



Enquête Commerce 2023

Le petit commerce de proximité

1.

Contexte du diagnostic

Un diagnostic du commerce de proximité à la CC du Pays de Saint-Eloy.

Méthodologie

Entretiens avec commerçants

- **125 commerçants** rencontrés sur l'ensemble du territoire

Enquête de consommation

- Diffusion du 03/05 au 22/06/2023
- En ligne et papier
- **239 réponses**

92 % des commerces recensés ont été rencontrés.

Un grand merci aux commerçants et aux habitants de la CC qui nous ont reçu et qui ont répondu à notre enquête.

Définition du commerce de proximité

*Un commerce de proximité est un commerce qui allie une **prestation commerciale** avec un **service de proximité**. Il s'agit ainsi de toute TPE exerçant une **activité artisanale et/ou commerciale** dont la fréquentation de la clientèle est journalière à hebdomadaire, assurant la création et le maintien du **tissu social et économique** tout en relevant des **besoins quotidiens** de la population locale.*

*Chaque commerce de proximité doit avoir un local avec un **pas-de-porte** donnant accès à une rue et visible depuis cette dernière. Ce local doit avoir une surface inférieure à **150 m²** ou assurer, si la surface est plus importante, une offre commerciale et de service limitée (1 à 2).*



Les marchés, les commerces ambulants et les commerces importants en surface (GMS) ne sont pas concernés par l'enquête

Contexte économique national

- Une **forte inflation** (5,2 % en 2022, 5,6 % mars 2023) liée à la hausse des coûts de l'énergie et des matières premières
- Une **diminution de la consommation** des ménages
- Une **faible croissance économique** (PIB de 0,4 % actuellement, 2,6 % en 2022, 6,4 % en 2021)
- Une **hausse de la vente en magasin** de 11,5 % entre janvier 2022 et janvier 2023
- Une **augmentation du e-commerce** de 13,8 % entre 2021 et 2022

Le commerce de proximité au plan national

- Un **commerce de proximité** qui s'est **maintenu** suite à la Crise du Covid-19
- Une **hausse constante du petit commerce** en France depuis 2008 (5 %) mais de manière différenciée selon les zones géographiques : **diminution dans les espaces ruraux**, stagnation dans les centres-villes et forte hausse dans les zones périurbaines.
- Une **évolution de la typologie** des commerces de proximité : forte hausse des bars-restaurants (**hormis dans les espaces ruraux**), chute des commerces d'équipement de la personne, stagnation des autres types de commerces

2.

Les résultats du diagnostic

Un diagnostic du commerce de proximité à la CC du Pays de Saint-Eloy.

A.

