

La place du commerce dans les territoires

Vague 2

Salon des Maires
19 novembre 2024



Objectif et Méthodologie

Objectif :

- **Donner un état des lieux du commerce auprès des responsables de territoire** pour la 2^{ème} année consécutive.

Méthodologie :

- Enquête réalisée auprès des commerçants via un **questionnaire en ligne** posté **du 8 octobre au 4 novembre 2024**.
- **Toutes les CCI de France**, ainsi qu'une dizaine de Fédérations adhérentes au **CDCF**, représentant l'ensemble des secteurs du commerce, ont participé à la mise en ligne de ce questionnaire.
- **1 202 questionnaires** ont été finalisés, formant un **échantillon représentatif du commerce** de détail, réparti sur tout le territoire et regroupant, commerçants indépendants, franchisés ou succursalistes.



Sommaire



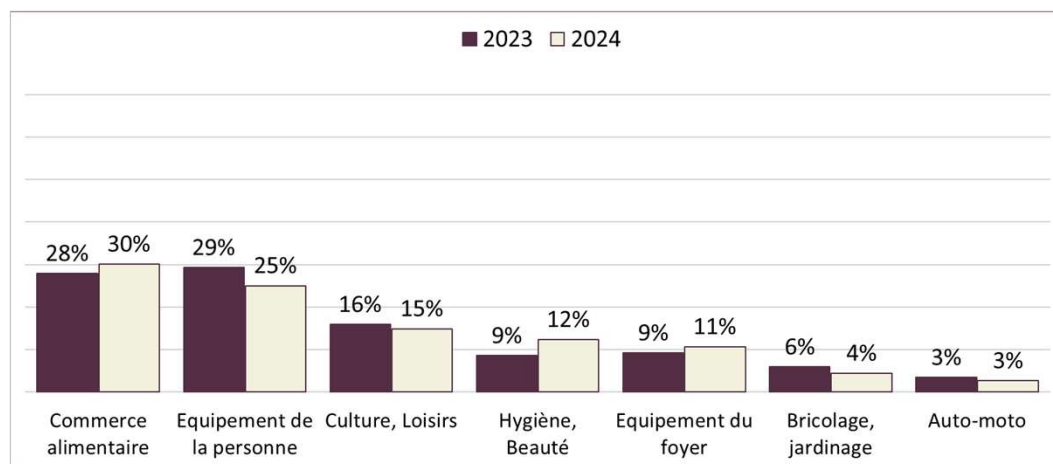
- I. Votre commerce (principales caractéristiques)
- II. Votre commerce et la vie de la commune
- III. L'attractivité commerciale de votre commune
- IV. Votre commerce et la transition écologique
- V. Votre année 2024 et vos perspectives 2025



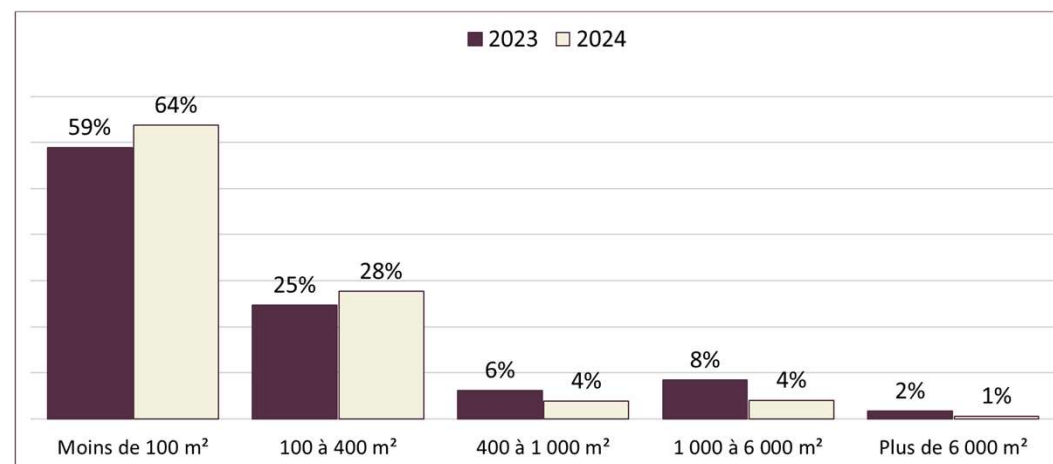
I. Principales caractéristiques des commerces de l'échantillon

- Un échantillon stable par rapport à 2023 et représentatif du petit commerce français.

Activité



Surface

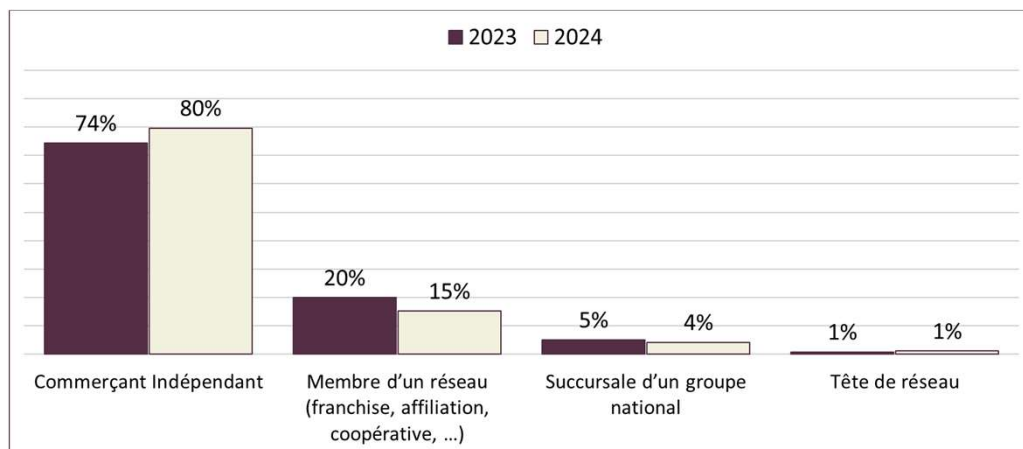


N=1 183

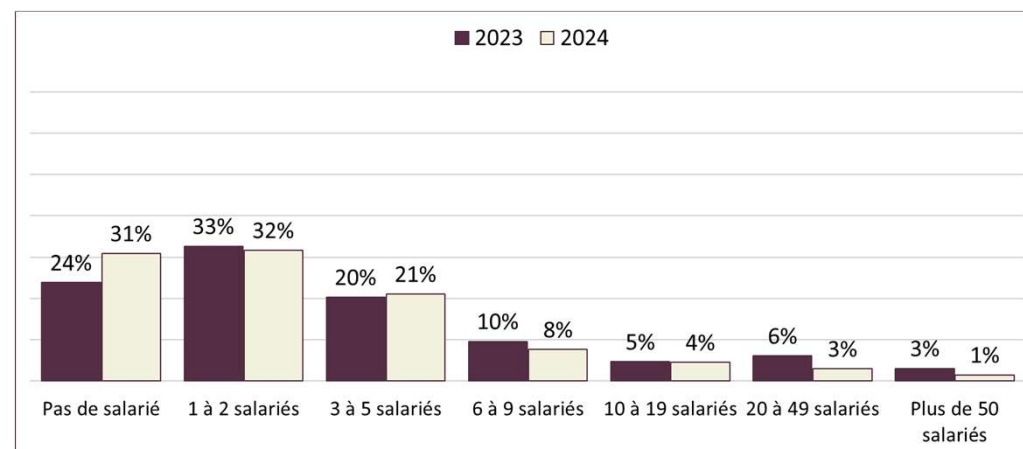
I. Principales caractéristiques des commerces de l'échantillon

- Un échantillon stable par rapport à 2023 et représentatif du petit commerce français.

Type



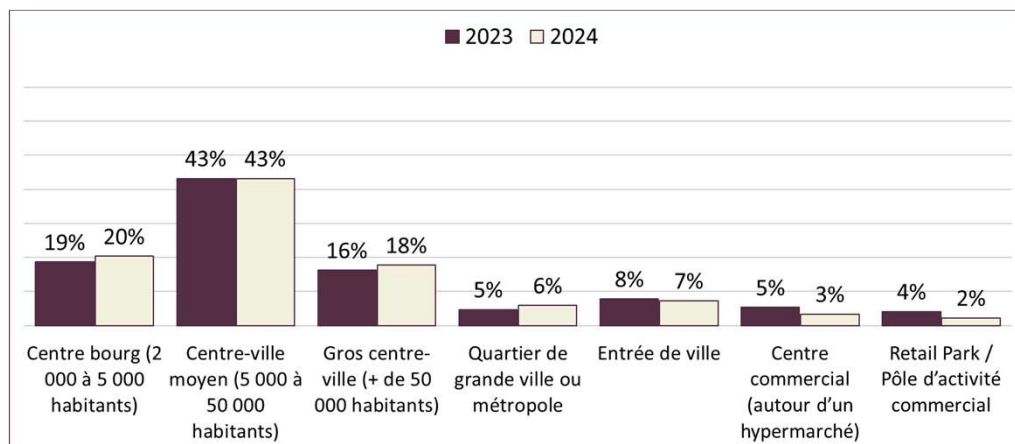
Nombre de Salariés



I. Principales caractéristiques des commerces de l'échantillon

- Un échantillon stable par rapport à 2023 et représentatif du petit commerce français.

