Mars 2016 | n°02

une initiative des

CCI CENTRE

L'ESSENTIEL du Commerce

La première lettre régionale d'informations, consacrée au Commerce, réalisée par les Chambres de Commerce et d'Industrie du Centre-Val de Loire

Trois fois par an, votre CCI vous propose une lettre d'informations sur les tendances et l'actualité du Commerce sur votre territoire et au niveau national. Envoyée par e-mail, elle est également accessible sur le site de votre CCI.

EN INDRE-ET-LOIRE

Une animation connectée pour Noël !

L'Union Commerciale et Artisanale de Tours, Les Vitrines de Tours, a créé une animation commerciale qui a fait le buzz pour les fêtes de fin d'année.

Le cahier des charges des Vitrines de Tours était le suivant :

- Organiser un jeu trafic novateur qui véhicule la magie de Noël.
- Inciter les consommateurs à venir en centre-ville et à redécouvrir la ville et ses commerces.
- Proposer une animation qui associe tous les adhérents de l'association des commerçants, sans les mettre à contribution durant cette période chargée durant laquelle tous les effectifs sont fortement mobilisés.

Une application gratuite à télécharger a été développée par la société Pirates de Loire.

Les consommateurs, via leur smartphone, étaient invités à participer à un rallye et à répondre à des énigmes géo localisées, 4 circuits était proposés. Les participants devaient se rendre sur place pour pouvoir résoudre les énigmes liées au patrimoine et à ses commerces et trouver les 4 lutins qui permettaient de participer au tirage au sort et de gagner de nombreux cadeaux.

Le bilan de cette animation connectée a dépassé les objectifs initialement fixés par l'association.

L'effet réseau a fonctionné, de nombreux journaux locaux ont relayé gratuitement cette initiative, accentuant le phénomène de Buzz. Des messages de sympathie de la part des consommateurs qui ont apprécié l'effet mise en valeur du patrimoine.

Au total, c'est plus de **5.592 visiteurs** qui se sont pris au jeu de La chasse aux Lutins de Noël.

ÉVÉNEMENTS

- **SALON DU CHOCOLAT**
  4 au 6 mars 2016, Palais des Congrès Vinci, Tours
- **SOIRÉE TOURAINE GOURMANDE**
  25 avril 2016, Palais des Congrès Vinci, Tours
- **ÉTATS GÉNÉRAUX DU DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE ET DE L'EMPLOI : COMMERCE, ARTISANAT ET BTP**
  Jeudi 28 avril, à ChartrExpo, Chartres
- **FOIRE DE TOURS**
  7 au 16 mai 2016, Parc des expositions, Tours

LE COIN DES DÉCISIONS CDAC

- **SEPTEMBRE 2015**
  Création d'un **ensemble commercial « le haut de la rue Nationale »** à Tours.
  Côté Est : 1.726 m² (dont un espace alimentaire de 761 m², une moyenne surface dans l'équipement de la personne 718 m² et 2 cellules non alimentaires de 97 m² et 149 m²).
  Côté Ouest : 1.182 m² (dont une moyenne surface dans l'équipement de la personne de 941 m², 2 cellules non alimentaires de 109 et 132 m²).

VOS CONSEILLERS CCI

- **Danièle Julien**
  Référente commerce
  djulien@touraine.cci.fr
- **Caroline Garbet**
  Conseillère entreprise Pays Loire Touraine
  cgarbet@touraine.cci.fr
- **Marie Cardineau**
  Conseillère entreprise Pays du Chinonais, Pays Loire Nature
  mcardineau@touraine.cci.fr
- **Karine Bois**
  Conseillère entreprise Pays Touraine côté Sud, Pays Indre et Cher
  kbois@touraine.cci.fr

Vous souhaitez vous abonner à L'Essentiel du Commerce ou vous désinscrire

BULB IN CENTRE : l'offre Crowdfunding de votre CCI

COMMERÇANTS, PENSEZ AU FINANCEMENT PARTICIPATIF

À la recherche de fonds pour développer ou créer votre entreprise ou tout simplement lancer une campagne de communication auprès de votre clientèle, le Crowdfunding *(financement participatif)* est fait pour vous !

