



S'abonner au magazine

Toute l'info Espace Experts & Prestataires Fichiers GFM Trophées Conférences Livres Blancs Formations Emploi Services

MARQUES	RETAIL	ETUDES & TENDANCES	DIGITAL & DATA	MÉDIAS	COMMUNICATION	COMMUNAUTÉ
---------	--------	--------------------	----------------	--------	---------------	------------

Retail Actualités

Comment les commerces de proximité préparent leur revanche sur les pure players

Publié le 17/04/2015 par [Mallory Lalanne](#)

Le commerce de proximité, qui a perdu 15% de chiffre d'affaires entre 2007 et 2014, n'a pas dit son dernier mot. Pour prendre sa revanche, il doit s'appuyer sur le numérique, développer des services en ligne. C'est la thèse de la dernière étude de Precepta.



Imaginez-vous un commerce de proximité à la page du numérique, qui dispose de supports mobiles, créateur de lien social, et bien plus encore... Selon une étude Precepta publiée jeudi 16 avril 2015, **le petit commerce français**, qui a perdu 15% de chiffre d'affaires entre 2007 et 2014, **entame un sursaut**. "Après avoir souffert de la concurrence des grandes surfaces de périphérie, de l'essor des enseignes nationales et internationales au coeur des villes, de la multiplication des formats alimentaires de proximité développés par les GSA et, enfin, du dynamisme du e-commerce et des pure players, il pourrait bien prendre sa revanche", commente Delphine David, auteur de l'étude.

Le commerce indépendant de proximité entre en effet dans l'ère du numérique. De quoi lui permettre de regagner des parts de marché sur le commerce organisé et les pure players. "Car s'il représente 70% du parc de magasins, il ne pèse qu'environ 30% du chiffre d'affaires de l'ensemble du commerce de détail", estiment



- Livres blancs
- Fichiers
- Emploi
- Formations
- Newsletter
- Services

Espace Experts :
Trouver un prestataire

Département : Paris (75)
 Mon événement : Journée d'étude
 Nb de personnes :



Magazine
Avril 2015
[Lire le magazine](#)

INSCRIPTION NEWSLETTER

Emarketing News [Voir un exemp](#)

Votre adresse email [S'inscrire](#)

63

J'aime

18

+1

91

125

Share

6

3

les experts de Precepta.

Plus de services

Le moment est idéal et les conditions réunies pour que la greffe prenne entre le petit commerce et internet. Le consommateur mobile et ultra-connecté plébiscite à nouveau le magasin ainsi qu'un **retour aux valeurs traditionnelles du commerce** (proximité, accueil, service...). Et surtout, il exprime un besoin d'authenticité et de lien social que seul le petit commerce peut satisfaire. "Envisager la **création de plateformes marchandes** ou la vente sur des marketplaces est donc une piste à explorer", analyse l'auteur de l'étude.

Si le web ouvre d'importantes perspectives de développement, le **développement de e-services** offre également de sérieuses opportunités. Ces services à imaginer peuvent être un recours aux nouvelles technologies pour moderniser l'existant, comme par exemple l'intégration d'un **module de prise de rendez-vous en ligne** sur le site d'un salon de coiffure, ou impliquer une refonte complète d'une prestation, comme le pressing connecté pour suivre le service en ligne et le dépôt/retrait du linge en boutique ou des casiers accessibles 24h/24.

Le soutien des villes

Pour saisir toutes ces nouvelles opportunités, les commerçants doivent s'appuyer sur le soutien et les initiatives mises en place par certaines villes. Depuis quelques années, les collectivités, les CCI et les unions locales de commerçants développent des plateformes marchandes locales, généralement associées à des **outils click & collect** ou à des dispositifs de retrait des marchandises placés sur les trajets des clients.

Cette multiplication des solutions de proximité de mise à disposition des colis implique un nombre de **partenariats croissant avec des spécialistes de la livraison en zone urbaine**, des gestionnaires de consignes automatiques ou encore des entreprises de transport. Le commerce de proximité pourrait néanmoins avoir un rôle à jouer dans la mutualisation des flux de marchandises. Transformer le commerce de proximité en entrepôt déporté pour les e-commerçants commence à être envisager comme une solution de massification des flux. L'avenir des commerces indépendants semble presque tracé.

Mot clés : **Commerces de proximité | Xerfi-precepta**



Mallory Lalanne
Chef de service

[Tous ses articles](#)

A lire aussi



[Tribune] L'indispensable adaptation des programmes de fidélité

Retailoscope : centre commercial Vill'Up



Recommandé pour vous

Infographie L'inbound marketing au coeur des stratégies des marques

Concours créatif pour les 125 ans du couteau Opinel

Quand l'Imprimé Publicitaire devient sensoriel !

[Printemps des études] L'homme androïde, fantôme ou réalité?

LES PLUS LUS

LES PLUS PARTAGÉS

- 1 Législation : le "marketing" bientôt hors la loi
- 2 LES MARQUES DE LUXE BRISENT LA GLACE
- 3 Les programmes de fidélité n'ont pas (encore) passé le cap du digital
- 4 Comment Picard a doublé son nombre d'abonnés Twitter pour la Saint Valentin
- 5 [Tribune] Marketing prédictif : quand le "Big Data" anticipe les (ré)actions des consommateurs

Formations

PARIS du 21/05/2015 au 22/05/2015

Les études au service de la stratégie marketing

Organisée par ISM - Institut Supérieur du Marketing

PARIS du 21/05/2015 au 22/05/2015

Brand content : découvrir le marketing de l'influence

Organisée par ISM - Institut Supérieur du Marketing

PARIS du 21/05/2015 au 22/05/2015

Faites parler ses chiffres à l'oral

Organisée par ISM - Institut Supérieur du Marketing

[Consulter toutes les formations](#)

Accès Premium

Découvrez les articles Premium au contenu exclusif



[Panorama] La location de fichiers: l'outil de base du marketing direct en multicanal



La Tribune : le phoenix renaît de ses cendres.



Les 10 idées marketing à ne pas rater cette semaine (06-10 avril)

TRIBUNES



Pierre Naggar
Directeur général EMEA de Turn

Le Big Data : une réalité pour assurer le succès des campagnes marketing