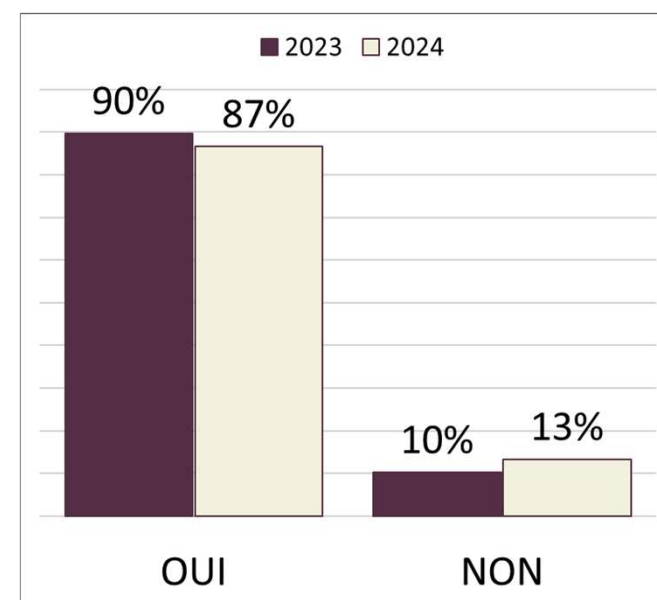
Localisation



N=1 189

Accessibilité

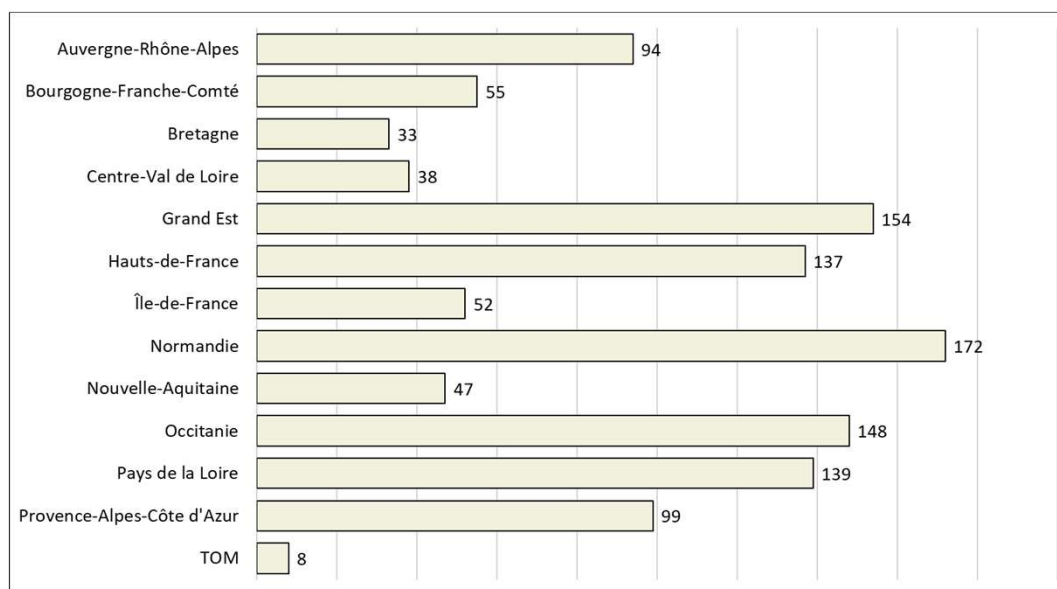
Votre commerce est-il accessible aux personnes en situation de handicap ? (Conformité à la loi)



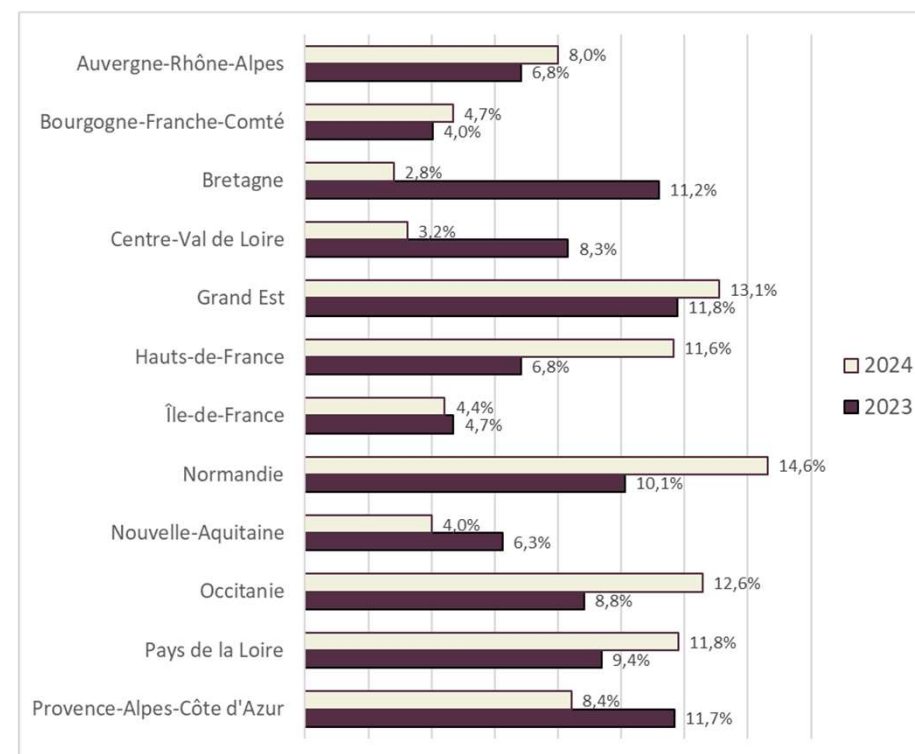
I. Principales caractéristiques des commerces de l'échantillon

- Un échantillon majoritairement provincial, stable par rapport à 2023, couvrant toutes les régions

Nb de questionnaires par région



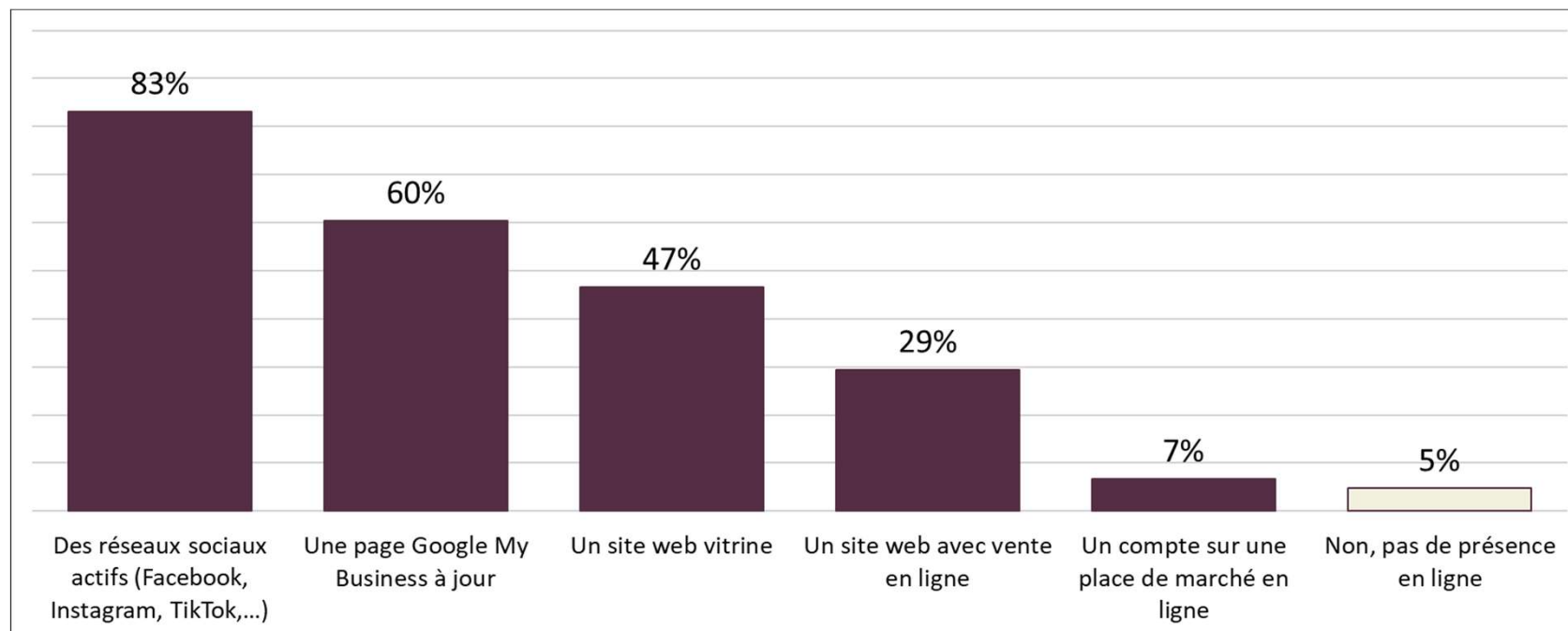
Région



I. Principales caractéristiques des commerces de l'échantillon

- La présence en ligne s'est intensifiée et 30% déclare être présent sur un site web avec vente en ligne.

Votre présence en ligne.

