

« Le management territorial de proximité au service du développement des centres-villes et des centres-bourgs »

12 structures de management territorial de proximité en Rhône-Alpes

Les centres-villes et les centres-bourgs sont des lieux de vie, de rencontres et de partages, des lieux qui caractérisent l'attractivité de la ville, du bourg, du territoire et son dynamisme économique, culturel et social.

Afin de devenir plus attractifs, plus agréables à vivre, plus compétitifs, ils doivent être pensés dans une gestion collective de l'espace, en mobilisant tous les acteurs du territoire : Chambres de Commerce et d'Industrie, Chambres des Métiers, Collectivités locales, services de l'Etat, entreprises...

Le « management territorial de proximité » ou « management de centre-ville » répond à cette ambition.

En Rhône-Alpes, 12 démarches de ce type ont été initiées depuis une dizaine d'années en Loire-Sud, dans l'agglomération lyonnaise, dans le Roannais et plus récemment dans le département de la Drôme.

Elles ont permis de mettre en œuvre, avec le soutien des CCI concernées, de nombreuses actions concrètes au service du développement des territoires comme en témoignent les exemples d'Oullins et de Roanne.

LYON

Proximité et innovation avec PanierOullins

Inauguré en janvier 2012, PanierOullins est le premier cybermarché de proximité lancé en France. Il a été créé et mis en œuvre par l'Association de management d'Oullins Centre-Ville.

Il est l'aboutissement d'un travail entre les acteurs publics et privés sur les contraintes de temps de vie des commerçants et des clients.

Le cybermarché regroupe actuellement une vingtaine de commerces de proximité (boulangeries, boucheries, fleuristes, primeurs...) et plus de 2 000 produits.

Ils sont livrés du mardi au vendredi, en entreprise, en point relais ou à domicile sur les communes d'Oullins, La Mulatière, Saint-Genis-Laval, Sainte-Foy-lès-Lyon, Pierre-Bénite et Chaponost. Simple d'utilisation, le système permet à l'internaute d'effectuer un seul paiement pour l'ensemble de ses achats.

Afin de garder le lien de proximité qui unit un commerçant et sa clientèle, l'internaute peut dialoguer avec celui-ci pour demander conseil ou donner des indications. Les commerçants proposent, quant à eux, recettes et conseils sur le site.



ROANNE-LOIRE NORD

Point City, un concept innovant en cœur de ville

Les Vitrines de Roanne et la société Veolia Transport Roanne, gérant le réseau de transport en commun de Roannais Agglomération, ont allié leurs moyens pour mettre en place un concept inédit en cœur de ville : Point City.

Soutenu par un partenariat local fort, ce projet repose sur une mutualisation de moyens humains et matériels mis à disposition par les deux structures.

Il permet à la clientèle de proximité de trouver dans un même lieu les produits liés aux déplacements, l'information concernant le commerce local et les outils des Vitrines, des services complémentaires (borne internet, photomaton, location de poussettes et de parapluies, billetterie événementielle et sportive...).

Dans la continuité de cette démarche, les 200 commerçants des Vitrines de Roanne proposent désormais à leurs clients un service d'« éco livraison » à domicile de leurs achats. Pour un coût compris entre 3€ et 9€ selon les secteurs d'habitation, les livraisons sont assurées le jour suivant l'achat au moyen d'un véhicule électrique.



Note méthodologique

17 secteurs du commerce de détail observés

11 fois par an, les CCI de Rhône-Alpes étudient l'évolution des chiffres d'affaires dans 17 secteurs du commerce traditionnel. Cette enquête mensuelle observe les magasins de détail, généralement de moins de 400 m². Chaque commerçant participant au panel est identifié par un code confidentiel garantissant son anonymat.

1 200 correspondants volontaires interrogés chaque mois

L'enquête se fonde sur l'exploitation des réponses obtenues de la part des 1 200 correspondants volontaires. Le panel est constitué afin d'être représentatif du tissu commercial rhônalpin, en termes de secteur d'activité et de localisation sur les territoires des CCI de Rhône-Alpes. Une fiche technique précisant la méthodologie peut être obtenue sur simple demande.