Vous n'avez pas besoin d'être un accro des NTIC, les CCI de la région Centre-Val de Loire ont développé une offre accessible à tous et vous accompagnent pour que vous démarriez une belle aventure de Crowdfunder !

L'offre Crowdfunding des CCI c'est quoi ?

C'est d'abord une offre en Don contre Don afin de lever des montants de 3.000 € à 30.000 €, c'est le petit coup de pouce de votre entourage pour vous aider à mener votre projet à bien. C'est un moyen original pour communiquer avec ses clients et fournisseurs, c'est la garantie de fidélisation de votre clientèle à travers sa participation à votre projet et c'est aussi un moyen de financer ses petits projets pour lesquels nous n'avons pas toujours les ressources en autofinancement !

Les CCI proposent également aux entreprises en développement une offre de levée de fonds en capital et ainsi permettre aux entreprises de financer leur développement via une opération de haut de bilan. Vos ambitions atteignent 100K€, 150K€ ou même 1 million d'euros, vous pouvez aussi présenter votre projet pour qu'on puisse lever des fonds propres à travers notre plateforme.

« Sur Bulb In Centre, petit ou grand projet trouvera son financement ! »

Les CCI de la région Centre-Val de Loire se sont associées avec la plateforme Bulb In Town, acteur de référence sur le marché, spécialisée dans le financement participatif à l'échelle locale. L'accompagnement par la plateforme et un conseiller de votre CCI sont la clé de la réussite d'une campagne de financement participatif.

▶ Pour en savoir plus : www.bulbincentre.fr

COMMERCE & TENDANCES

AFFICHER LES AVIS CLIENTS DANS VOTRE VITRINE

La vitrine : un outil de communication indispensable.

C'est elle qui va « accrocher » la clientèle de passage, la séduire et l'inciter à entrer dans votre magasin ! C'est déjà une raison suffisante pour y consacrer du temps et des moyens. Mais ce n'est pas la seule, car votre vitrine vous permet de communiquer sur votre offre, sa spécialité, développer les ventes d'un produit particulier, et aussi créer et nourrir l'image et la notoriété du magasin. Les avis clients peuvent aider à mettre en valeur cette image. Ils deviennent un outil de management très utile, qui est déjà utilisé par de grandes chaînes, et qui peut être très facilement à la portée des commerces de proximité.

Article intégral : www.leblogducommercant.fr

Le Blog du commerçant (Rudy Brovelli), 30 novembre 2015

POP-UP STORES, LES RAISONS DE LA DÉFERLANTE

Ce n'est plus seulement l'apanage des petites structures en quête de notoriété. Distributeurs, marques et e-commerçants, tous créent leur magasin éphémère. Pourquoi se tourner vers ces pop-up stores ? À force de se diffuser, ces boutiques ne risquent-elles pas de lasser les clients ? LSA a enquêté.

Article intégral : www.lsa-conso.fr

LSA (Julie Delavallée), 14 janvier 2016

E-COMMERCE

THE MUST, L'APPLICATION QUI AIDE LES COMMERCES DE PROXIMITÉ À SE LANCER DANS LE E-COMMERCE

Comment aider les petits commerçants à exploiter le potentiel que représente aujourd'hui le commerce en ligne ? C'est le parti-pris de **The Must**, une application créée par une start-up française, et qui veut reconnecter, en temps réel, les entreprises et les consommateurs... Chaque commerçant dispose d'une fiche détaillée avec 5 photos, une description, le plan avec GPS intégré, les horaires d'ouverture du magasin et la possibilité d'intégrer la visite de son site Internet ou de sa page Facebook directement dans l'application. Côté utilisateur, il suffit de télécharger gratuitement l'application pour rester connecté à ces commerces de proximité, recevoir leurs informations et bénéficier de leurs offres.