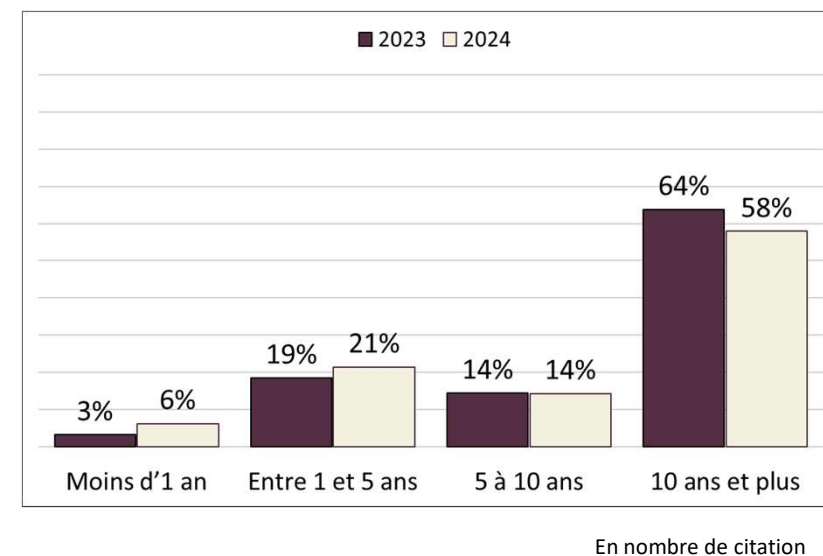
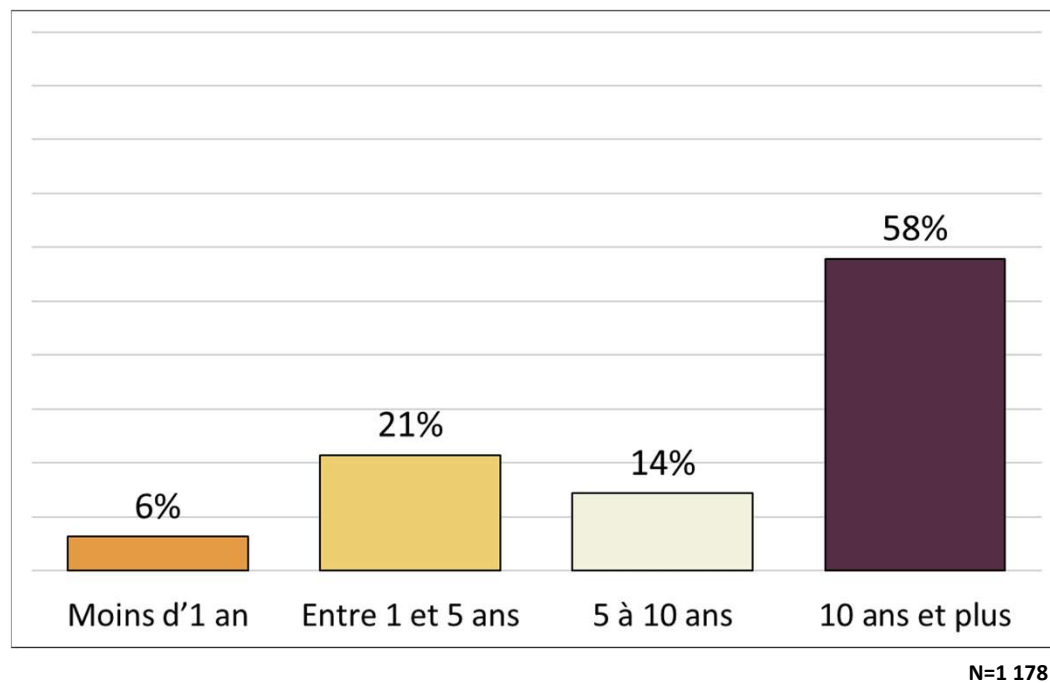


N=1 175

II. Votre commerce et la vie de la commune

- Des commerçants attachés à leur commune, environ 60% sont présents depuis 10 ans et plus.

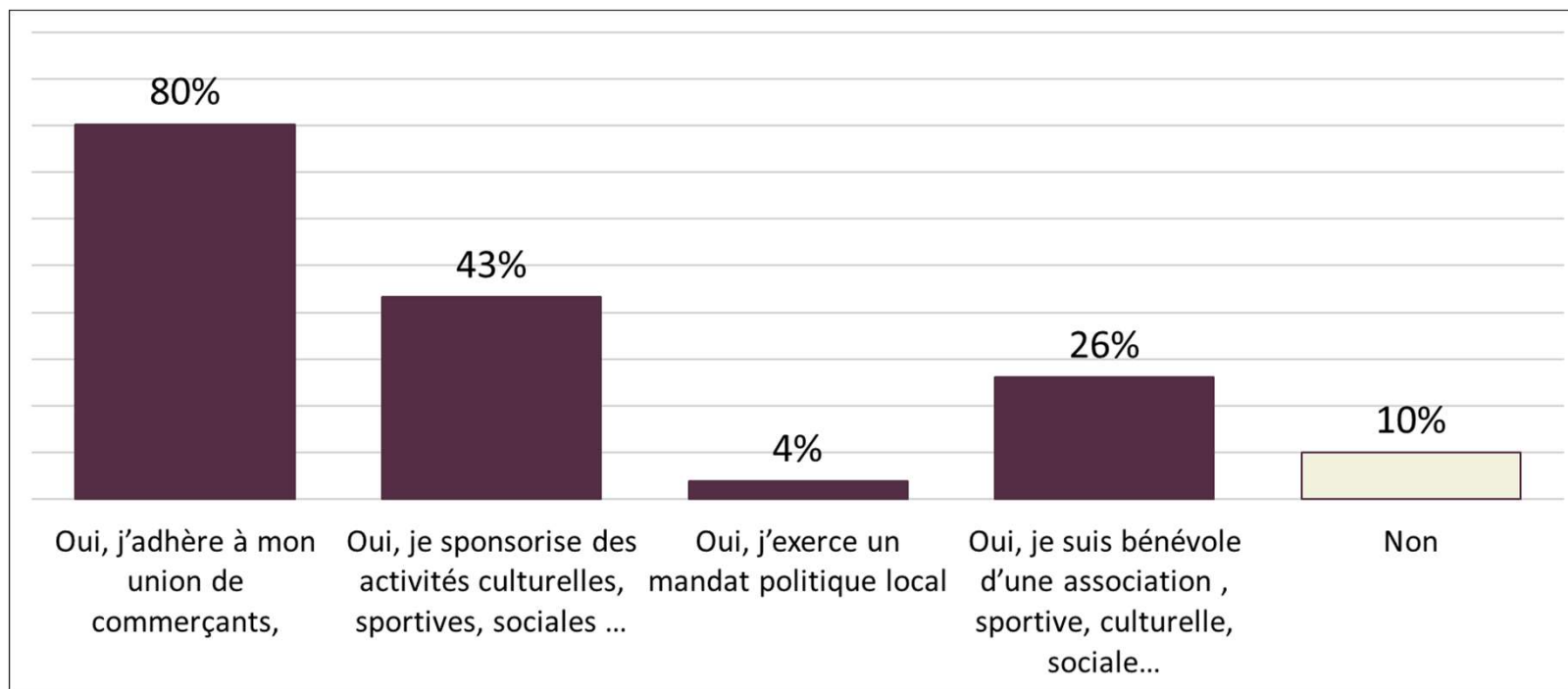
Depuis combien de temps votre commerce est-il installé dans la commune ?



II. Votre commerce et la vie de la commune

- La grande majorité des commerçants se déclarent impliqués dans la vie de la commune (union des commerçants, sponsoring local, bénévolat...)

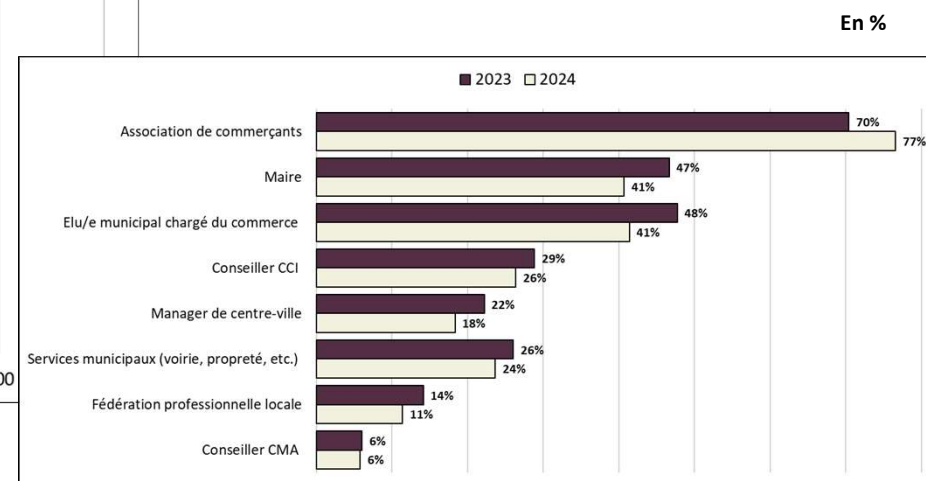
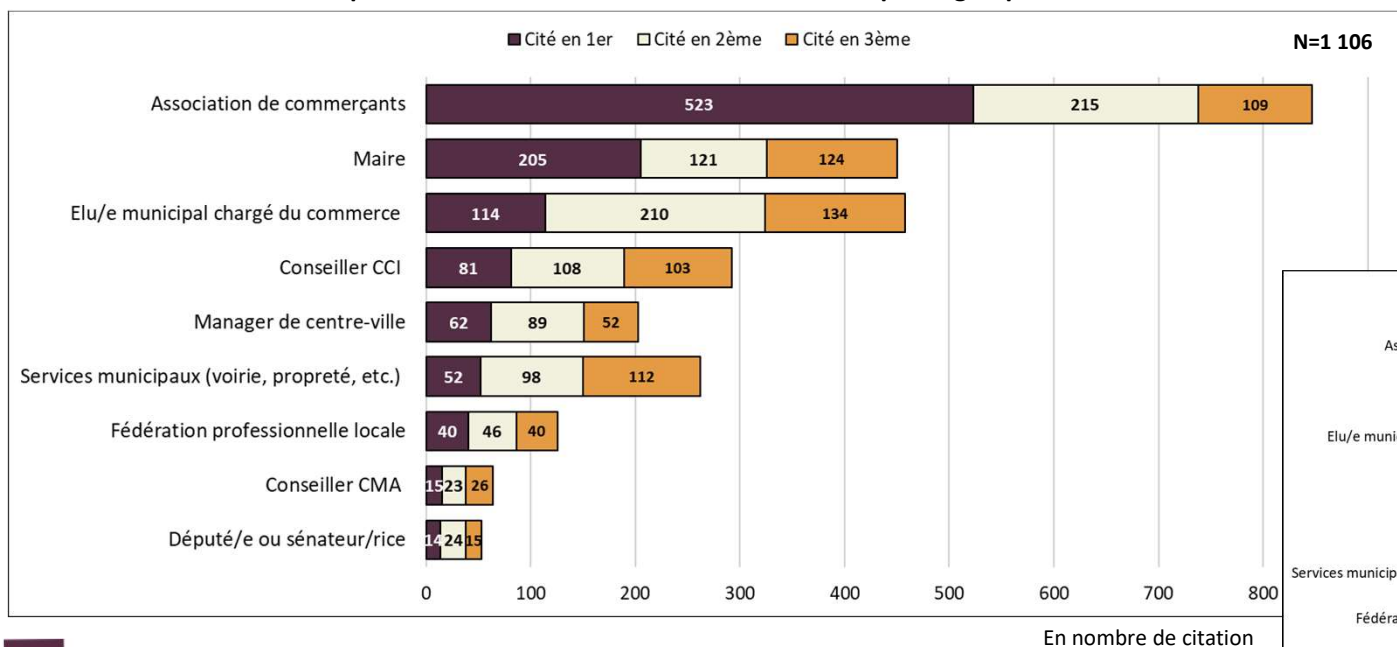
Etes-vous engagé/e dans la vie de votre commune ?



