

LIVRE BLANC

Commerce : le grand bouleversement à l'épreuve du Covid-19

Pratiques de commercialisation, modes de consommation, comportements d'achats, mobilités des consommateurs et des marchandises, technologies innovantes, politiques publiques d'aménagement du territoire... autant d'éléments qui recomposent les réalités du commerce, secteur d'activité en profonde mutation et perpétuel mouvement.

Janvier 2020 : en partageant une nouvelle édition du « Livre Blanc du Commerce, le grand bouleversement », la CCI interroge la question du commerce du futur pour accompagner non seulement les commerçants mais aussi les acteurs publics. Les enjeux et les orientations stratégiques d'avenir sont revisités pour accompagner les évolutions et la transformation du commerce de détail.

Mars 2020 : la pandémie du Covid-19 engendre la décision de fermer de nombreux commerces en une seule journée, faisant disparaître, le temps du confinement, le commerce physique non alimentaire des formats de distribution. Magasins fermés, approvisionnements adaptés, livraisons restreintes... Une crise sanitaire qui engendre une crise économique et commerciale inédite.

14 réflexions accélérées par l'actualité

Le Livre Blanc de la CCI partage 14 réflexions autour des politiques publiques, des enjeux liés à l'écologie, au commerce en milieu rural, aux horaires et modes de vie, à l'ouverture du dimanche, au regroupement et au réseau, au numérique, à l'utilisation croissante des données clients, à l'expérience client et aux dernières tendances de consommation et de distribution. Ces 14 réflexions sont plus que jamais d'actualité : les scénarii se confirment. Ils sont même exacerbés par 8 semaines de confinement. La modification à marche forcée des comportements d'achat accélère plusieurs tendances de fond.

Proximité alimentaire, local, bio

L'alimentaire a massivement basculé vers le digital grâce aux canaux du drive et de la livraison à domicile. Les acteurs déjà engagés sur le e-commerce résistent mieux que les autres en termes d'érosion de chiffre d'affaires. Les supermarchés et commerces de proximité sont largement plébiscités. Les circuits courts fleurissent à l'aide d'initiatives locales à l'image de « Adopte ton maraîcher » à Angers, le drive « Produits en Anjou » ou la



plateforme « Mangeons Loc'ALS ». Quant aux hypermarchés, l'érosion de la fréquentation se poursuit rendant la transformation de ces m² inévitables. Les produits bio et locaux sont « gagnants » : ils voient leurs ventes grimper en flèche en profitant de leur ancrage territorial et des commerces de proximité.

Commerce et numérique : le cercle vertueux

Le contexte « Covid » démontre une fois de plus que le développement du numérique n'est plus une option du commerce : il est une dimension complète et transversale de l'activité. La complémentarité et l'unification des parcours clients apparaissent comme un enjeu décuplé par rapport à l'avant crise. Le numérique a marqué la relation client pendant le confinement : fort à parier que les consommateurs s'attendent à ce que les marques utilisent cette relation pour affiner le parcours client et proposer des offres et produits personnalisés.

Mais si le numérique peut limiter les conséquences économiques de cette pandémie, encore faut-il que les commerçants soient suffisamment avancés dans la mise en place d'outils digitaux pour en profiter. Pour soutenir le commerce de centre-ville et combler le manque d'équipement numérique, la startup Wishibam a créé en 10 jours une plateforme commerciale en ligne, en association avec la Ville, les Vitrites

d'Angers et la CCI. La marketplace « Angersshopping.com » propose en ligne plus de 10 000 produits vendus, livrés sous 72h, auprès de 110 commerçants.

Numérique rime aussi avec visibilité : la CCI, en partenariat avec les Jeunes Chambres Economiques du département, met à disposition des commerçants et restaurateurs une carte interactive. Elle permet d'assurer une visibilité aux commerçants ouverts et/ou proposant un service de drive et de livraison. En parallèle, des webinaires sont organisés par la CCI auprès de 485 participants à destination des commerçants pour mieux vendre sur Internet.

La CCI soutient plus que jamais les commerçants

Depuis le début de la crise sanitaire, la CCI apporte au quotidien écoute, conseils et solutions immédiates aux commerçants via la cellule Allo PME. Dernière action en date : la mise en place d'une campagne de communication destinée à stimuler

les achats dans le commerce de proximité. Toutes les initiatives à l'œuvre depuis ces dernières semaines sont autant de réponses au choc subi, au nouveau bouleversement qui donne un coup d'accélérateur majeur à la révolution des points de vente et des modes de consommation. Retrouvez-les dans le Livre Blanc du Commerce. ●

Annabelle Michel

Livre Blanc du commerce
www.maineetloire.cci.fr/economie-et-territoire/consultez-nos-etudes-economiques/commerce/commerce-le-grand-bouleversement



Contact CCI :

Annabelle Michel - 02 41 20 49 19
annabelle.michel@maineetloire.cci.fr