

Futurs du commerce et commerces du futur

Ces nouvelles tendances qui bousculent !

En 2022, l'Alsace du Nord comptait près de 2 000 commerces et services, dont 1 840 de moins de 300 m². C'est dire que le commerce de proximité constitue le cœur battant du dynamisme économique local, sans cependant oublier l'enjeu pour lui de se réinventer afin de répondre aux envies des clients devenus ultra-exigeants et ultra-connectés.

Des seniors à la génération Z, le commerce doit être continuellement à l'écoute des besoins et des attentes des consommateurs pour s'adapter aux nouvelles tendances qui s'affirment : commerce en ligne, produits personnalisés et fabriqués localement, seconde main, location, circuits-courts, expérience d'achat unique et immersive...

Tour d'horizon de ces tendances de consommation qui façonnent le commerce nouvelle génération !



“ *Le commerce de proximité est le dispositif qui permet de recréer ces petits liens essentiels à la vie sociale.* ”

Benoît Heilbrunn,
philosophe et professeur à l'ESCP



81%

des plus de 65 ans se connectent à Internet chaque mois, +10 points en 5 ans ¹

Les seniors sont des cyberacheteurs en puissance !

Selon toute vraisemblance, le cyberacheteur de 50 ans le restera à ses 70 et 80 ans et plus.

Autant dire qu'il s'agit d'une clientèle qui a largement autant d'avenir sur le net que celle de la ménagère de moins de 50 ans ou la sacro-sainte cible des 18-25 ans.

Comment les concept-stores révolutionnent les centres-villes ?

Le concept-store, avec ses produits sélectionnés et son décor soigné, offre une expérience d'achat unique qui attire et fidélise les clients. Son succès repose sur une réflexion ciblée : choisir la bonne clientèle et les bons produits, sans tomber dans le piège du fourre-tout.



Boutique Le Bouclard à Haguenau

66%

des professionnels du secteur de la vente au détail estiment que l'expérience en magasin doit être réinventée pour satisfaire le consommateur ²



Boutique éphémère L'Alsacerie à Reichshoffen

Les boutiques éphémères, un outil pour doper les centres-villes !

Le concept de « pépinière de commerces » a séduit Reichshoffen avec la création de boutiques éphémères.

Un bar à thé (oct. 2022 – nov. 2023) :

Isabelle Weureither a ensuite pérennisé son activité dans une nouvelle boutique.

Heaven's Croquette (juil. 2023 – juin 2024) : depuis le magasin s'est installé définitivement dans le centre-ville.

Un Autre Reg'Art (depuis déc. 2023) et **L'Alsacerie** (depuis avril 2024) occupent deux boutiques éphémères avant d'envisager une installation permanente.

Nouvelles tendances de consommation

Des opportunités pour les commerces de proximité ?

Donner du sens à ses achats

Bien plus qu'un effet de mode, la transition écologique et la responsabilité sociétale s'inscrivent dans notre mode de consommation. L'acheteur privilégie les marques au discours éthique qui limitent leurs incidences sur l'homme et son environnement.

Parallèlement, face au contexte inflationniste, les ménages ont été contraints de revoir leurs priorités. Pour exemple, une enquête d'OpinionWay pour CCI France en octobre 2023 met en lumière l'attachement des Français aux produits Made in France. Mais, **80%** des sondés déclarent aussi avoir réduit leurs achats de produits fabriqués dans l'Hexagone, **63%** les ont retardés et **64%** les ont même sacrifiés.

Circuits courts et vente directe : consommer plus sain et plus local

La tendance du consommer local a pris un nouvel essor avec la crise sanitaire qui a bousculé nos habitudes de consommation et nos comportements alimentaires. Alors que le e-commerce a explosé, on a également assisté au retour des consommateurs vers les produits locaux et les commerces de proximité. Démarche individuelle ou collective, en vente directe ou indirecte, il existe de nombreux modes de distribution, qui s'adaptent aux nouvelles tendances de consommation et exploitent les innovations.