II. Votre commerce et la vie de la commune

- Les associations de commerçants et le maire,(ou élu en charge du commerce), sont les interlocuteurs privilégiés. Le conseiller de la CCI reste le premier intervenant économique.

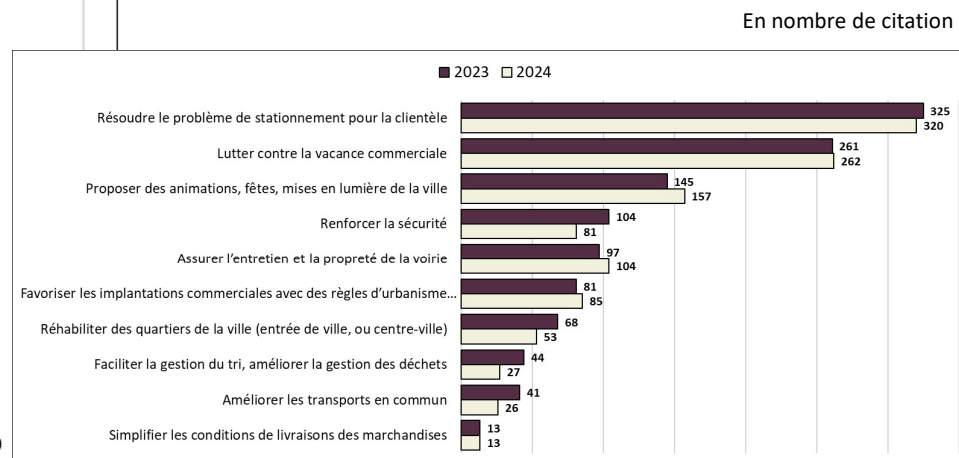
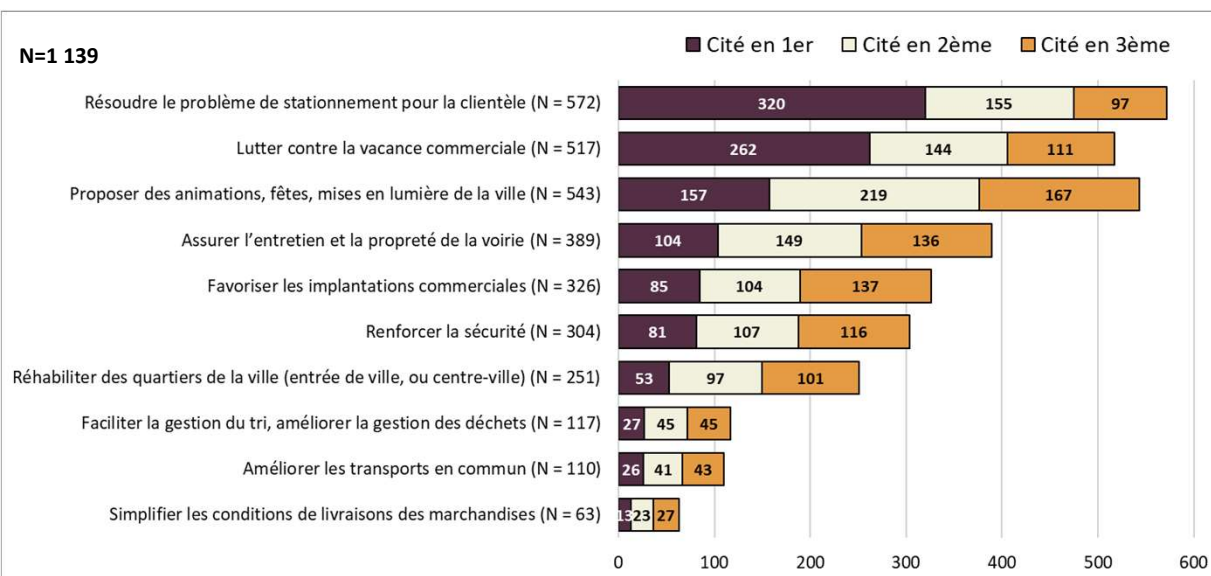
Classez au niveau local, quels sont vos 3 interlocuteurs institutionnels privilégiés pour votre activité :



II. Votre commerce et la vie de la commune

- Des commerçants qui attendent de leurs élus, prioritairement: plus de places de stationnement, une lutte contre la vacance commerciale et plus d'animations. (attentes identiques à 2023).

Classez les 3 actions prioritaires que vous attendez de vos élus locaux pour soutenir l'activité commerciale :

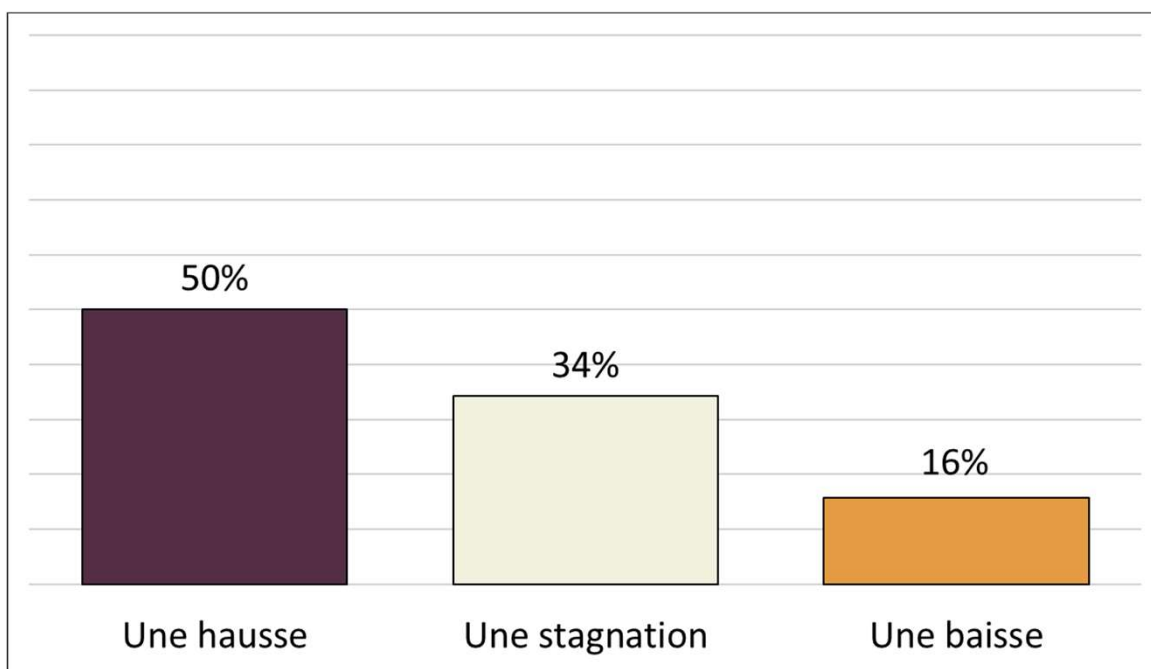


En nombre de citation

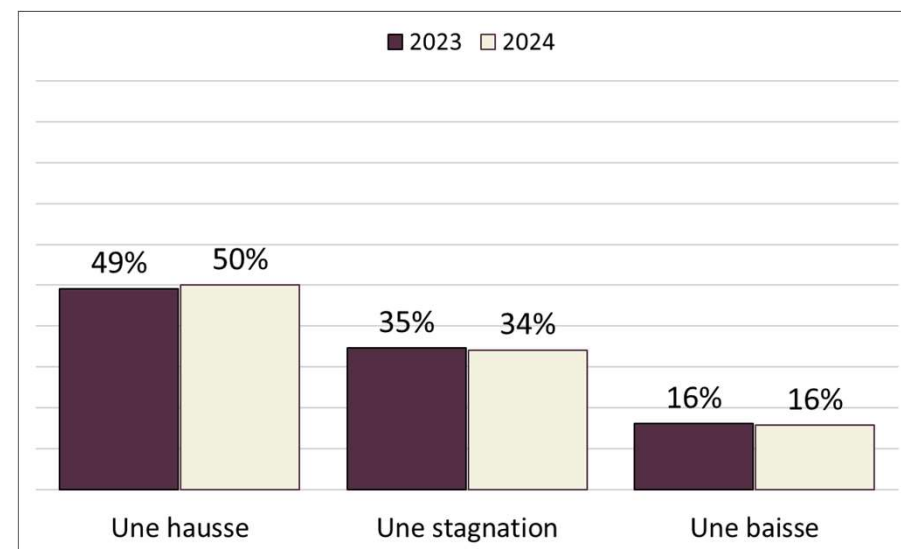
III. L'attractivité commerciale de votre commune

- Pour 50% des commerçants la vacance commerciale poursuit sa hausse.