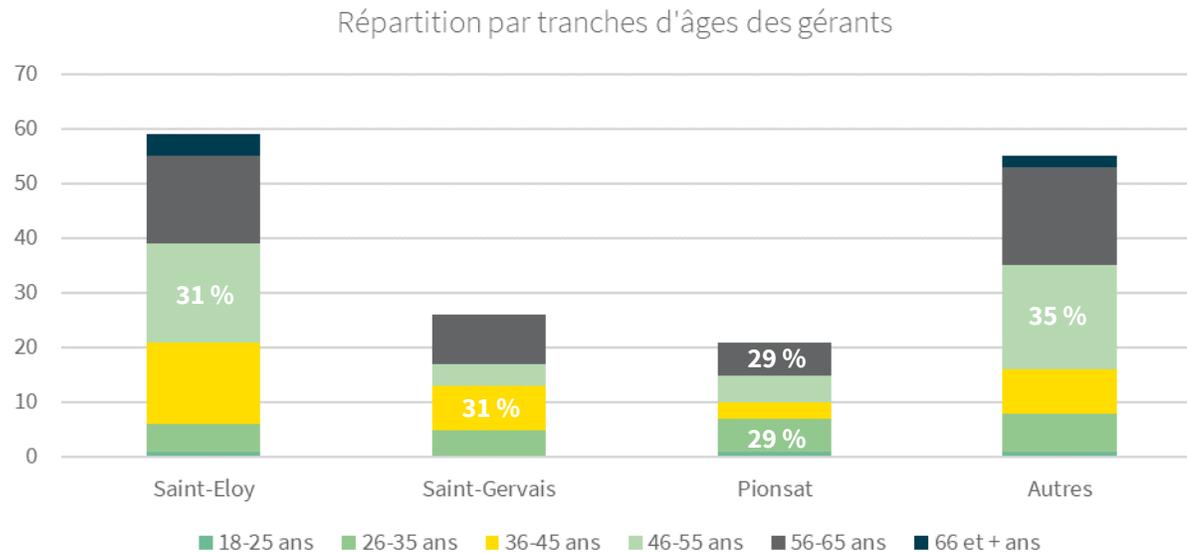
Les commerçants et leurs commerces

Nombre de commerces de proximité sur le territoire

- **136 commerces de proximité recensés**
- **64,7 % situés dans les trois principaux bourgs**
- **17 communes (50 %) de la CC ne disposent d'aucun commerce**

Typologie des commerçants

➤ Âge des gérants



- + 55 ans : 34 % des gérants
- - 35 ans : 16 %
- Âge médian : 50 ans

Des gérants plutôt âgés et proches du départ, ce qui nécessitera accompagnement et anticipation.

Typologie des commerçants

1,2

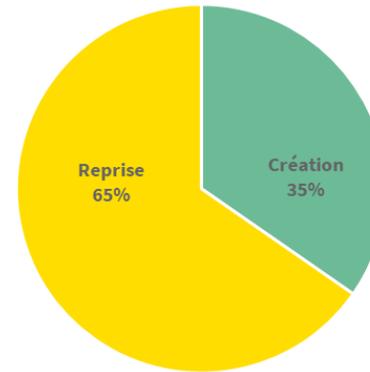
Nombre moyen

1 gérant : 112 commerces
2 gérants : 20 commerces
3 gérants : 4 commerces

124

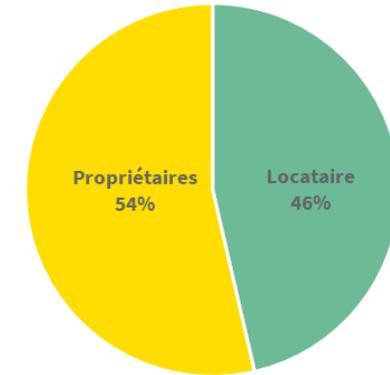
Emplois

0 salarié : 62 commerces
1 salarié : 34 commerces
2 salariés et + : 28 commerces
0,9 salarié par commerce



Ancienneté

Ancienneté moyenne : 13 ans



Propriétaire murs

Des commerces de petite structure fréquemment issus de reprises et biens installés dans le temps. La répartition Homme/Femme est quasi identique : 47 % de femmes et 53 % d'hommes.

Situation économique et évolutions

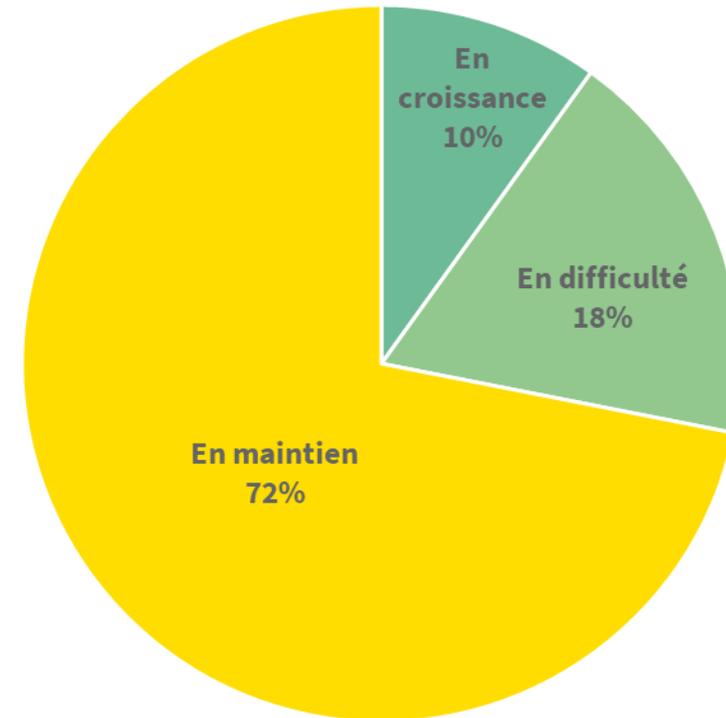
➤ Leur état économique

- **En maintien :** leur activité est stable et rémunératrice (malgré des irrégularités)
- **En difficulté :** leur activité n'est pas rémunératrice (même si elle progresse)
- **En croissance :** leur activité est rémunératrice et leur chiffre augmente fortement



