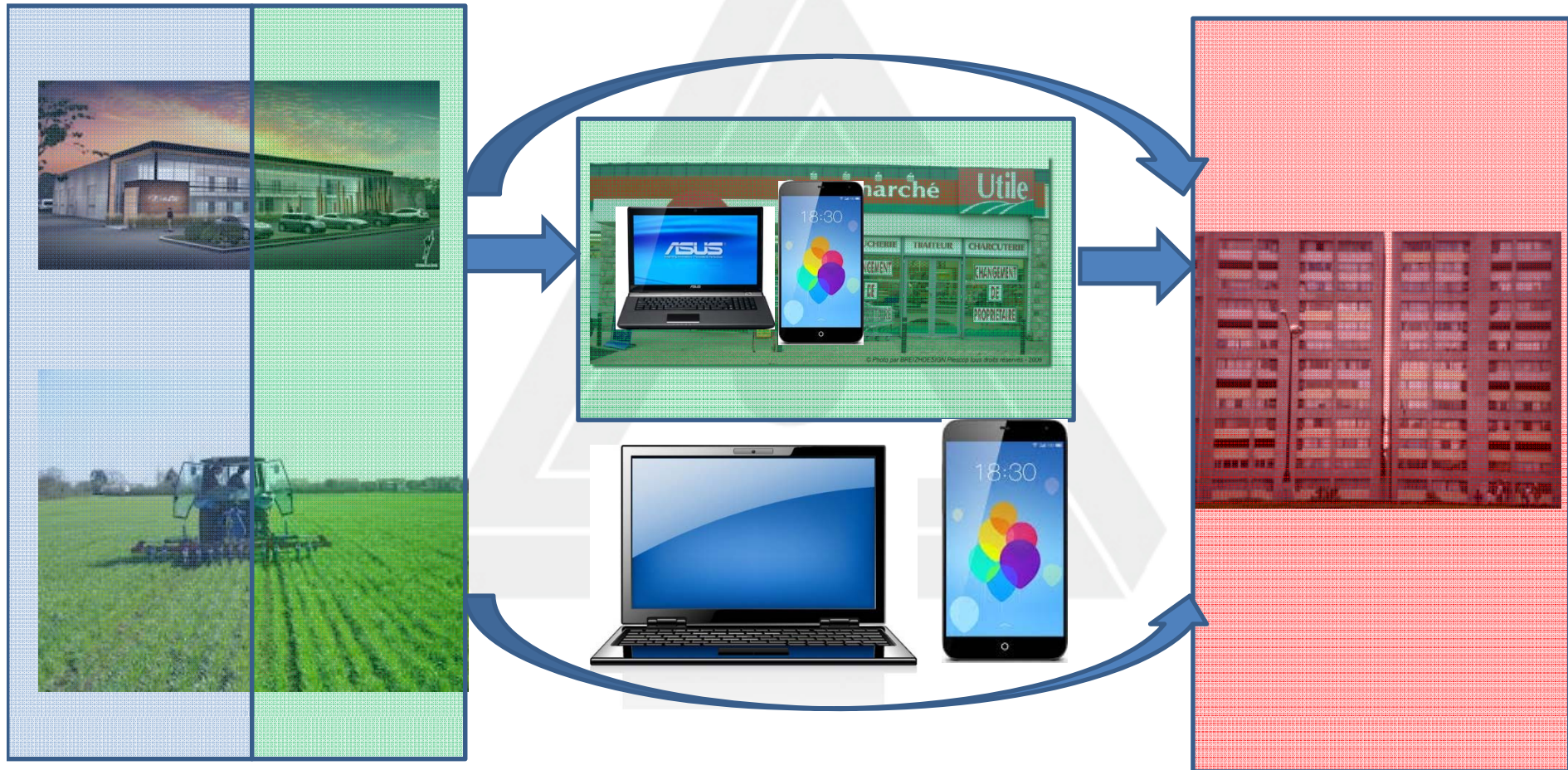
# LE CONSOMMATEUR DISTRIBUTEUR