Concernant le niveau de vacance commerciale dans votre ville, avez-vous observé ces deux dernières années :



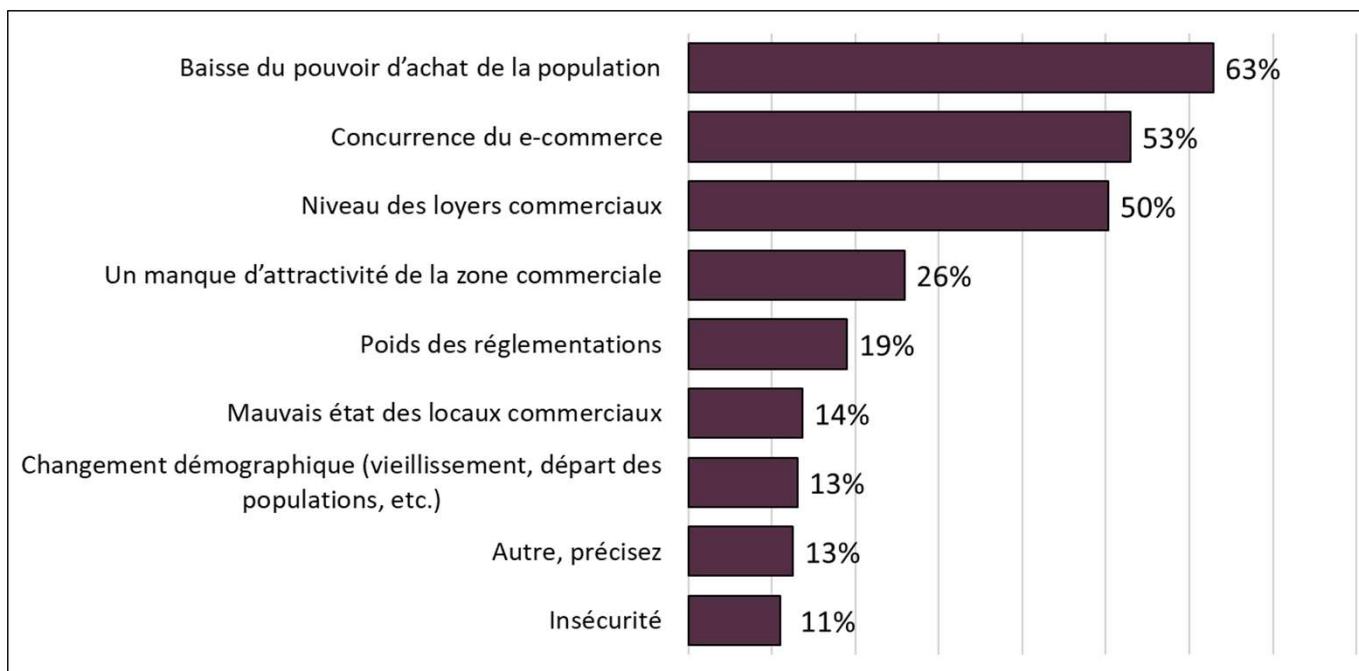
N=1 187



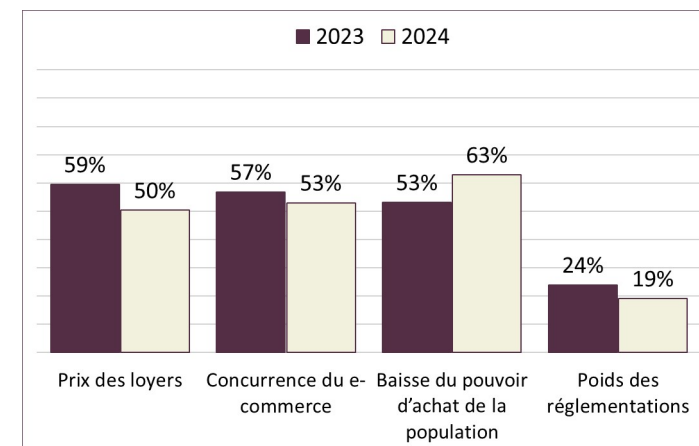
III. L'attractivité commerciale de votre commune

- Comme en 2023, les 3 principales raisons données à la hausse de la vacance commerciale sont : la baisse du pouvoir d'achat, la concurrence du E-commerce et le prix des loyers.

Selon vous, quelles sont les principales causes de la vacance commerciale ?



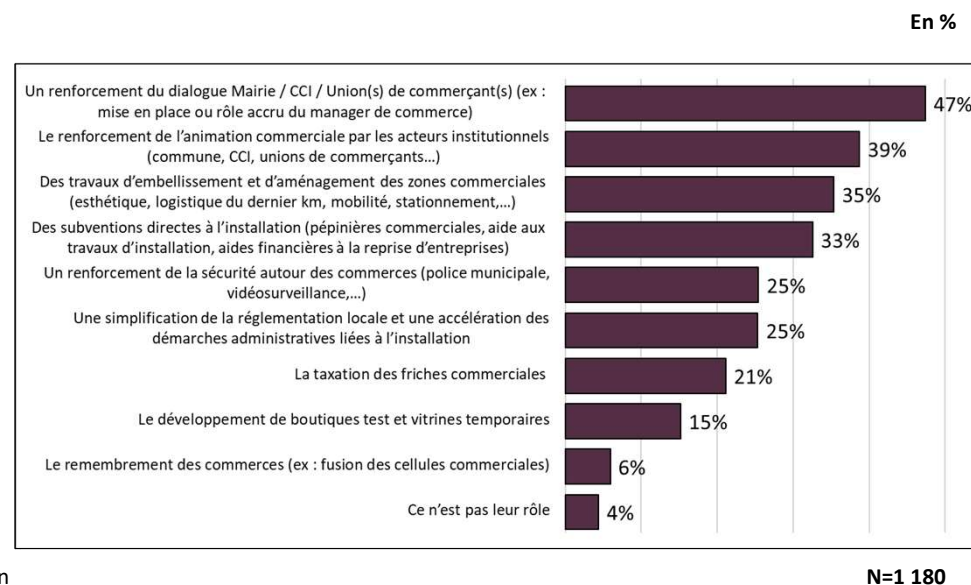
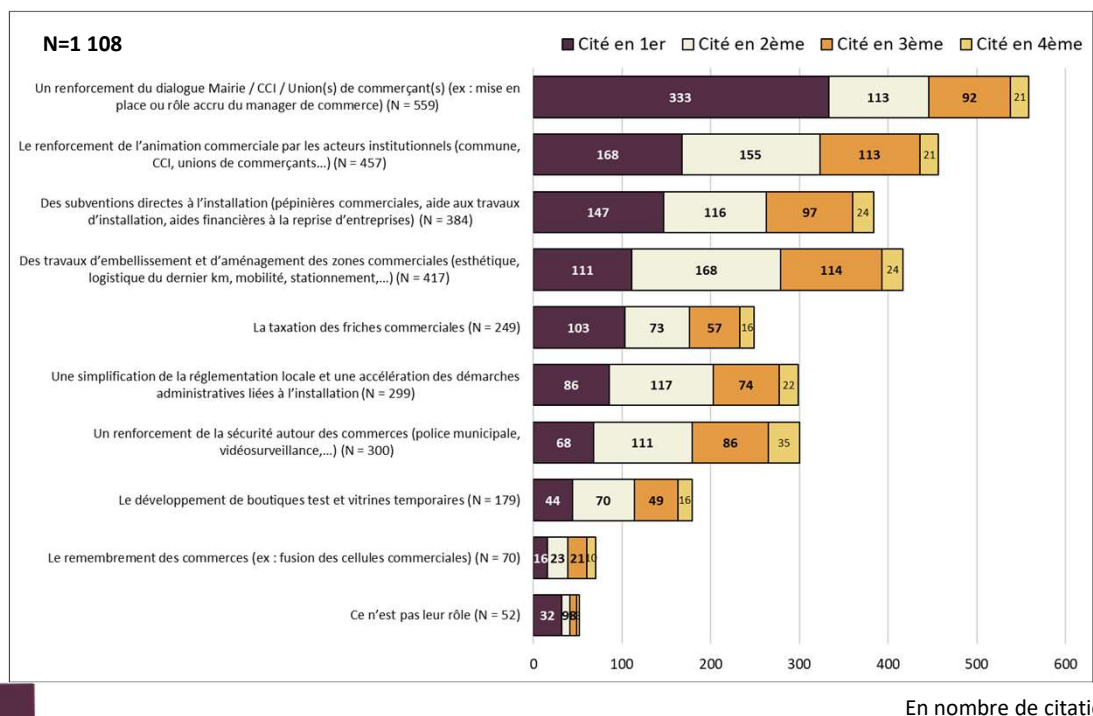
N=1 181



III. L'attractivité commerciale de votre commune

- La première demande pour lutter contre la vacance commerciale est le renforcement du dialogue avec la mairie (rôle du manager de commerce/interlocuteur de proximité) . Viennent ensuite le renforcement de l'animation commerciale et les subventions.

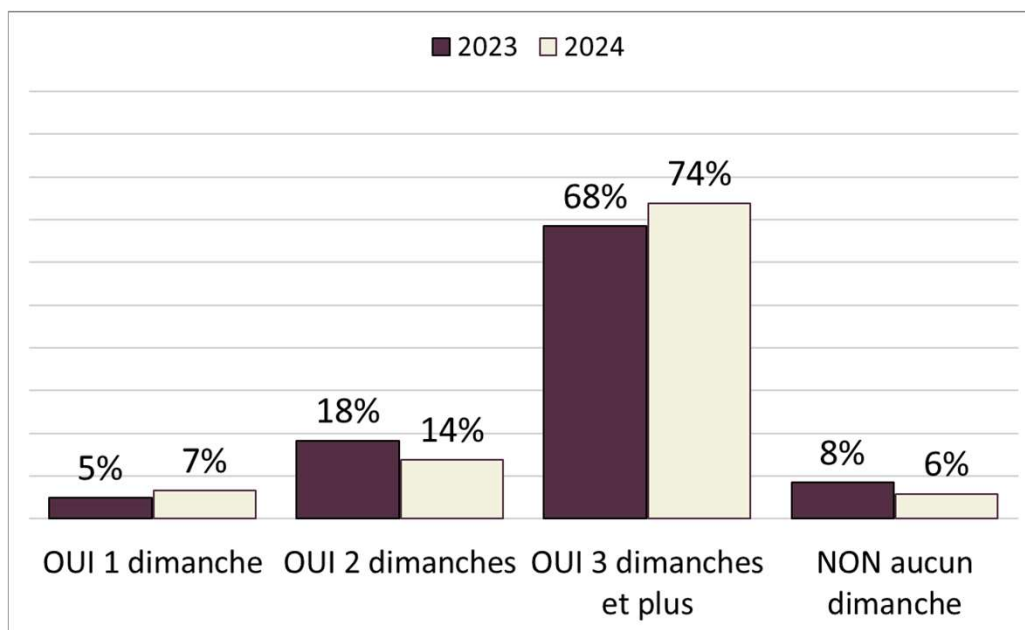
Qu'attendez-vous de votre collectivité et des pouvoirs publics pour lutter contre la vacance commerciale ?