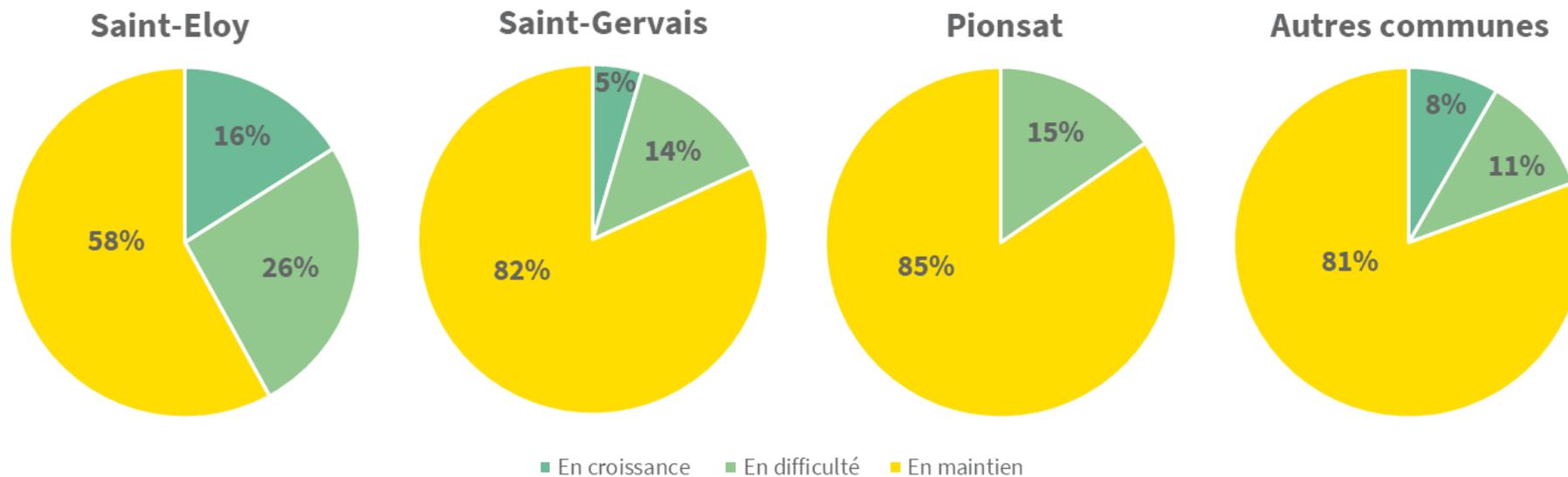
22 commerces rencontrent des difficultés économiques, dont 10 ont une ancienneté de moins de 5 ans et 5 de plus de 25 ans. 90 % ne sont pas dans une logique de développement.