Vous souhaitez enrichir le panel des commerçants interrogés, contactez le service Commerce de votre CCI ou de la CCI de région Rhône-Alpes :

Lionel SAUGUES
Responsable Commerce
Pôle Coordination Services d'Appui
aux Entreprises / Commerce
saugues@rhone-alpes.cci.fr
Tél. 04 72 11 43 47

Conjoncture Commerce

L'essentiel du mouvement des affaires dans le commerce de détail en Rhône-Alpes

Conjoncture Commerce Rhône-Alpes est une publication de la Chambre de Commerce et d'Industrie de région Rhône-Alpes, réalisée avec le concours des CCI de Rhône-Alpes.
Directeur de la publication : Jean-Paul MAUDUY
ISSN 2110-4743

CCI de région Rhône-Alpes
32 quai Perrache - CS 10015 - 69286 Lyon cedex 02
Tél. 04 72 11 43 43 - Fax. 04 72 11 43 62
www.rhone-alpes.cci.fr



Conjoncture Commerce

Repères mai 2013

A noter

23 jours ouvrables dont 4 samedis comme en mai 2012. Les 1^{er} et 8 mai étaient des mercredis (des mardis en 2012). La Fête des Mères avait lieu le 26 mai (le 3 juin en 2012).

Chiffres clés

- 2,8 %

variation globale par rapport à mai 2012 en valeur (hors taxes).

55 %

des commerces ont un chiffre d'affaires en baisse.

- 0,3 %

variation annuelle des prix à la consommation en mai pour les produits manufacturés (source : INSEE).

+ 1,8 %

variation annuelle des prix à la consommation en mai pour les produits alimentaires (source : INSEE).

- 7,9 %

pour le chiffre d'affaires de l'équipement de la maison, - 7,2 % pour l'équipement de la personne, + 3,1 % pour la culture-loisirs.

- 2,4 %

sur un an pour le chiffre d'affaires global en cumul sur les cinq premiers mois de l'année.

En mai, une météo pluvieuse et des chiffres d'affaires en baisse

Stable en avril, le chiffre d'affaires du commerce indépendant de détail de moins de 400 m² a reculé en mai de 2,8 % sur un an (en valeur). 55 % des commerçants ont observé une baisse de leur chiffre d'affaires, alors pourtant que le mois de mai 2012 avait été mal orienté et que la Fête des Mères avait lieu cette année en mai et non début juin comme l'an dernier.

Beaucoup de commerçants attribuent la baisse de leur chiffre d'affaires à la météo. Les températures inférieures aux normales saisonnières et surtout l'abondance des précipitations ont pénalisé les ventes de nombreux magasins, notamment dans les secteurs de l'habillement, de la chaussure ou du bricolage. Si les conditions météorologiques ont joué un rôle déterminant, certains commerçants pointent également dans leurs commentaires un sentiment général d'inquiétude des consommateurs.

Après un recul en avril qui s'expliquait par le décalage des fêtes pascales par rapport à 2012, le chiffre d'affaires des commerces alimentaires s'est de nouveau inscrit à la hausse (+ 5,3 % sur un an), sachant que les prix sont toujours orientés à la hausse dans ce secteur. L'alimentation générale a peu progressé, alors que l'alimentation spécialisée a augmenté de 6,7 %.

L'évolution a également été favorable pour la culture-loisirs (+ 3,1 %). Pour positif qu'il soit, ce résultat est en trompe-l'œil. La hausse s'explique en effet par la date de la Fête des Mères qui a dynamisé les ventes des fleuristes (+ 29,0 %). Ceux-ci ne retrouvent pourtant pas tout-à-fait leur niveau de ventes de 2011 où la Fête des Mères avait lieu également en mai. Si on ne tient pas compte des fleuristes, le chiffre d'affaires de la culture-loisirs accuse une baisse de 0,7 %.