III. L'attractivité commerciale de votre commune

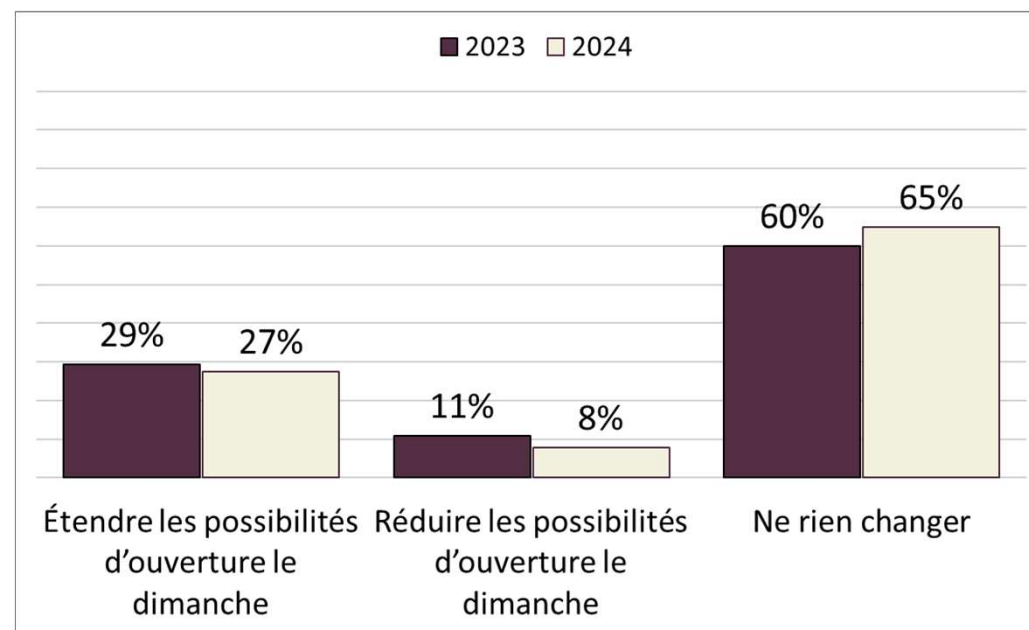
- La demande pour les ouvertures du dimanche en décembre reste forte, mais les communes y répondent favorablement dans l'ensemble, (encore mieux géré qu'en 2023).

Votre commune vous permet-elle d'ouvrir les dimanches précédant les fêtes de fin d'année ? (Dimanches du maire)



N=1 095

Par rapport aux choix de votre commune sur l'ouverture des dimanches, vous seriez favorable à :

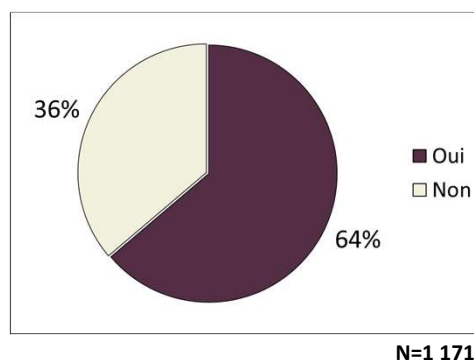


N=1 122

IV. Votre commerce et la transition écologique

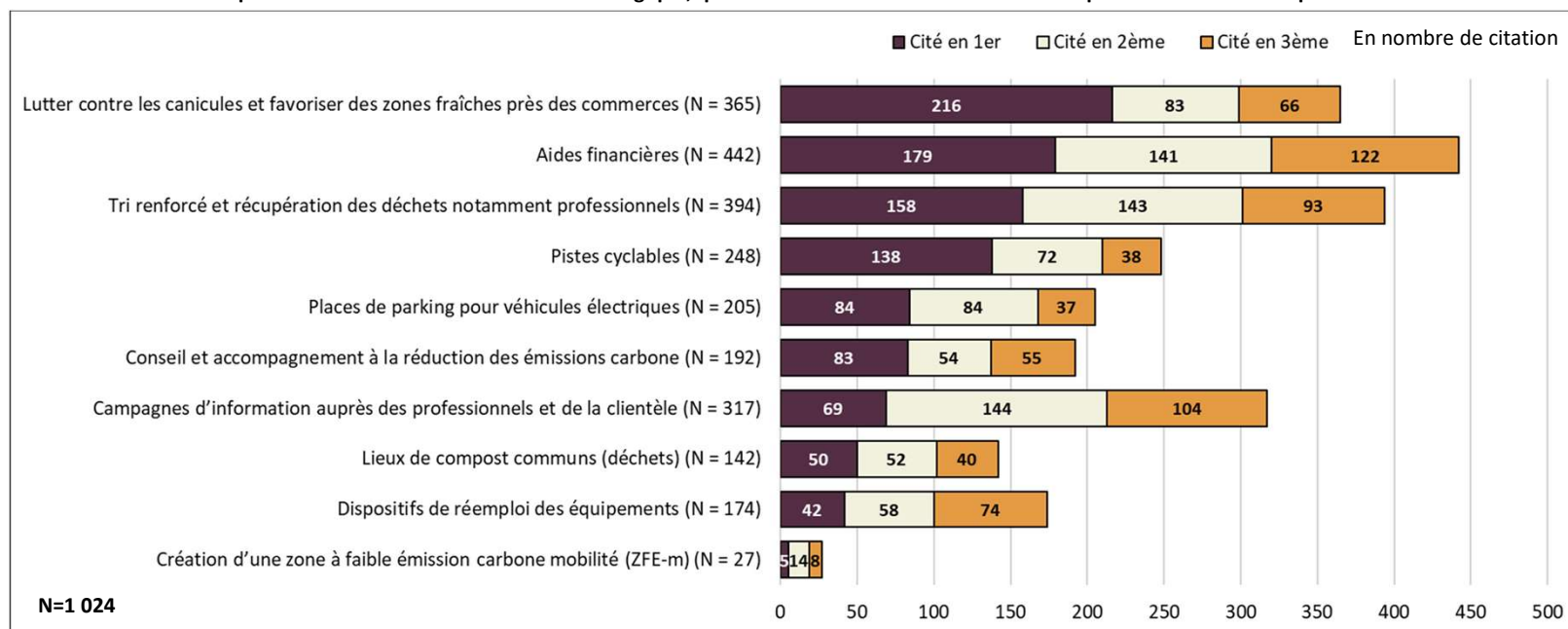
- 2/3 des commerçants ont entamé des démarches en faveur de la transition écologique mais ce chiffre stagne par rapport à 2023.

Depuis 2 ans, avez-vous mis en place des transformations de votre commerce en faveur de la transition écologique (nouveaux équipements, modification de la climatisation, de l'éclairage, véhicule propre, etc.)



- En matière d'environnement, la lutte contre les canicules le tri des déchets et les aides financières sont les actions plébiscitées.

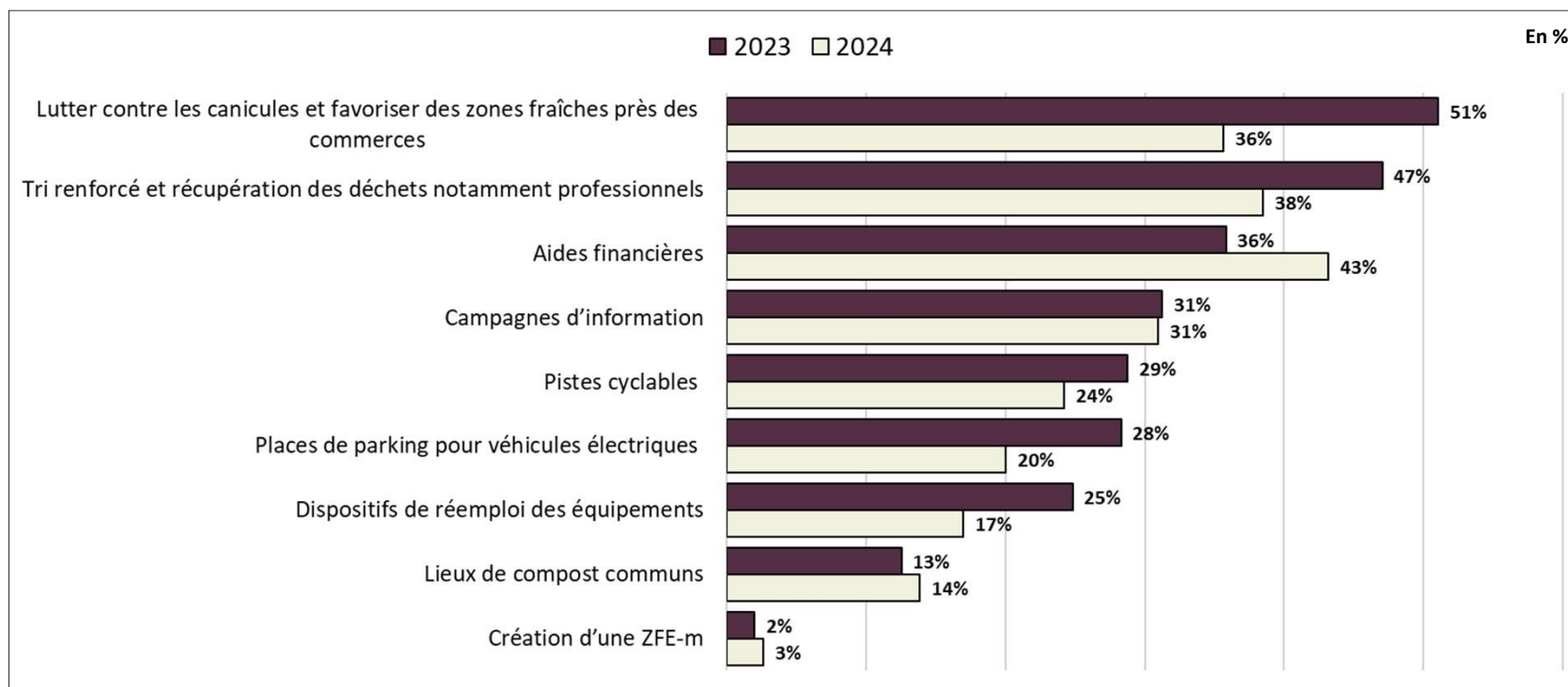
Classez les 3 actions prioritaires en matière de transition écologique, que votre commune devrait favoriser et qui vous semblent compatibles avec votre activité :



IV. Votre commerce et la transition écologique

- Par rapport à 2023 les aides financières deviennent la première préoccupation, devant le tri des déchets. La lutte contre les canicules est seulement 3^{ème} à la suite d'une météo d'été plus morose.

