



COMMERCE DE PROXIMITÉ VS GRANDE SURFACE

Rédacteur : Camille Pandolfi

Le commerce de proximité, en pleine évolution, fait de grandes incursions dans les domaines jusque-là réservés aux grandes surfaces

La livraison n'est pas une nuisance c'est un service vital.



LES CHIFFRES SONT ÉLOQUENTS

Le panéliste Kantar déclare que les hypermarchés ont perdu 0,4 points de parts de marché en un an. Ils sont passés à 41% sur les produits de grande consommation contre 50% voici quelques années.

En fait, confinement oblige, les déplacements des Français ont été un bon moment réduit à 1 km autour de chez eux. Ainsi, la fréquentation des commerces dits de proximité a augmenté. Cette opportunité leur a permis de fidéliser une nouvelle clientèle à laquelle ils offrent des services nouveaux. De très nombreux commerces de quartier proposent aujourd'hui des services en lignes et les clients sont de plus en plus nombreux à recourir à la livraison à domicile, un service qui permet un confort auquel ils sont très sensibles, cependant 79% des français continuent à privilégier les achats en magasin pour l'alimentaire.

UN COMMERÇANT TÉMOIGNE

Dans « l'alimentaire spécialisé », M. Damiani ⁽¹⁾ – caviste à Marseille – déclare que durant la période de confinement ses ventes ont augmenté de 20%. Avant, il organisait des séances de dégustation en soirée, primordiales dans son secteur, il s'est adapté pour ne pas les abandonner : aujourd'hui, la dégustation « individuelle » se déroule tout au long de la journée. Notre caviste ne travaille pas en ligne, la gestion d'un site serait lourde et chronophage pour son commerce. Il s'efforce bien sûr de fidéliser sa nouvelle clientèle. Il est vrai que les grands magasins offrent des stands de vins et de spiritueux très variés,

mais si l'on recherche des vins différents, plus raffinés et moins courants, ainsi que des conseils avisés, on se tourne vers un caviste spécialisé.

M. Damiani a mis en place des livraisons à domicile par vélo-cargo, plus éco-responsables. D'ailleurs, 70% des consommateurs semblent prêts à voir leurs délais de livraison s'allonger pour bénéficier de livraisons plus respectueuses de l'environnement et 20% à les payer un peu plus cher. Dans ce secteur, « *Le Maillon Vert* », coursier à vélo et vélo-cargo a vu son CA augmenter de 12%. Ses nouveaux clients, pharmacies, imprimeries vertes, architectes, etc. sont soucieux de travailler avec une entreprise à fort engagement sociétal (RSE).

ENFIN DES RAPPORTS HUMAINS

Le philosophe Benoit HEILBRUNN rappelait à ce titre que « *l'échange marchand n'est pas que pécuniaire, il est porteur de vivre-ensemble. Le commerce de proximité permet de créer des petits liens essentiels à la vie sociale et joue à ce titre un rôle majeur dans nos vies personnelles.* »

Organiser commerce physique et digitalisé tel est l'enjeu de la troisième révolution du secteur marchand et nous en sommes les protagonistes. Nous redistribuons les cartes. Qui sera le mieux servi : petit commerce ou hypermarché ?

⁽¹⁾ M. Vincent Damiani – CAVES DAMIANI – 86 Bd Mireille Lauze – 13010 Marseille