CC du Pays de Saint-Eloy



Situation économique et évolutions

➤ Un état économique variable

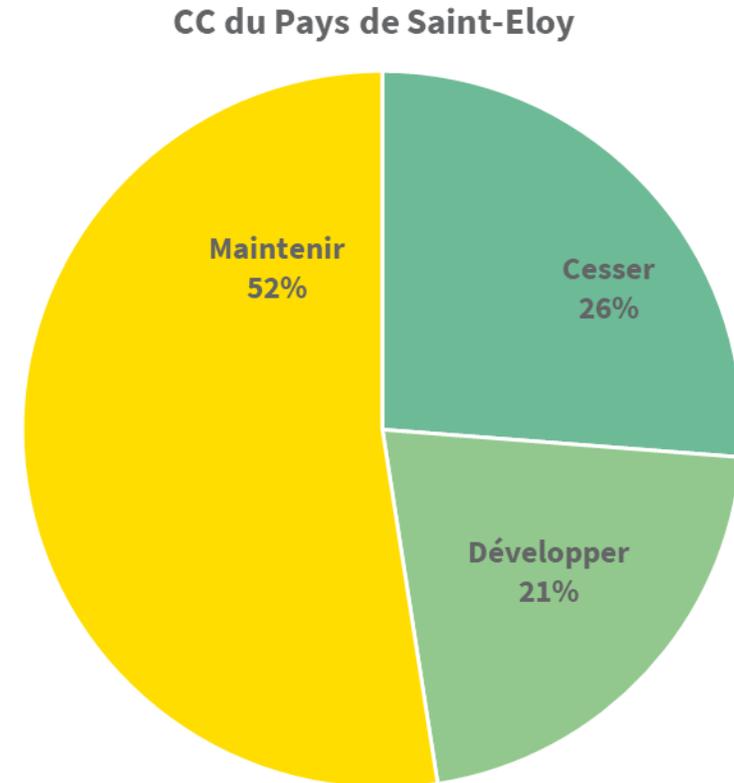


Un état économique des commerces variable selon leur localisation avec un fort taux de difficulté à Saint-Eloy. Un état de santé globalement bon mais très peu de croissance.

Situation économique et évolutions

➤ Leur perception de l'avenir

- **Maintenir** : continuer leur activité telle qu'elle est
- **Développer** : diversifier leur activité
- **Cesser** : arrêter leur activité (changement de vie, fatigue, départ en retraite, etc.)



Un tissu commerçant qui a besoin d'être redynamisé car 1/2 des commerces ne souhaitent pas se développer dans les années à venir et 1/4 des commerces risquent de fermer d'ici 5 ans.

Situation économique et évolutions

➤ Pourquoi les commerçants veulent cesser leur activité

- **15 commerçants** vont partir en retraite
- **17 commerçants** souhaitent cesser leurs commerces pour d'autres raisons :
 - Leur activité ne fonctionne plus
 - Ils sont fatigués par leur métier
 - Ils souhaitent ouvrir un commerce ailleurs

Il est nécessaire d'anticiper tous ces départs pour maintenir un tissu commerçant sur le territoire. Actuellement, 17 commerces sont en ventes sur le territoire (dont 8 Bars / Restaurants).

Les dynamiques négatives en cours

- **Plusieurs commerces qui ont fermé récemment**
- **Commerces clés (bientôt) en ventes et/ou fermés**
- **Des départs en retraite à anticiper avec parfois des fonds difficilement vendables**

Heureusement, il existe sur le territoire quelques dynamiques positives en cours : créations et reprises

Typologie des commerces présents



Entretien de la personne

Salon de coiffure, salon d'esthétique, pharmacie



Equipement de la personne

Magasin de chaussure et de vêtements, optique, mercerie, etc.



Equipement de la maison

Fleuriste, imprimeur, cordonnerie, etc.



Equipement motorisé

Garage, carrossier, contrôle technique, etc.



Alimentation

Boulangerie, boucherie, fromagerie, traiteur, etc.



Loisirs et culture

Presse, librairie, outillage pêche, etc.



Bar / Restaurant



Autres :