Classez les 3 actions prioritaires en matière de transition écologique, que votre commune devrait favoriser et qui vous semblent compatibles avec votre activité :

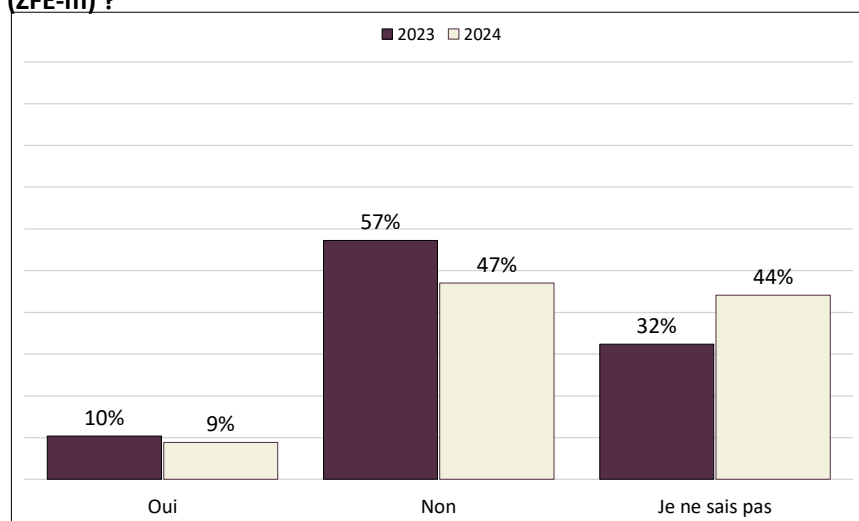


IV. Votre commerce et la transition écologique

Rappel : « Les ZFE-m désignent la mise en place de zones à faibles émissions mobilité dans 12 métropoles françaises. La circulation des véhicules les plus polluants peut y être limitée. »

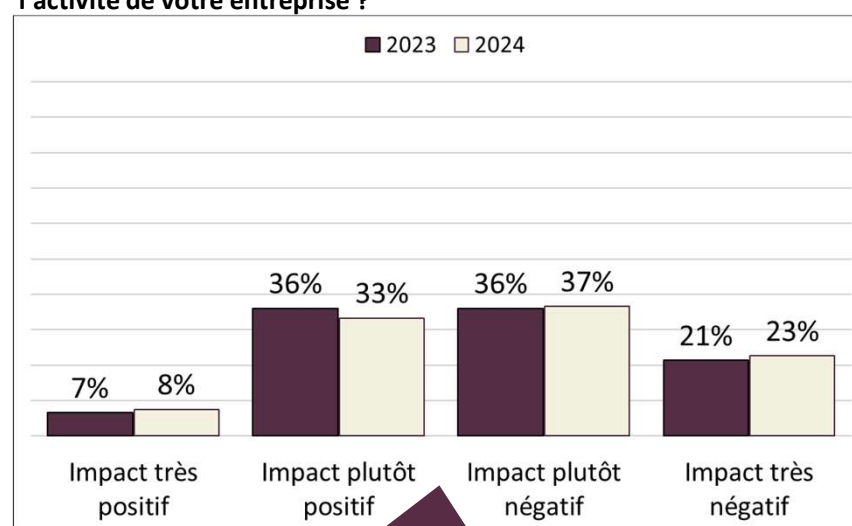
- Comme en 2023 les ZFE ne sont pas connues de tous et 60% des commerçants concernés estiment que cela a un impact négatif sur leur activité.

Votre commerce se situe-t-il dans une Zone à Faibles Émissions – mobilité (ZFE-m) ?



N=1 189

Quel est l'impact des Zones à Faibles Émissions – mobilité (ZFE-m) sur l'activité de votre entreprise ?

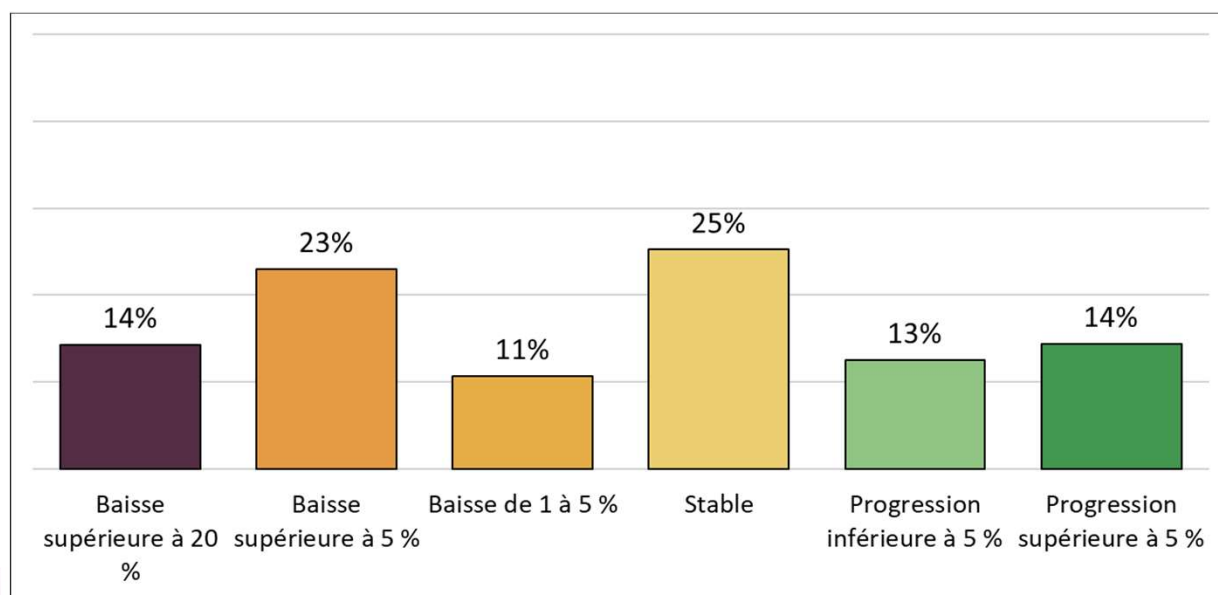


N=93

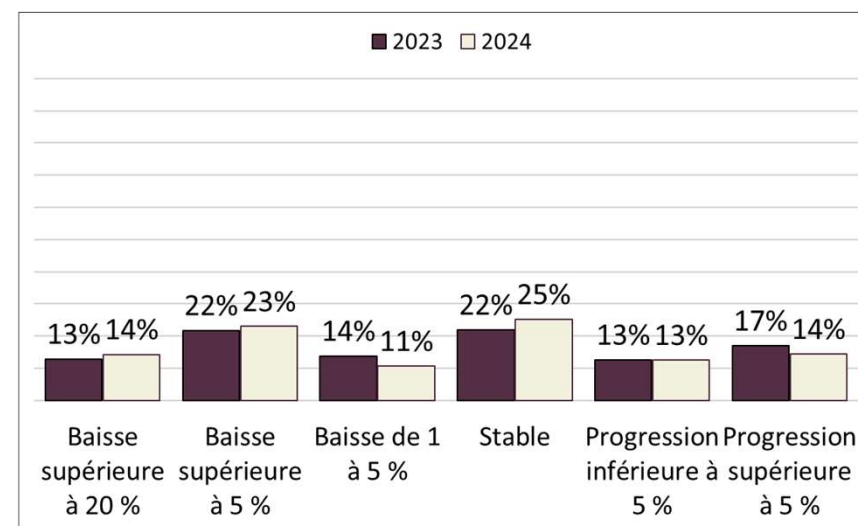
V. Votre année 2024 et vos perspectives 2025

- Près de 50% des commerçants annoncent un 1^{er} semestre en baisse par rapport à l'année dernière contre moins de 30% en hausse. Ces résultats quasi identiques à ceux de l'exercice précédent montrent que la baisse d'activité se poursuit.

Quelle a été l'évolution de votre CA au 1^{er} semestre 2024 (par rapport au 1^{er} semestre 2023) ?