Article intégral : www.lsa-conso.fr

LSA (Aude Chardenon), 8 janvier 2016

QUELLES TENDANCES E-COMMERCE MARQUERONT L'ANNÉE 2016 ?

Chaque année le marché du e-commerce voit apparaître ou se confirmer certaines tendances, dont l'émergence se traduit en partie par l'évolution du comportement des consommateurs et par la digitalisation des échanges. Lengow met en lumière les principales tendances e-commerce qui marqueront l'année 2016. Parmi elles : le développement du m (mobile)-commerce et du comportement multicanal des e-consommateurs pour commander en ligne et le rôle grandissant des réseaux sociaux.

Article intégral : www.actionco.fr

Action Co (Mickael Froger), 21 janvier 2016

À lire également :

▶ E-COMMERCE : LE COMPORTEMENT DES CONSOMMATEURS FRANÇAIS EN 2016

Selon l'étude menée par CCM Benchmark Institut : 67 % des e-consommateurs français se renseignent sur Internet avant d'acheter en magasin ; les frais de livraison constituent un frein important à l'achat en ligne et l'e-mail est le levier publicitaire le plus efficace.

Article intégral et infographie : www.blogdumoderateur.com

Blog du consommateur (Thomas Coëffé), 5 janvier 2016

▶ LE COMMERCE ALIMENTAIRE SUR INTERNET

Dans son étude, CCM Benchmark Institut décode les pratiques des consommateurs en matière de commerce alimentaire sur Internet et souligne les principaux freins à l'achat alimentaire en ligne.

Article intégral et infographie : www.ccmbenchmark.com

CCM Benchmark Institut, 18 septembre 2015

SÉCURITÉ DES COMMERCES

▶ LA CCI LOIRET ÉDITE UN GUIDE DE LA SÉCURITÉ À USAGE DES COMMERÇANTS

Retrouvez les bons conseils de prévention pour améliorer votre sécurité et celle de votre commerce.

Téléchargez le guide : www.loiret.cci.fr

▶ LE RÉFÉRENT SÛRETÉ AU CŒUR DE LA PRÉVENTION SITUATIONNELLE

Le ministère de l'Intérieur a installé des Référents Sûreté dans chaque département, à qui vous pouvez adresser vos questions ou demander un avis pour améliorer votre protection. Leur site Internet, www.referentsurete.com, est une mine de conseils et d'informations pratiques pouvant répondre à vos problématiques concrètes.

COMMERCE & RÉGLEMENTATION

LES SACS DE CAISSE EN PLASTIQUE INTERDITS À PARTIR DU 1ER JUILLET

L'interdiction des sacs de caisse en plastique à usage unique, qui devait à l'origine entrer en vigueur le 1er janvier dernier, s'appliquera finalement à partir du **1er juillet 2016**. Seront interdits les sacs en plastique d'épaisseur inférieure à 50 micromètres aux caisses des magasins, sans considération de volume, gratuits ou payants. Puis seront prohibés, au 1er janvier 2017, les sacs ou emballages en plastique qui ne sont pas en caisse et contenant des denrées alimentaires. Les consommateurs doivent se voir proposer aux caisses des sacs réutilisables (plus de 50 micromètres) ou des sacs en papier.

Article intégral : actu.orange.fr

Actu.orange.fr et AFP, 1er février 2016

▶ En savoir plus : www.developpement-durable.gouv.fr

DES LOGICIELS DE CAISSE CERTIFIÉS OBLIGATOIRES À PARTIR DE 2018

Tous les commerçants assujettis à la TVA devront enregistrer les paiements de leurs clients à l'aide d'un logiciel de comptabilité ou de caisse sécurisé et certifié, dans le but de lutter contre la fraude et la dissimulation des recettes. **Un investissement à anticiper**…

▶ En savoir plus : www.service-public.fr

Service-public.fr, 8 janvier 2016

AGENDAS D'ACCESSIBILITÉ PROGRAMMÉE

Les demandes d'Agenda d'accessibilité programmée (Ad'AP) et les attestations d'accessibilité peuvent toujours être envoyées aux préfets, en expliquant les raisons du retard. La durée pour réaliser le programme présenté dans l'Ad'AP sera néanmoins réduite d'autant. Tant que les textes relatifs aux sanctions, prévus au printemps, ne sont pas parus, il ne sera appliqué aucune pénalité pour ce retard.