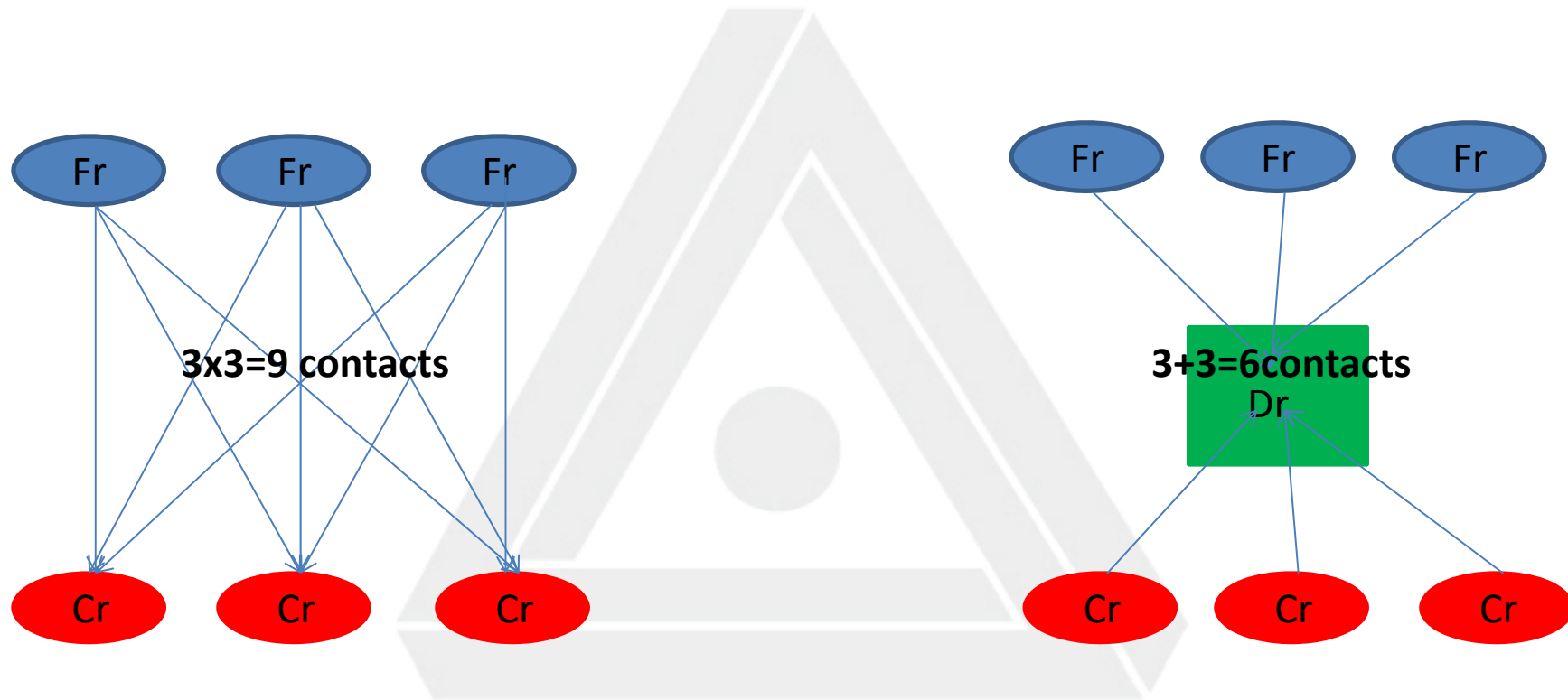
# LE PRODUCTEUR DISTRIBUTEUR



# LE DISTRIBUTEUR