Le chiffre d'affaires de la santé-beauté a baissé de 5,5 %, dans un contexte de baisse des prix des produits de santé. Le recul est assez sévère pour l'optique (- 9,4 %) avec une chute des ventes de lunettes solaires. Il a été moindre pour la parfumerie, parapharmacie, soins de beauté (- 3,8 %). La coiffure a enregistré une très légère progression (+ 0,5 %), malgré la baisse de chiffre d'affaires d'une majorité de salons.

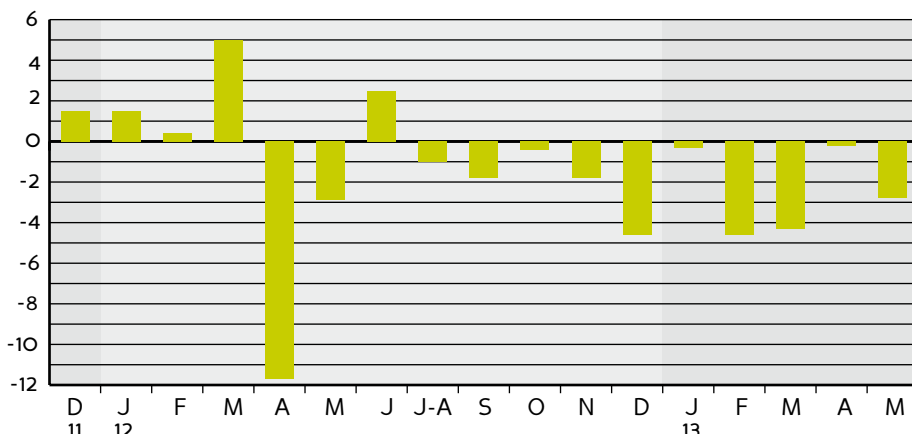
Les ventes de l'équipement de la personne, toujours par rapport à mai 2012, se sont contractées de 7,2 %. La météo a fortement pénalisé les ventes de l'habillement (- 8,8 %) et de la chaussure, maroquinerie, accessoires (- 10,8 %). Seule la bijouterie, horlogerie a bénéficié d'une tendance positive (+ 3,9 %), qui peut sembler néanmoins assez modeste si l'on tient compte de l'effet Fête des Mères sur ce secteur.

L'équipement de la maison a subi un recul de 7,9 %. Depuis janvier, c'est la branche la moins bien orientée. Tous les secteurs ont été à la peine en mai, même si le linge de maison, décoration, arts de la table a mieux résisté que les autres (- 2,7 %).

En cumul depuis le début d'année, le chiffre d'affaires global est en baisse de 2,4 % par rapport aux cinq premiers mois de 2012. Seul l'alimentaire est en hausse (+ 3,6 %). La culture-loisirs se distingue également par sa relative résistance (- 0,1 %).

Tendance générale de l'activité commerciale en Rhône-Alpes

Variation du chiffre d'affaires par rapport au même mois de l'année précédente (en %)



Evolution du chiffre d'affaires du commerce de



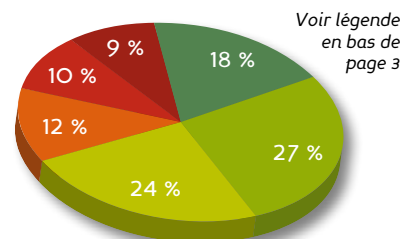
Commerces alimentaires : + 5,3 %

Après avoir reculé en avril, le chiffre d'affaires des commerces alimentaires est reparti à la hausse en mai, essentiellement grâce à l'alimentation spécialisée qui progresse de près de 7 % sur un an. En cumul depuis le début d'année, le chiffre d'affaires de l'alimentaire est en augmentation de 3,6 %.