Nous vous mettons en garde également contre **des démarchages abusifs**, notamment ceux d'une entreprise invitant, pour éviter une forte amende, à se connecter à son site Internet pour y faire votre dépôt d'Ad'AP (moyennant 450 € HT). Nous rappelons que **ce dépôt, gratuit, doit être fait auprès de la Préfecture de votre département**.

▶ En savoir plus et télécharger les formulaires : www.accessibilite.gouv.fr

LES EMPLACEMENTS AUTORISÉS POUR LES SURFACES COMMERCIALES

Une enseigne commerciale est une inscription, forme ou image apposée sur un immeuble, ou située sur un terrain, portant sur une activité qui s'y exerce. Elle permet aux clients d'identifier le local d'exploitation (une boutique par exemple). Elle doit respecter certaines règles d'emplacement, de dimensions, etc. Son installation requiert une autorisation préalable dans certains cas.

▶ Retrouvez les règles applicables et l'infographie sur les emplacements autorisés sur www.service-public.fr

Service-public.fr, 20 janvier 2016

DÉCLARATIONS SOCIALES EN LIGNE : QUI EST CONCERNÉ EN 2016 ?

Certains seuils au-delà desquels les déclarations sociales sont obligatoirement à faire en ligne sont abaissés en 2016.

▶ En savoir plus : www.service-public.fr

Service-public.fr, 4 janvier 2016

QUELS SONT LES DÉLAIS DÉROGATOIRES POUR LE PAIEMENT ENTRE PROFESSIONNELS ?

Les délais de paiement maximum entre professionnels sont encadrés par la loi : 60 jours calendaires ou 45 jours fin de mois. Certaines exceptions et dérogations existent et ont été mises à jour à compter de début 2016.

▶ En savoir plus : www.service-public.fr

Service-public.fr, 1er janvier 2016

REDEVANCE SUR LA DIFFUSION DE MUSIQUE DANS UN COMMERCE

Si vous diffusez de la musique dans votre établissement, y compris via un message d'attente téléphonique, vous devez vous acquitter des droits d'auteurs, auprès de la SACEM. Si vous utilisez pour cela des supports enregistrés, vous devez également verser une redevance auprès de la SPRÉ visant à rémunérer les artistes-interprètes et les producteurs. Les barèmes diffèrent selon la nature des établissements et le nombre de salariés.

▶ La SACEM simplifie vos démarches : clients.sacem.fr

▶ En savoir plus : www.service-public.fr

FOCUS : FIDÉLISATION DES CLIENTS

COMMENT RENDRE VOS CLIENTS FIDÈLES ?

Un client coûte 5 à 10 fois moins cher à fidéliser qu'à conquérir.

Tout le monde parle de la fidélisation mais très peu de marques arrivent à fidéliser véritablement leurs clients. Pourtant cette fidélisation est un véritable enjeu pour les entreprises.

Article intégral : www.1min30.com

1min30, 21 septembre 2015 (Jérémie Dornbusch)

OBJETS PROMOTIONNELS : RESTEZ EN CONTACT AVEC VOS CLIENTS

Les objets promotionnels permettent de mettre en place une relation spéciale avec vos clients. Ce sont des attentions qui vont faire plaisir et montrer que vous êtes proche de vos clients.