de SERVICES

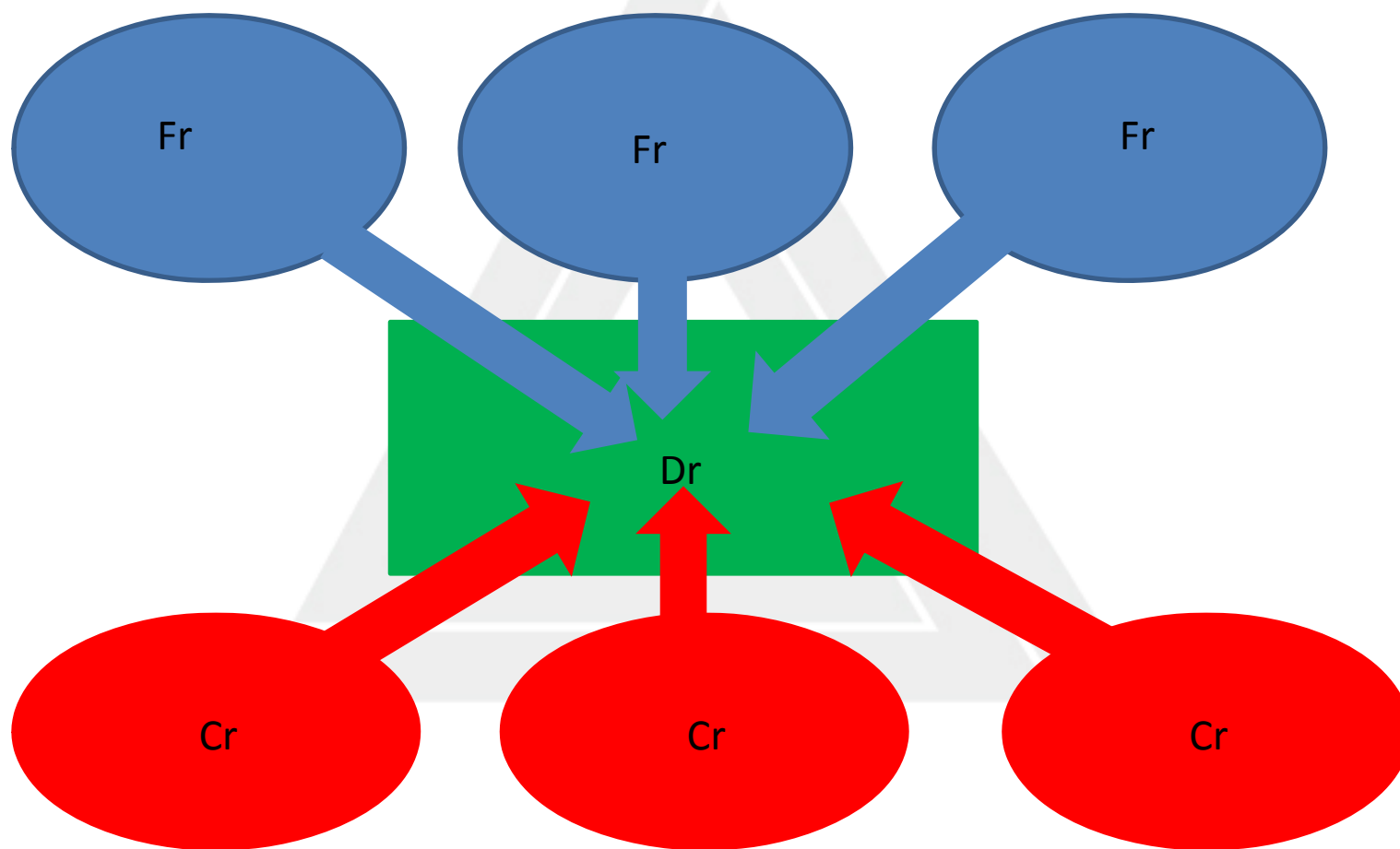


# LA FONCTION ECONOMIQUE