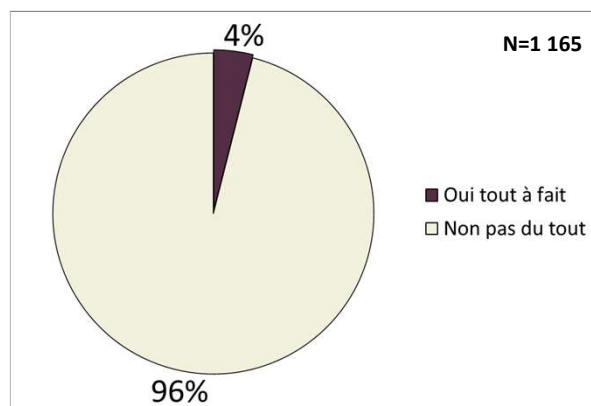
N=1 198



V. Votre année 2024 et vos perspectives 2025

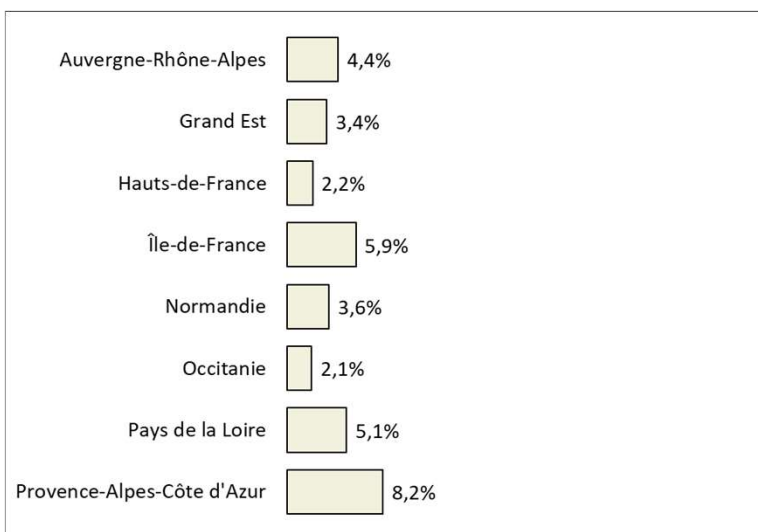
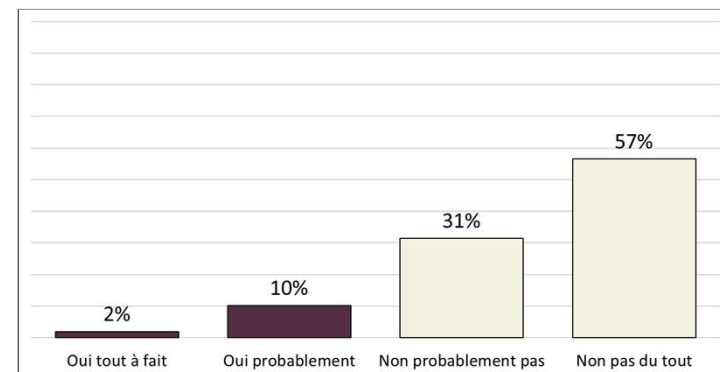
- Très peu de commerçants (4%) pensent que les JO ont eu des retombées bénéfiques pour leur activité.

Avez-vous bénéficié de retombées économiques à l'occasion des JO ?



- Ce score reste faible même en Ile de France.
- Rappel 2023: les commerçants ne pensaient pas que les grands évènements pousseraient leurs ventes.

Pensez-vous bénéficier de retombées économiques à l'occasion des manifestations sportives à caractère international organisées en France en 2023 et 2024 (Coupe du monde de rugby, JO) ?

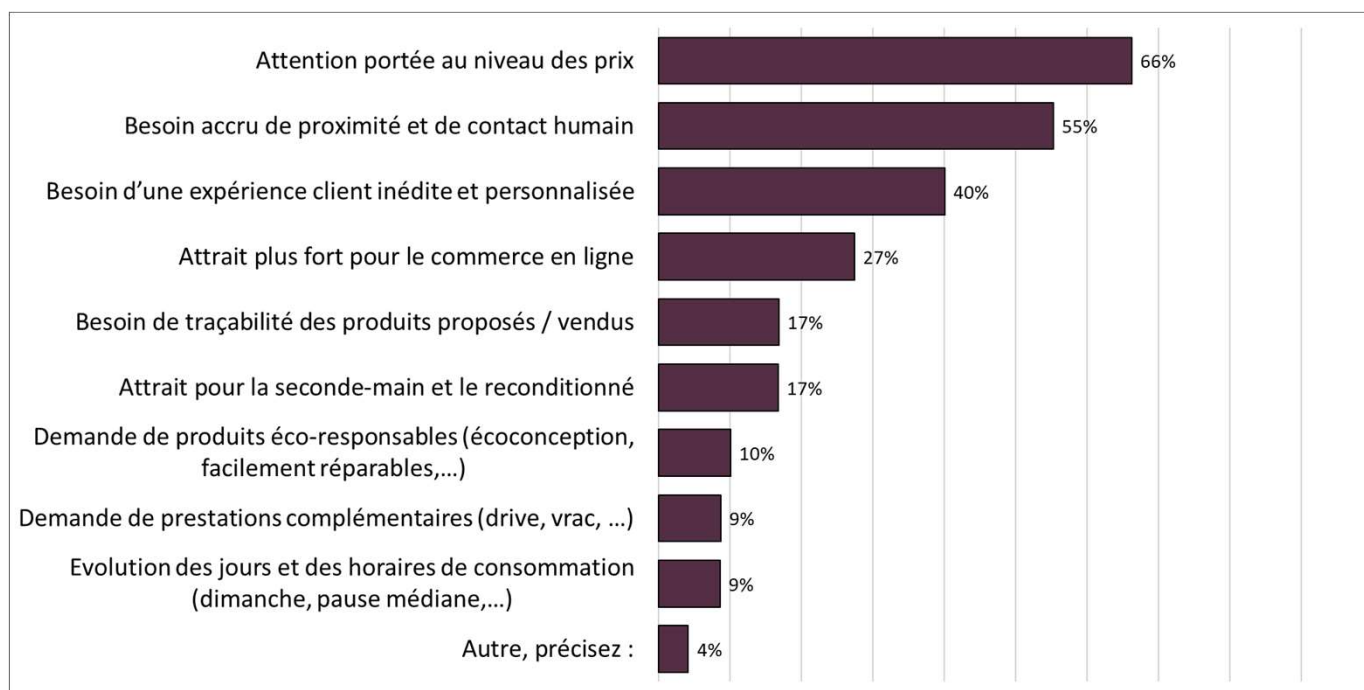


V. Votre année 2024 et vos perspectives 2025

- Pour les commerçants, l'attention portée au prix est la 1^{ère} préoccupation du consommateur juste devant le besoin de proximité, de personnalisation. L'attrait plus fort du consommateur pour le commerce en ligne les interpelle aussi fortement.

Quelles principales modifications dans les comportements des consommateurs avez-vous observées ces deux dernières années ?

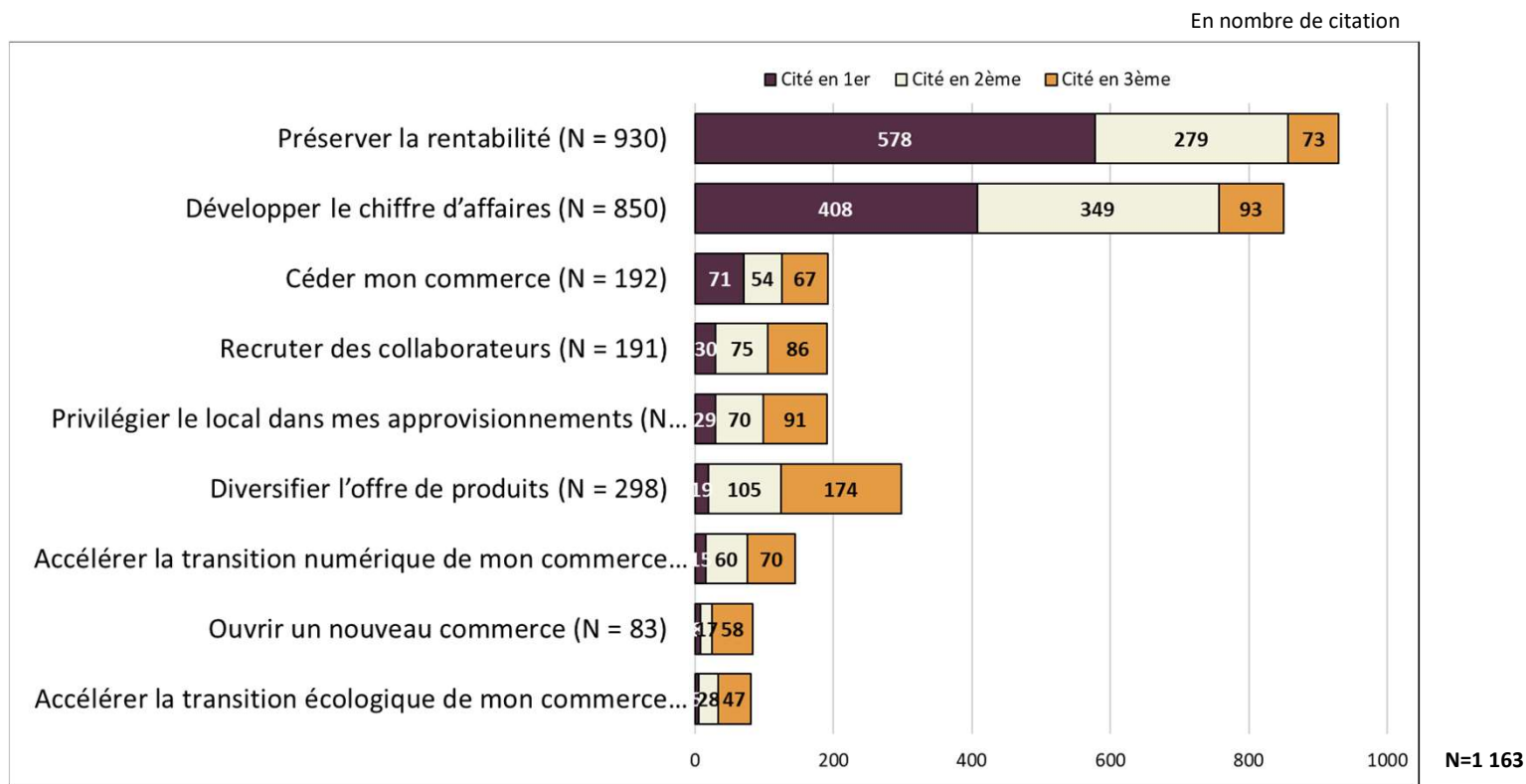
N=1 157



V. Votre année 2024 et vos perspectives 2025

- Deux enjeux majeurs pour 3/4 des commerçants: préserver la rentabilité et développer l'activité. À l'opposé, la transition écologique du commerce n'est citée qu'à hauteur de 10%.

Classez vos 3 enjeux prioritaires pour 2025:



V. Votre année 2024 et vos perspectives 2025

- Les commerçants restent pessimistes, et ils sont plus nombreux de 13% à penser que 2025 sera moins bien que 2024

Pensez-vous que l'année 2025 sera :

N=1 202

