

Commerces : « Nécessité d'une restructuration significative de l'appareil commercial » (CNCC)

Paris - Publié le vendredi 5 octobre 2018 à 18 h 14 - Initiative n° 130406

« Nous assistons à une profonde remise en cause des fondamentaux de la géographie du commerce qui ont structuré son rapport aux territoires depuis près de 50 ans. Les hypermarchés peinent à jouer leur rôle de locomotive, tandis que certaines enseignes réduisent les surfaces des points de vente. La fréquentation des centres commerciaux est en baisse depuis plusieurs années et les ouvertures récentes ont reçu un accueil inégal, souvent mitigé », note l'étude de l'observatoire du rapport des Français aux espaces commerciaux (ObSoCo), à la demande du CNCC, le 01/10/2018.

L'étude souligne la nécessité d'une restructuration significative de l'appareil commercial résultant de problèmes à la fois quantitatifs et qualitatifs. « Parallèlement, la poursuite de la croissance des m² provoque une baisse des rendements et fait craindre la multiplication des friches commerciales, indique l'ObSoCo. Les enjeux de développement durable réactivent le débat centre-ville / périphérie alors même que de nombreuses villes petites et moyennes voient leur appareil commercial s'éroder fortement, si ce n'est disparaître complètement. Dans un contexte d'épaisse incertitude sur les dynamiques à venir, foncières, enseignes, collectivités locales sont pourtant contraintes d'adopter des positions qui les engagent sur le long terme. »

Les types d'espaces commerciaux étudiés entre le 22/05/2018 et le 15/06/2018 sont :

- les hypers-centres (en distinguant les tailles d'agglomération et leur situation par rapport à la mouvance métropolitaine) ;
- les pôles commerciaux de quartier ;
- les centres commerciaux (en distinguant les centres commerciaux d'attraction régionale, les centres intercommunaux, les galeries marchandes de GSA, les cœurs de ville historiques) ;
- les zones d'activités commerciales de périphérie (en distinguant les « retail parks » des zones non aménagées) ;
- le commerce dans les zones de transit ;
- les centres de marques.



« Indispensable de s'attaquer à la requalification des entrées de ville »

- « Globalement, les Français dans cette étude de l'ObSoCo déclarent avoir réduit leur fréquentation des espaces commerciaux. La bonne nouvelle, contre-intuitive, est que les commerces des petites villes et de bourgs échappent à cette tendance alors que l'État se mobilise en leur faveur », commente le CNCC, le 01/10/2018.
- « Les équipements du type "routes du meuble" sont les plus touchés par le phénomène. Cela prouve qu'il est indispensable de s'attaquer à la **requalification de nos entrées de ville**. Concernant les centres commerciaux, cette baisse est relative. L'indice de trafic à fin août 2018 affiche -1,4 % par rapport à 2017 », ajoute le CNCC.

3 raisons expliquent la baisse de trafic

- « L'influence de la **contrainte budgétaire**. Ce n'est qu'en 2017 que la consommation des ménages a retrouvé le niveau de 2008 ;
- l'impact **ambigu du e-commerce**. L'étude de l'ObSoCo montre que, d'une part ceux qui achètent en ligne sont également ceux qui ont augmenté le plus leur fréquentation des espaces commerciaux et que, d'autre part, le segment du commerce digital le plus dynamique est celui du «click & collect» qui bénéficie aux lieux de commerce physique ;
- le **degré d'information préalable du consommateur**, via internet, fait diminuer le nombre de visites qui déclenchent un acte d'achat sur le lieu de vente. »

Voies d'amélioration pour maintenir l'attractivité des centres commerciaux

Sur le plan qualitatif, l'étude de l'ObSoCo pointe les voies d'amélioration pour maintenir leur attractivité des espaces commerciaux.

- « Il apparaît primordial pour les centres commerciaux de poursuivre les démarches engagées sur la réduction des irritants, le développement de l'expérientiel et l'évocation d'imaginaires de consommation pertinents. »
- Le CNCC cite « les ouvertures récentes de nouveaux équipements ou d'équipements restructurés tels Best, Muse, The Village, Val d'Europe, Carré Sénart, Cœur Picardie, Promenade de Flandre ». Ils montrent la « capacité des opérateurs à répondre aux nouvelles exigences des consommateurs. »

Fiche n° 7116, créée le 22/05/18 à 12:59 - MàJ le 09/07/18 à 12:33

Conseil national des centres commerciaux



• **Le Conseil national des centres commerciaux (CNCC)** est une organisation professionnelle française fédérant les professionnels de l'industrie des centres commerciaux. Il revendique plus de 400 sociétés adhérentes représentant 800 sites commerciaux en France, dont 1 sur 5 situé en centre-ville.

Création : 1983

Effectifs : 1 comité de direction et 10 vice-présidents

Président : Antoine Frey (président de Frey)

Délégué général : Gontran Thüring

• **Tél.** : 01 53 43 82 60

Contact

Conseil national des centres commerciaux
3, rue de la Boétie
75008 Paris - FRANCE [vCard](#) [meCard](#) [.vcf](#) [VCARD](#)

[Consulter la fiche dans l'annuaire](#)

Fiche n° 7735, créée le 05/10/18 à 06:02 - MàJ le 05/10/18 à 18:12

Obsoco



• **L'association Obsoco** (Observatoire Société et Consommation) a vocation à analyser les mutations du modèle de consommation, du commerce et de l'organisation des marchés de consommation. Travaille en lien avec le monde universitaire.

Création : 2011

Présidente : Nathalie Damery

Co-président : Philippe Moati

Directrice : Véronique Varlin

Reponsable du développement : Agnès Crozet

Tél. : 09 81 04 57 85

[contact](#)

Obsoco
28, boulevard de la Bastille
75012 Paris - FRANCE [vCard](#) [meCard](#) [.vcf](#) [VCARD](#)

[Consulter la fiche dans l'annuaire](#)

<https://cities.newstank.fr/fr/article/view/130406/commerces-necessite-restructuration-significative-appareil-commercial-cncc.html>