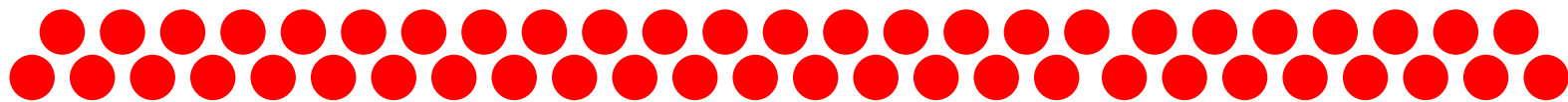
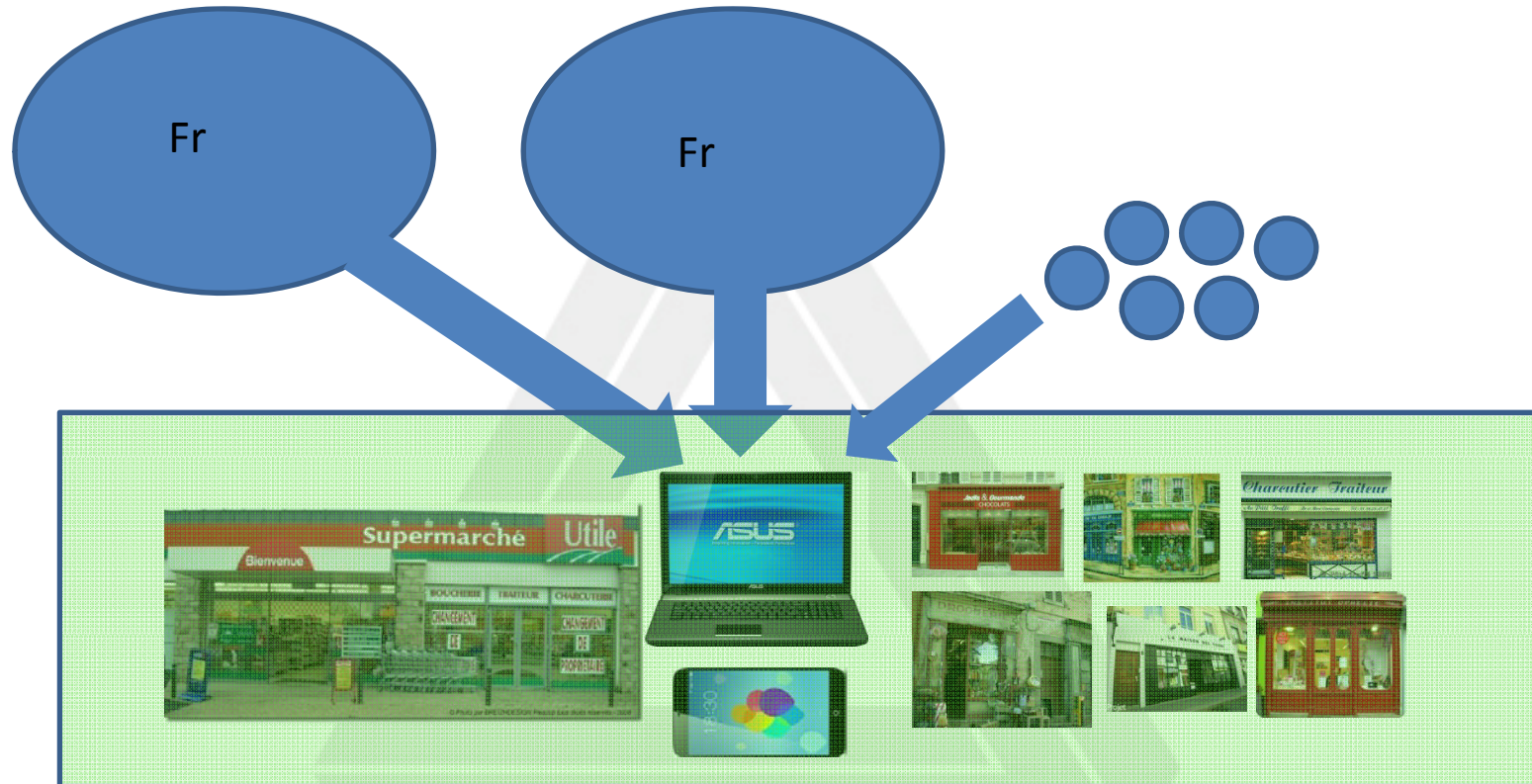