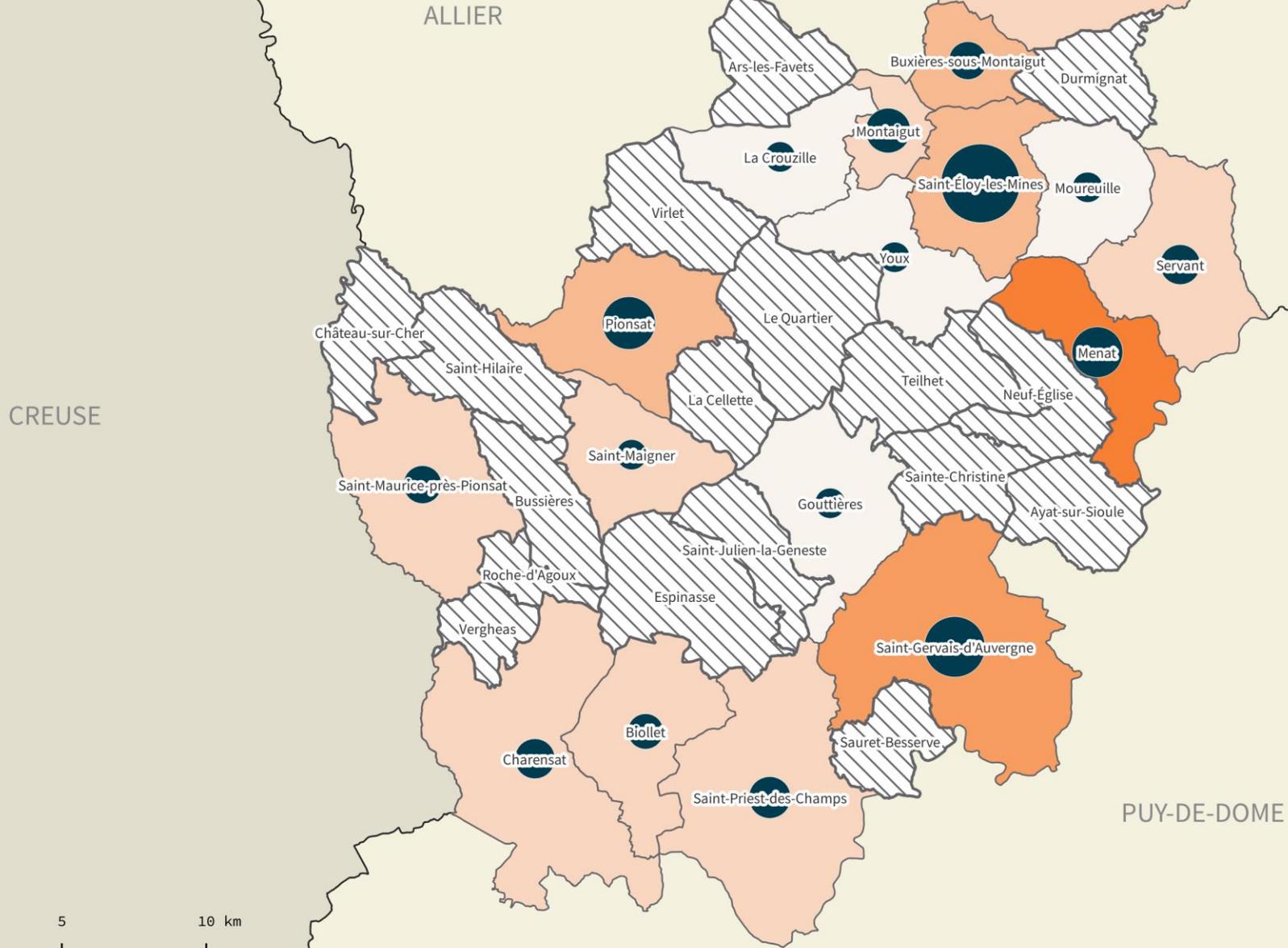
Vétérinaires, pompes funèbres, etc.

+ Activités complémentaires : Hôtel, tabac, jeux, dépôt de pain

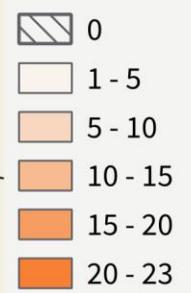
Typologie des commerces présents

	Saint-Gervais	Pionsat	Saint-Eloy	Autres communes	Totaux
 Entretien de la personne	2	2	7	5	16
 Equipement de la personne	2	1	6	0	9
 Equipement de la maison	1	2	8	5	16
 Alimentation	5	1	8	7	21
 Loisirs / Culture	1	1	2	0	4
 Entretien /Equipement motorisé	3	2	5	6	16
 Bar / Restaurant	7	4	11	22	44
<i>avec hôtel</i>	2	0	1	2	5
 Autres	2	1	5	3	11
Totaux	23	14	51	48	136
<i>avec tabac - jeux</i>	2	2	3	7	14
<i>avec dépôt de pain</i>	2	2	1	5	10

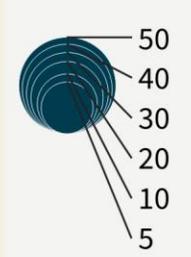
Répartition du commerce de proximité par communes de la CC du Pays de Saint-Eloy



Nombre de commerces pour 1 000 habitants



Nombre total de commerce(s) par commune



B.

