

L'OB SO CO L'Observatoire
Société &
Consommation

bservatoire
prospectif du commerce

Etude miroir commerce idéal de demain

**L'ObSoCo | L'Observatoire Prospectif de
Commerce**

Janvier 2022



Une étude prospective pour redessiner le commerce attractif de demain et anticiper les besoins relatifs aux compétences et aux métiers



250

Professionnels contributeurs à l'enquête quantitative



10

Experts consultés (universitaires, consultants, journalistes)



30

Consommateurs participants à une communauté en ligne pendant 3 semaines



1 000

Consommateurs représentatifs de la population française interrogés

Une vision globalement convergente des tendances

- Une accélération des tendances souvent perçue de façon plus radicale par les professionnels
- Un rapport à la consommation qui se réoriente vers le consommer mieux, le local, le respect de l'environnement et le on-line
- Des divergences qui témoignent d'une difficulté des professionnels à apprécier l'intensité des changements en cours



Des convergences dans l'appréhension des tendances sur l'essentiel mais des divergences dans le détail



DIVERGENCES

Dimensions sous-estimées par les pros



L'intensité de l'**engagement** des consommateurs dans des **comportements respectueux de l'environnement**



L'appétence pour des **commerces accessibles à pied ou à vélo**



CONVERGENCES



La disposition d'une majorité de consommateurs à payer plus cher pour du **local dans l'alimentaire**

MAIS



Une réserve sur la disposition élevée des consommateurs à payer plus cher des produits non-alimentaires made in France



DIVERGENCES

Dimensions surestimées par les pros



L'aspiration à **consommer mieux** et de façon **plus sobre**



L'anticipation de la **situation financière** des consommateurs



Le plaisir à effectuer des achats on-line

4 scénarios pour explorer les leviers d'attractivité du commerce idéal de demain

Le commerce accompagné



Les commerçants me communiquent leur **passion** pour leurs produits. Ils ont plaisir à me faire découvrir leur histoire, le savoir-faire des producteurs ou créateurs... Ils **savent comprendre et devancer mes besoins** (sans que parfois je ne les connaisse moi-même...). Ils savent aussi me **conseiller** selon mon budget et mes goûts ce qui correspond exactement à mes envies et modes de vie. Disponibles pour des questions, des conseils ou des services, même quand ils sont à l'extérieur...

Le commerce de liens



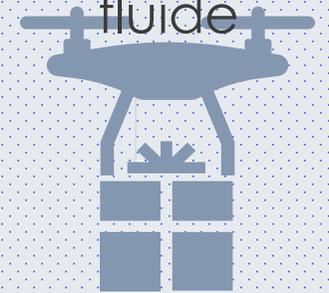
Le moment des courses est aussi l'occasion d'une **relation humaine** où des liens se fissent entre les commerçants et les clients. L'important n'est pas que dans l'achat mais dans **l'ambiance conviviale**, la qualité de l'accueil et l'humanité du lieu. Un lieu où on est bien reçu, reconnu et salué, où on peut rencontrer des personnes partageant un même environnement de vie, des intérêts ou des passions en commun... Un lieu qui donne de **l'âme** et de la chaleur à la **vie** et à la

Le commerce distrayant



Le moment des courses est avant tout associé à la décompression, au plaisir et à **l'évasion du quotidien**. C'est l'occasion de sortir de la routine, de flâner en s'ouvrant à des sensations, couleurs, odeurs et ambiances festives. Loin de n'être qu'un moment d'achat, c'est aussi l'occasion d'un moment de vie où l'on peut **se laisser transporter** par l'esthétique, le **dépaysement**,

Le commerce hyper fluide



Mes courses s'effectuent de façon **automatisée**, mes listes de courses se gèrent toutes seules, mon frigo ainsi que mes placards sont équipés de **capteurs** et tout ce dont j'ai besoin m'arrive hyper rapidement au lieu de mon choix quand je le souhaite ou bien est disponible dans un **drive**. Mes mensurations, goûts, style, **préférences**... sont enregistrés et je reçois des préconisations que je peux compulser dans des galeries et cabines