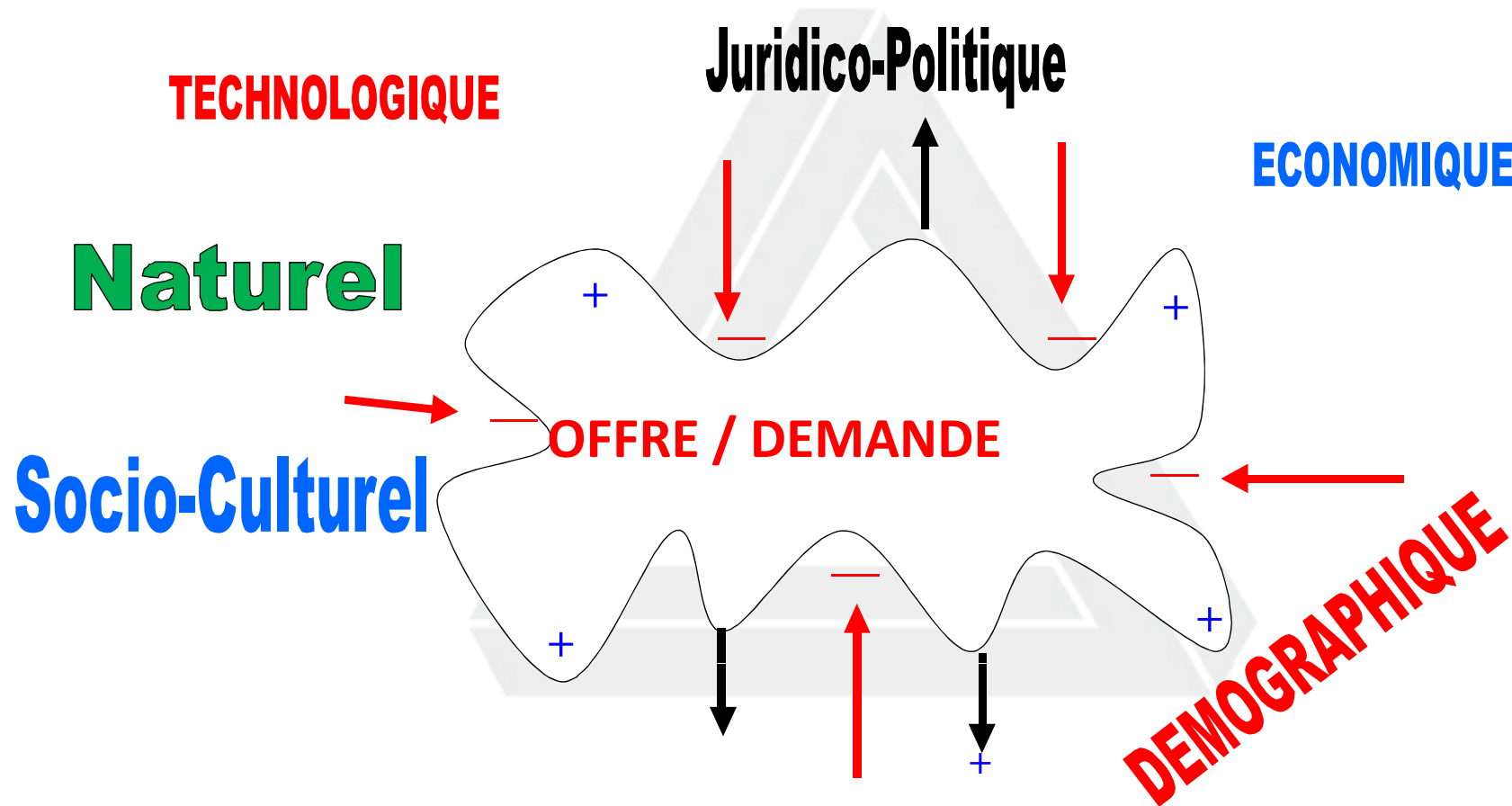
# D'HIER A AUJOURD'HUI



# 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
- Aligement 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