Distributeur automatique à Rohrwiller implanté par l'entreprise Frisch'Mix

Des distributeurs qui valorisent les circuits courts

Légumes, pain, charcuterie... Neubourg, Rohrwiller ou encore Frœschwiller, les distributeurs automatiques fleurissent en Alsace du Nord. Le concept permet de s'approvisionner en produits locaux dans des lieux où un magasin n'est pas toujours rentable. Des produits frais et locaux disponibles 7 jours sur 7, 24 heures sur 24!

Le réemploi : une tendance qui s'affirme

> Rien ne se perd, tout se revend : le succès de la seconde main

Portée par une jeune génération d'entrepreneurs biberonnés à l'urgence écologique et à l'usage des plateformes, l'offre de seconde main s'élargit jusqu'à gagner presque tous les compartiments de la consommation. Cette nouvelle tendance se reflète dans le classement des sites de e-commerce les plus visités, avec sur la première marche **Vinted**, suivi par **Leboncoin** et **Amazon**.



44,6%

des e-acheteurs ont acheté au moins un produit de seconde main au cours des 12 derniers mois ⁵

Le prêt-à-porter surfe sur le succès de la seconde main.

Dernier exemple en date avec H&M. La marque suédoise a lancé son concept « Pre-loved ». En clair, la possibilité pour les clients d'acheter directement dans ces boutiques-là des vêtements d'occasion, toutes marques confondues.

> Mode, bricolage, ameublement... la location gagne en popularité

En 20 ans, l'économie de la location de matériel s'est considérablement développée et a augmenté de 80% selon l'INSEE. Parmi les nouvelles tendances de consommation en 2022, on constate le développement des sites de location entre particuliers.

> L'économie collaborative : une tendance qui séduit

Dans le même esprit, les Français affirment en 2022 un attrait certain pour l'économie collaborative (ou économie de partage). Ce modèle socio-économique repose sur le partage ou la monétisation des services, des biens ou des connaissances des particuliers (partage de véhicule, échange de logement, cours particuliers, jardinage, bricolage...).

Sources de documentation : (1) Observatoire des Usages Internet de Médiamétrie (2023) • (2) Global Commerce Observatory (2021) • (3) Source gouvernementale (2020) • (4) Crédit Agricole « Mon commerce » Nouvelles tendances de consommation (2023) • (5) FEVAD (Fédération e-commerce et vente à distance) 2023.

60%

des Français attendent plus de transparence de la part des marques en termes d'impact environnemental et sociétal positif ⁴



En 2030, la part du e-commerce dans le commerce de détail pourrait franchir la barre des **20%** ⁵

Commerce connecté, boutique physique : le combo gagnant

Le client, devenu très « digitalisé », abandonne-t-il pour autant les points de vente physiques ? Pas si sûr... Opposer e-commerce et boutiques en ligne serait une erreur. Car si les consommateurs utilisent de plus en plus les nouvelles technologies pour faciliter leurs achats, ils ne négligent pas pour autant les magasins de proximité qui leur apportent d'autres avantages.

Aujourd'hui, doubler un commerce d'une identité numérique devient une nécessité. Pour le commerçant, la recherche de visibilité, mais aussi la possibilité d'y greffer des services associés sont des arguments pour rendre complémentaire le e-commerce et le magasin. Pour exemple, le dépôt d'achats dans des casiers connectés, en dehors des heures d'ouverture ou à proximité d'une gare.



Casiers connectés à Soultz-sous-Forêts

Les habitudes d'achats en ligne persistent depuis la crise Covid

L'impact de la crise sanitaire sur la vie quotidienne des Français a transformé l'expérience d'achats en ligne. En 2023, la croissance du secteur a continué, avec une augmentation de **20%** sur l'année. La part du e-commerce est ainsi estimée à **12,5%** du commerce global en France en 2023.

L'm-commerce, premier moyen de vente

L'm-commerce, à savoir la vente en ligne via les smartphones, devient un poids lourd de la vente en ligne. Les achats mobiles représentent désormais 59% du chiffre d'affaires sur des sites de vente en ligne et cette part monte jusqu'à 84% pour les leaders du secteur. Cette tendance illustre l'enjeu pour les commerçants de se doter d'une application ou d'un site optimisé mobile pour être visible.

9/10
Français

déclarent avoir déjà eu recours au moins une fois à la consommation collaborative ³

Avec le soutien de
La Région
Grand Est

PETR
Alsace
du Nord