Article intégral : http://commerce.life

Commerce Life, 26 janvier 2016

DES APPLIS OFFRANT DES BONS DE RÉDUCTION

Deux applications mobiles permettant de disposer de coupons de réduction viennent d'éclore pour favoriser le commerce du centre-ville. Il s'agit de Delta Shopping lancé dans l'agglomération dunkerquoise et de Pulse à Sablé-sur-Sarthe.

Direction centre-ville, 14 décembre 2015

À lire également :

▶ **FIDÉLISER SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX ET SUR MOBILE GRÂCE AU COUPONING**

Le coupon digital fait partie de ces supports qui permettent de motiver le web-to-store *(attirer les consommateurs vers un point de vente physique à partir d'outils liés à Internet et aux technologies mobiles)*.

Article intégral : www.leblogducommercant.fr

Le Blog du commerçant (Rudy Brovelli), 21 décembre 2015

▶ Les webcoupons de réduction, un levier efficace de conversion et de fidélisation ?

1min30 (Gabriel Dabi-Schwebel), 5 janvier 2016

COMMERCE & TERRITOIRE

OUIKICOMMERCE : L'OUTIL DES CCI POUR IDENTIFIER ET DIFFUSER LES BONNES PRATIQUES ENTRE LES ACTEURS DU COMMERCE

Le OuiKiCommerce est un nouveau moteur de recherche qui met à la disposition des acteurs du commerce (collectivités territoriales, fédérations professionnelles, unions commerciales, associations, réseaux consulaires, entreprises…) des idées d'actions, des expériences réussies qui méritent d'être partagées par un plus grand nombre car elles ont un impact positif pour le développement du commerce.

Le OuiKiCommerce est fondé sur le partage d'expériences et recense plus d'**une centaine d'actions** répondant aux critères de bonnes pratiques, classées dans **18 thématiques** (aménagement du territoire, management de centre-ville, développement durable, e-commerce..).

- Gagnez du temps, trouvez des idées et des solutions, partagez et valorisez vos bonnes pratiques sur www.ouikicommerce.fr

LE GART SE PENCHE SUR LA MOBILITÉ DES « AGGLOS » DE TAILLE MOYENNE

Le GART a présenté les résultats de son étude Mobilité et villes moyennes. Pour les élus des villes moyennes, le déclin des centres villes était le résultat de leur inaccessibilité aux voitures. L'étude bat en brèche l'adage « no parking, no business » à l'exemple du Grand Poitiers qui a décidé de multiplier par deux les zones piétonnes, ce qui a conduit une grande enseigne comme H&M à s'installer. Autre idée reçue, empêcher les populations d'accéder au centre-ville en voiture, conduirait à leur faire prendre davantage les transports en commun, en réalité, ces automobilistes vont faire du shopping ailleurs à l'image de ce qui s'est passé à Chalon-sur-Saône.

Article intégral : www.mobilicites.com

Mobilicités (Florence Guernalec), 2 octobre 2015

À lire également : La désertification touche principalement les villes moyennes de moins de 100.000 habitants. Les municipalités tentent d'enrayer cette spirale en multipliant les animations, alors que la place de la voiture fait polémique.

Article intégral sur lemonde-emploi.blog.lemonde.fr

Le Monde, 12 janvier 2016

LES SUPÉRETTES INONDENT LES VILLES DE FRANCE

Les enseignes de la grande distribution investissent plus que jamais le paysage des villes. En dix ans, le nombre de magasins alimentaires de proximité, franchises ou succursales d'un réseau d'enseignes, est passé de 6.128 à 8.518. Cela représente une densité de **1 supérette pour 7.435 habitants** en 2015, contre 1 pour 10.342 habitants en 2005, d'après les données de Nielsen TradeDimensions. Ces magasins (dont la surface est comprise entre 100 et 400 m²) totalisaient 7,3 % des ventes alimentaires en France l'an dernier. Des disparités persistent entre zones rurales et urbaines, ces petites surfaces développant en premier lieu dans les villes. La présence de ces magasins de centre-ville s'amplifie en même temps que l'essor de la vente en ligne. Ils sont pour certains d'entre eux utilisés de plus en plus fréquemment comme points de retrait de colis commandés en ligne.