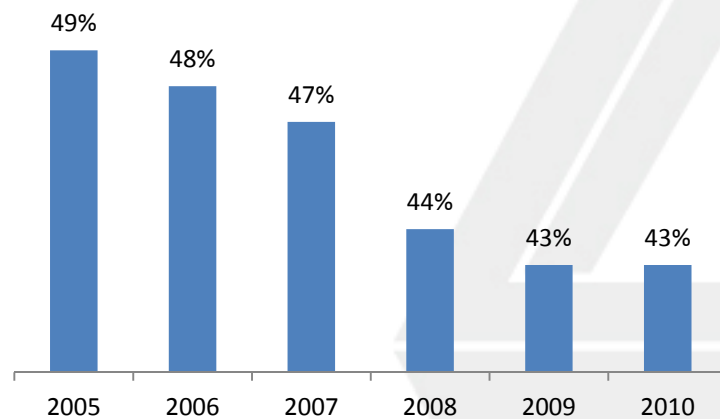
TECHNOLOGIES POINTS DE VENTE

## 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,....

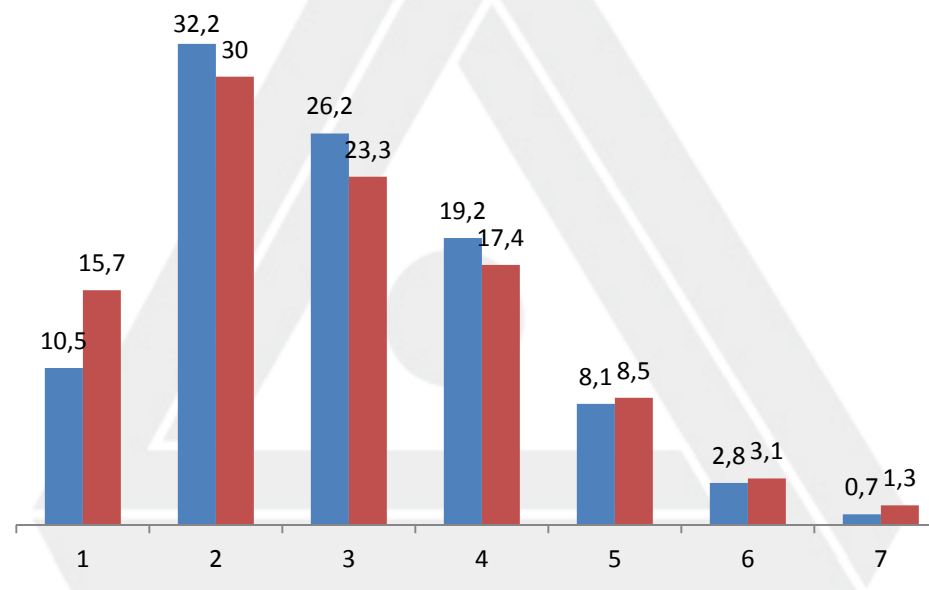
Kantar Worldpanel