	Mai 2013/2012	Rappel avril 2013/2012	Rappel mars 2013/2012	Cumul depuis janvier
Alimentation générale	+ 1,0 %	+ 0,8 %	+ 4,7 %	+ 2,0 %
Alimentation spécialisée	+ 6,7 %	- 3,3 %	+ 13,0 %	+ 4,2 %
TOTAL	+ 5,3 %	- 2,3 %	+ 11,0 %	+ 3,6 %

>> Répartition selon l'évolution du chiffre d'affaires

Plus des deux tiers des commerces ont bénéficié d'une hausse de chiffre d'affaires. Dans l'alimentation spécialisée, près des trois quarts des commerces sont en hausse alors que dans l'alimentation générale, les baisses sont presque aussi nombreuses que les hausses.



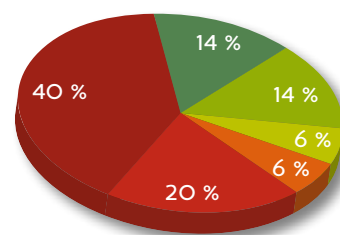
Equipement de la personne : - 7,2 %

Après un rebond en avril, l'équipement de la maison s'est de nouveau inscrit à la baisse en mai (- 7,2 % sur un an). Très affectés par la météo, l'habillement et la chaussure, maroquinerie, accessoires ont enregistré des baisses de l'ordre de 10 %. Avec + 3,9 %, la bijouterie, horlogerie se distingue mais il faut observer que son chiffre d'affaires reste sensiblement inférieur à celui de mai 2011.

	Mai 2013/2012	Rappel avril 2013/2012	Rappel mars 2013/2012	Cumul depuis janvier
Habillement	- 8,8 %	+ 2,9 %	- 17,8 %	- 6,1 %
Chaussure, maroquinerie, accessoires	- 10,8 %	+ 15,9 %	- 25,0 %	- 5,7 %
Bijouterie, horlogerie	+ 3,9 %	- 4,1 %	- 1,6 %	- 0,8 %
TOTAL	- 7,2 %	+ 5,0 %	- 16,8 %	- 5,0 %

>> Répartition selon l'évolution du chiffre d'affaires

Deux tiers des commerces font part d'un recul, souvent très marqué, de leur chiffre d'affaires. La baisse est d'au moins 15 % pour six magasins sur dix dans la chaussure, maroquinerie, accessoires. 61 % des bijouteries, horlogeries sont en hausse.



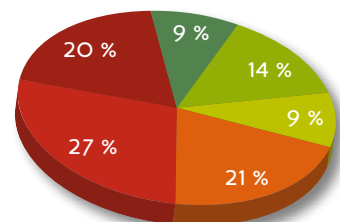
Santé - Beauté : - 5,5 %

En mai, la santé-beauté accuse une baisse de plus de 5 % sur un an. Le recul est surtout imputable à l'optique (- 9,4 %). Malgré le décalage favorable de la date de la Fête des Mères (elle avait lieu le 3 juin en 2012), la parfumerie, parapharmacie, soins de beauté est en baisse (- 3,8 %). La coiffure a été stable (+ 0,5 %).

	Mai 2013/2012	Rappel avril 2013/2012	Rappel mars 2013/2012	Cumul depuis janvier
Optique	- 9,4 %	+ 5,3 %	- 7,4 %	- 2,1 %
Coiffure	+ 0,5 %	- 3,3 %	- 1,5 %	- 1,3 %
Parfumerie, parapharmacie, soins de beauté	- 3,8 %	+ 0,5 %	- 4,0 %	- 2,2 %
TOTAL	- 5,5 %	+ 1,9 %	- 5,0 %	- 2,1 %

>> Répartition selon l'évolution du chiffre d'affaires

Plus des deux tiers des points de vente observent une baisse de chiffre d'affaires. Dans l'optique, la proportion de baisses dépasse 80 %. Une nette majorité (62 %) de salons de coiffure témoigne également d'une baisse même si le chiffre d'affaires global du secteur est stable.