Article intégral et infographie : www.latribune.fr

La Tribune.fr, 20 janvier 2016

INITIATIVES D'UNIONS COMMERCIALES

BOURGES : 136 COMMERCES POUR UN NOËL À GRATTER !

L'Office de Commerce et d'Artisanat de Bourges a réalisé sa première opération commerciale à l'occasion des fêtes. Plus de 35.000 jeux à gratter ont été distribués par les commerces de Bourges et les commerçants du marché. Une tablette, quatre vélos et 1.000 euros de chèques cadeaux Fédébon ont garni ainsi les cabas des consommateurs pour Noël. Au final, **136 commerces ont participé**, une belle réussite !

- Pour adhérer à l'OCAB, contactez Océane Loew
  tel : 02 48 67 57 96

VENDÔME : UN PROGRAMME D'ANIMATIONS COMPLET EN DÉCEMBRE 2015

Nuit givrée à Vendôme !

Pour la première fois, à la veille des fêtes, les commerçants de Vendôme ont ouvert leur portes jusqu'à 22 h, le vendredi 18 décembre et les clients ont répondu nombreux au rendez-vous. La Fédération du Commerce du Vendômois a mis à disposition de ses adhérents des chalets sur la place Saint Martin. Cette initiative nouvelle a permis à des commerçants de disposer d'un second point de vente temporaire dans un lieu central très fréquenté. Comme chaque année, un doublement des points a été proposé aux porteurs de la « Clé Vendômoise », programme collectif de fidélisation porté depuis 2000 par la Fédération. Ces animations ont complété la dynamique commerciale apportée par la patinoire installée en plein centre par la Ville durant tout le mois de décembre. Une synergie gagnante !

PUBLICATIONS

CHIFFRES CLÉS DU COMMERCE – ÉDITION 2015

Les Chiffres clés du commerce présentent une synthèse des dernières statistiques disponibles sur le commerce en général, relatives notamment au poids économique du secteur, et des éléments sur le commerce de détail en magasin : surfaces de vente, implantation territoriale, profil des actifs…

Direction Générale des Entreprises, 3 novembre 2015

LES MAGASINS DE JEUX ET JOUETS DOIVENT CULTIVER LEUR POLYVALENCE POUR ATTIRER LES CONSOMMATEURS

Le Crédoc a publié, fin 2015, une étude très riche sur la consommation et le commerce des jouets et jeux en France. Il montre l'évolution des habitudes et des comportements d'achats… pour inviter les commerçants à en tenir compte pour élaborer leur stratégie marketing.

Téléchargez la note de synthèse du Crédoc : www.credoc.fr

Article intégral : Pour le Crédoc, les magasins de jeux et jouets doivent faire leur mue

Lsa-conso.fr (Véronique Yvernault), 23 décembre 2015

Nota : publication réalisée à partir des travaux de veille des collaborateurs des CCI de la région Centre-Val de Loire. Des liens hypertextes permettent de consulter directement l'intégralité des articles de référence chaque fois que cela est possible. Les articles de presse et informations sélectionnés dans cette publication n'ont pas vocation à refléter la position des CCI du Centre-Val de Loire sur le commerce et ne sauraient engager la responsabilité du réseau des CCI. CCI Centre ne fournit aucune copie des articles évoqués : le lecteur doit s'adresser aux publications signalées.
A tout moment, vous disposez d'un droit d'accès, de modification, de rectification et de suppression des données qui vous concernent (art 34 de la loi Informatique et Libertés du 6 Janvier 1978).

CCI Centre
6, rue Pierre et Marie Curie - Parc d'activité - Ingré - 45926 Orléans cedex 9
T. 02 38 25 25 25 - F. 02 38 43 00 39 - info@centre.cci.fr - www.centre.cci.fr
Conception et réalisation : CCI Centre
Sélection des informations : réseau des CCI du Centre-Val de Loire