**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

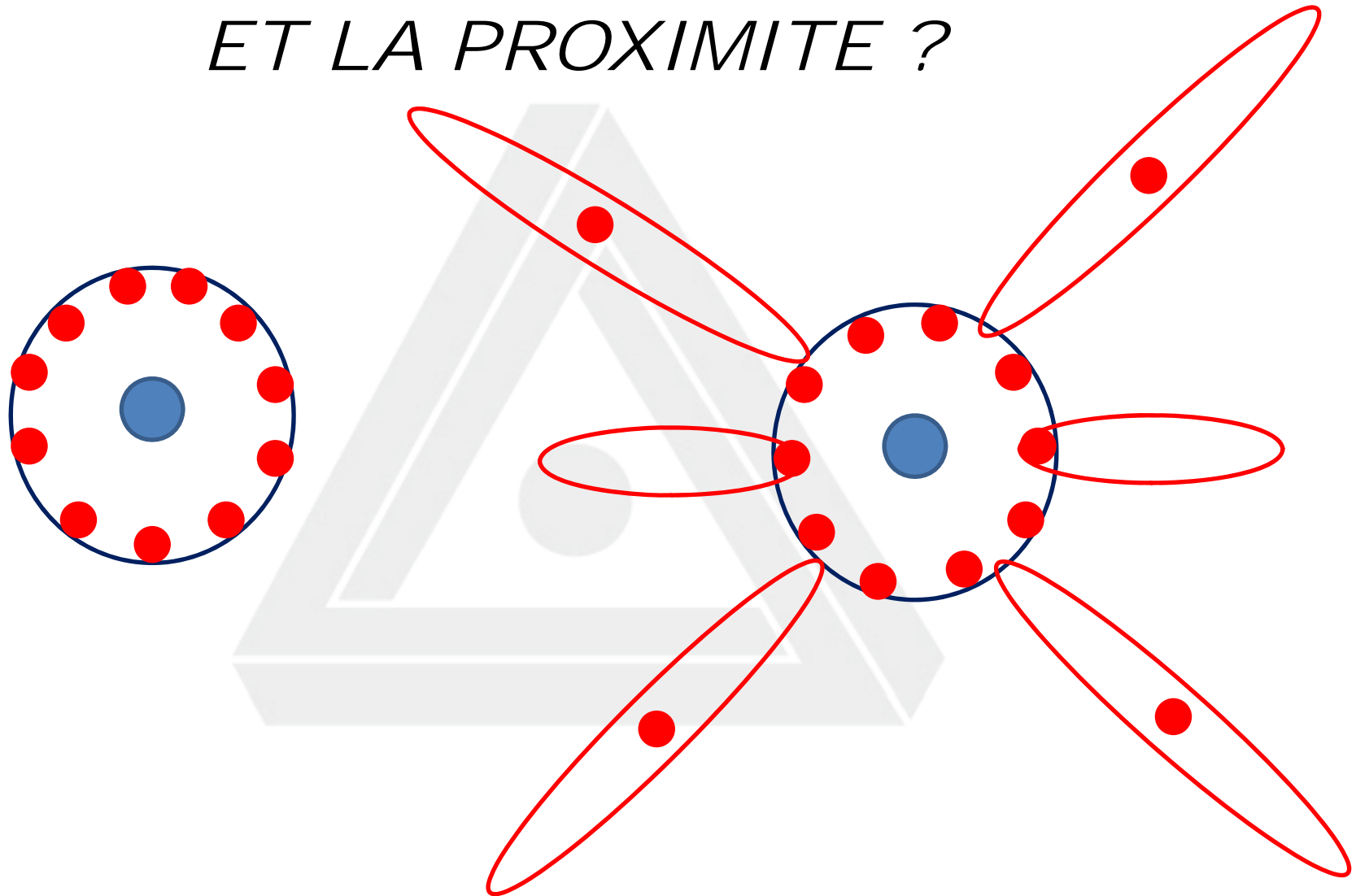
Location / achats d'occasion

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*