Équipement de la maison : - 7,9 %

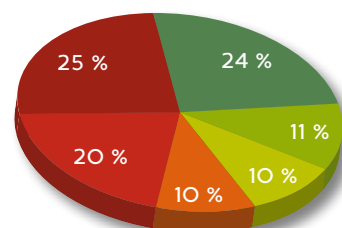
L'équipement de la maison a de nouveau subi une baisse sensible de chiffre d'affaires (- 7,9 %). Tous les secteurs ont été mal orientés, le moins affecté étant le linge de maison, décoration, arts de la table (- 2,7 %). La baisse de l'audiovisuel, électroménager s'effectue dans un contexte de baisse des prix.

	Mai 2013/2012	Rappel avril 2013/2012	Rappel mars 2013/2012	Cumul depuis janvier
Linge de maison, décoration, arts de la table	- 2,7 %	+ 7,7 %	- 7,9 %	- 3,2 %
Droguerie, quincaillerie, bricolage	- 7,6 %	- 2,8 %	- 10,1 %	- 7,1 %
Audiovisuel, électroménager	- 7,6 %	- 5,6 %	- 14,0 %	- 11,8 %
Ameublement (*)	- 11,3 %	- 16,0 %	- 6,4 %	- 12,1 %
TOTAL	- 7,9 %	- 5,6 %	- 9,9 %	- 9,1 %

(*) Compte tenu du nombre limité de réponses, ces variations sont à apprécier avec réserve.

>> Répartition selon l'évolution du chiffre d'affaires

55 % des chiffres d'affaires de la branche sont en recul (73 % dans la droguerie, quincaillerie, bricolage). Un quart des commerces est affecté par une baisse de chiffre d'affaires d'au moins 15 %. Dans l'audiovisuel électroménager, une majorité de points de vente bénéficie d'une hausse.



Culture - Loisirs : + 3,1 %

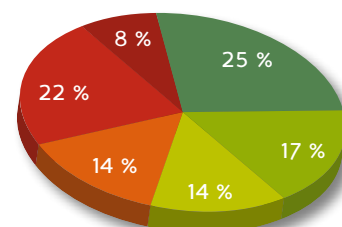
La culture-loisirs gagne 3,1 % par rapport à mai 2012. Dans le contexte global du mois, la progression est notable mais doit être relativisée. Elle est due en effet au boom des ventes de fleurs (+ 29 %) lié au décalage de la date de la Fête des Mères par rapport à l'an dernier.

	Mai 2013/2012	Rappel avril 2013/2012	Rappel mars 2013/2012	Cumul depuis janvier
Librairie, papeterie	+ 1,8 %	+ 0,8 %	- 2,6 %	- 0,4 %
Articles de sport	- 1,5 %	- 4,3 %	+ 5,7 %	+ 0,9 %
Jeux, jouets (*)	- 0,9 %	- 3,6 %	- 0,9 %	- 2,8 %
Fleurs	+ 29,0 %	- 9,2 %	- 4,0 %	+ 3,3 %
Photos, souvenirs...	- 8,6 %	+ 3,5 %	- 9,3 %	- 4,2 %
TOTAL	+ 3,1 %	- 1,8 %	- 0,2 %	- 0,1 %

(*) Compte tenu du nombre limité de réponses, ces variations sont à apprécier avec réserve.

>> Répartition selon l'évolution du chiffre d'affaires

56 % des commerces observent une hausse de chiffre d'affaires. Cette proportion monte à 66 % pour les librairies, papeteries et à 84 % pour les fleuristes. En revanche les baisses sont majoritaires pour les commerces d'articles de sport et surtout pour les photographes et magasins de souvenirs.



Légende des graphiques : répartition des commerces selon l'évolution du chiffre d'affaires

- ↗ du CA supérieure ou égale à + 15 %
- ↗ du CA comprise entre + 5 % et + 14,9 %
- ↗ du CA comprise entre 0 % et + 4,9 %
- ↘ du CA comprise entre - 0,1 % et - 5 %
- ↘ du CA comprise entre - 5,1 % et - 15 %
- ↘ du CA supérieure à - 15 %.

Pour des raisons d'arrondis statistiques, certains totaux peuvent être très légèrement différents de 100 %.