Les consommateurs

Qui consomme local ?

➤ Selon les commerçants, principalement :

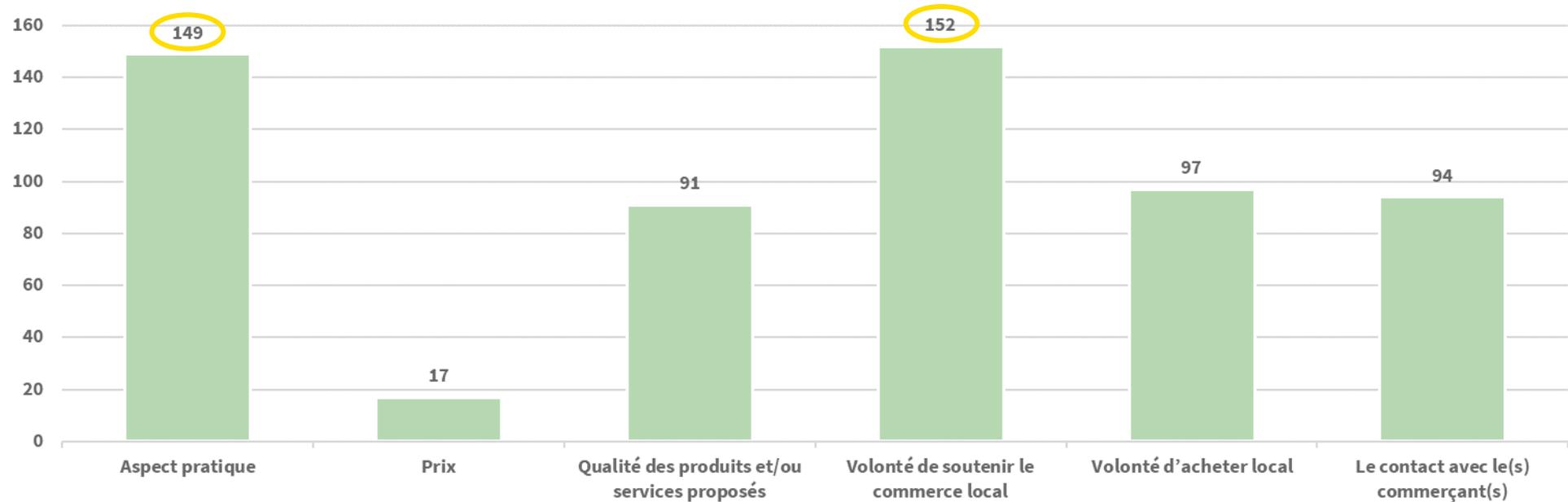
- Les personnes âgées
- Les gens de passage
- Les vacanciers/résidents occasionnels

➤ Selon le questionnaire :

- Les 25-59 ans consomment de 11 à 25 % dans les commerces de proximité
- Les 60-74 ans consomment de 50 à 75 % dans les commerces de proximité

Des consommateurs de manière générale âgés ou occasionnels donc une forte baisse à venir.

Pourquoi consomment-ils local ?



Des consommateurs qui se déplacent pour des raisons pratiques mais aussi de part leurs convictions et leur attachement aux commerces locaux.

A quelle fréquence consomment-ils ?

- **Selon les commerçants, une activité commerciale très saisonnière :**
 - Période creuse de janvier à mars
 - Beaucoup plus de fréquentation dès les beaux jours
 - Très forte fréquentation lors de fêtes spéciales : Noël, Pâques, Fête des mères, etc.
 - Des marchés plus ou moins vecteur de fréquentation



Hormis quelques secteurs : entretien automobile, vétérinaire, auto-école et pompes funèbres.

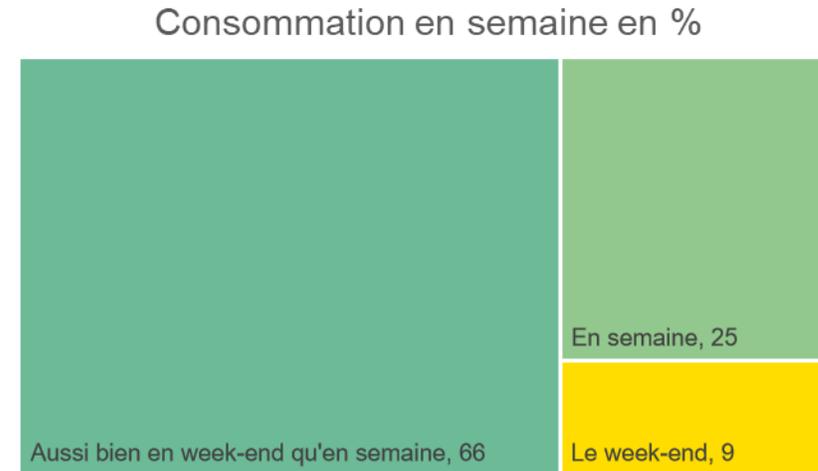
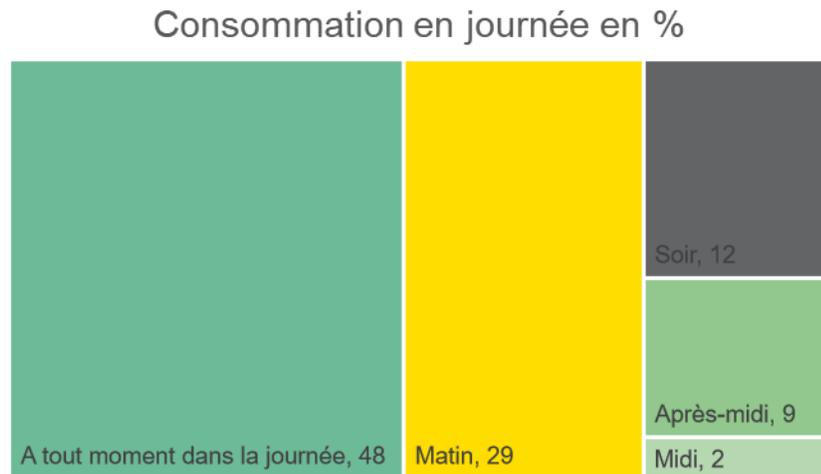
A quelle fréquence consomment-ils ?

➤ Selon le questionnaire

- **Commerces fortement fréquentés** : les boulangeries et les épiceries
- **Commerces faiblement fréquentés** : les boucheries-charcuteries et les restaurants
- **Commerces très faiblement fréquentés** : fleuristes, fromageries et bar-tabac-jeux
- **Commerces fréquentés lorsque c'est nécessaire** : pharmacies, salons de coiffure/esthétique et entretien/réparation de véhicules

Une variation de la fréquentation des commerces selon les biens et services proposés : une fréquentation quotidienne des commerces devenue exceptionnelle.

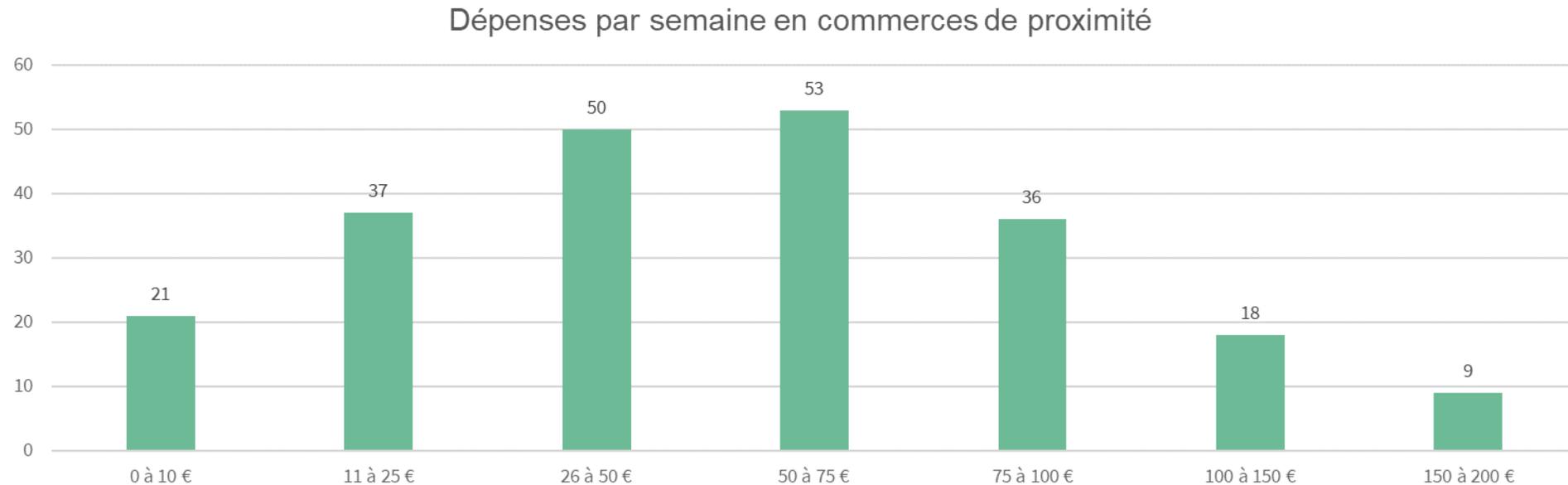
A quel moment consomment-ils ?



Peu de passage dès le samedi midi = beaucoup de commerces fermés le week-end ou avec des horaires plus courts.

Une consommation devenue irrégulière, qui s'adapte aux emplois du temps, mais qui ne permet plus une anticipation de l'activité journalière pour les commerçants.

Combien dépensent-ils ?



Des paniers moyens qui ont globalement baissé depuis ce début d'année et/ou des clients qui viennent moins fréquemment.

Manque-t-il des commerces ?

- **68 % des répondants estiment qu'il manque des commerces essentiels :**
 - Boulangeries
 - Magasins de vêtements/chaussures
 - Epiceries / fruits et légumes
 - Librairies / Presse
 - Magasins de producteurs

- **55 % estiment que l'offre en commerce de proximité est de bonne à très bonne qualité.**

Qu'attendent-ils de la CC Pays de Saint-Eloy ?

- **97 % des répondants estiment que la collectivité doit accompagner et soutenir le commerce de proximité :**
 - Accompagnement et soutien financier dans les reprises/créations
 - Meilleure publicité et communication
 - Mises à disposition de locaux commerciaux adaptés et/ou à faibles loyers
 - Créations d'événements
 - Allègements des charges/taxes

C.

Bilan AFOM

FORCES

- Une clientèle **fidèle** et satisfaite de l'offre.
- Une bonne **ancienneté** des commerces.
- Une **activité commerciale** qui se maintient.
- Un **fort attachement** des commerçants au territoire.
- Une **population résidente** attachée aux commerces.

F

F

FAIBLESSES

- De nombreux gérants souhaitent **cesser** leur activité.
- Des commerces en ventes ou bientôt **fermés**.
- Une **densité commerciale** irrégulière.
- Une **offre commerciale** de PCP pas totalement en adéquation avec la demande.
- Une **désertification** des centres-bourgs.

O

M

- Un **service économique** à la CCPSE.
- Deux **managers** de commerce sur la CC.
- La **labellisation** des 3 communes en PVD .
- Des **organismes publics** qui accompagnent les commerces de proximité.
- Des **fonds d'aides** disponibles pour les commerces.

OPPORTUNITÉS

Un **contexte économique** peu favorable.

- Une évolution des **habitudes** de consommation, avec de l'évasion commerciale.
- Une **population vieillissante** et à faibles revenus.
- Une **activité touristique** qui peine à se développer.
- Un territoire en manque d'attractivité qui attire peu de nouveaux habitants.

MENACES

3.

Stratégie économique

Assurer le maintien et le développement du commerce de proximité.

Les axes de la stratégie économique

AXE 1 : Favoriser la transmission-reprise et la création de commerces de proximité

AXE 2 : Redynamiser l'activité commerciale

AXE 3 : Positionner la CC du Pays de Saint-Eloy comme locomotive du commerce de proximité