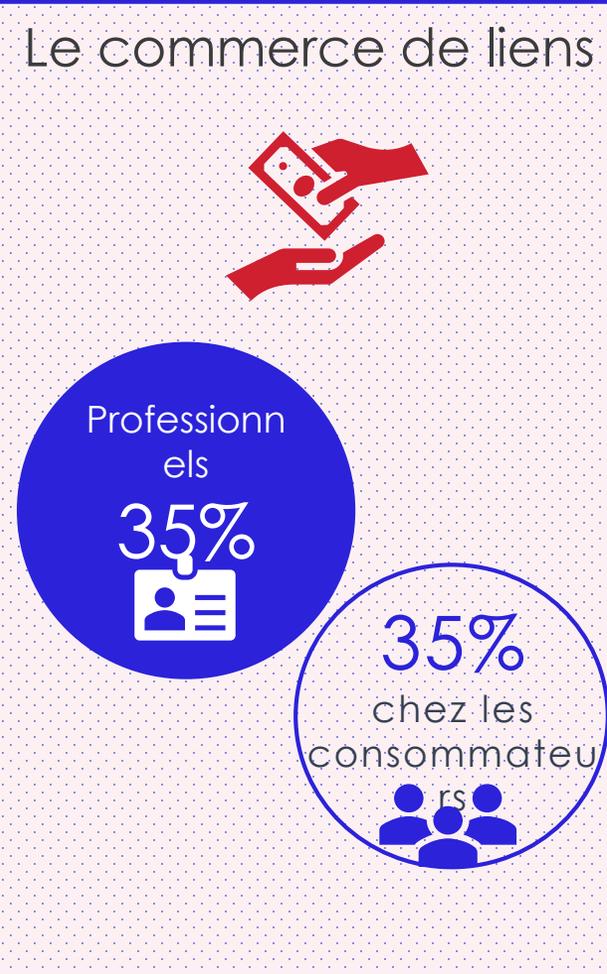
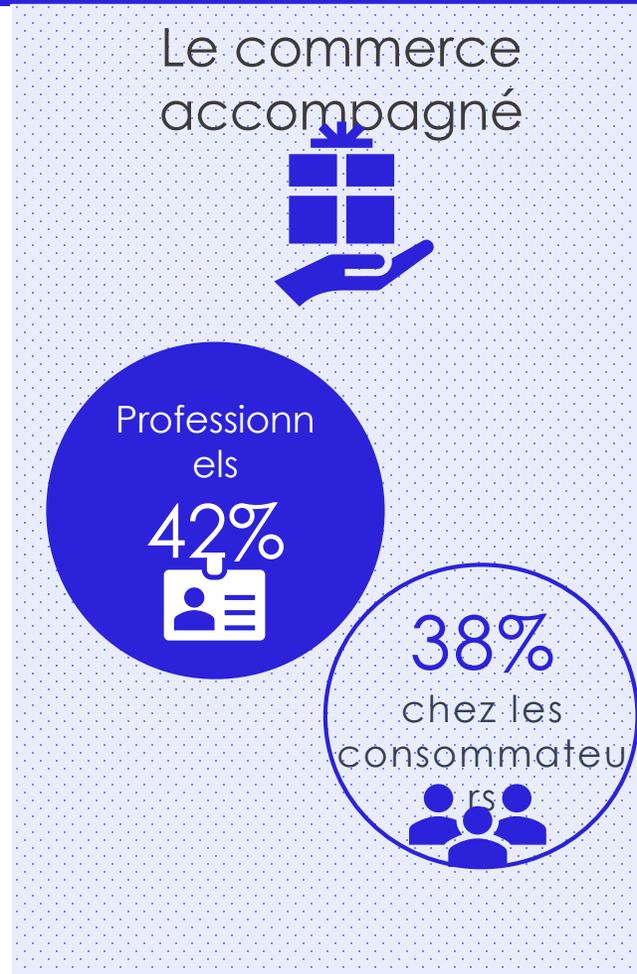
L'humain en tête des préférences des consommateurs et des professionnels

« Quel est, parmi ces 4 scénarios, [celui qui correspond le mieux à l'idée que vous vous faites du commerce idéal de demain ? ; celui qui correspond le mieux à l'idée que les consommateurs se font du commerce idéal de demain ?] »

Base totale consommateurs, n=1000

Base totale professionnels, n=250

En 1^{ère} position :



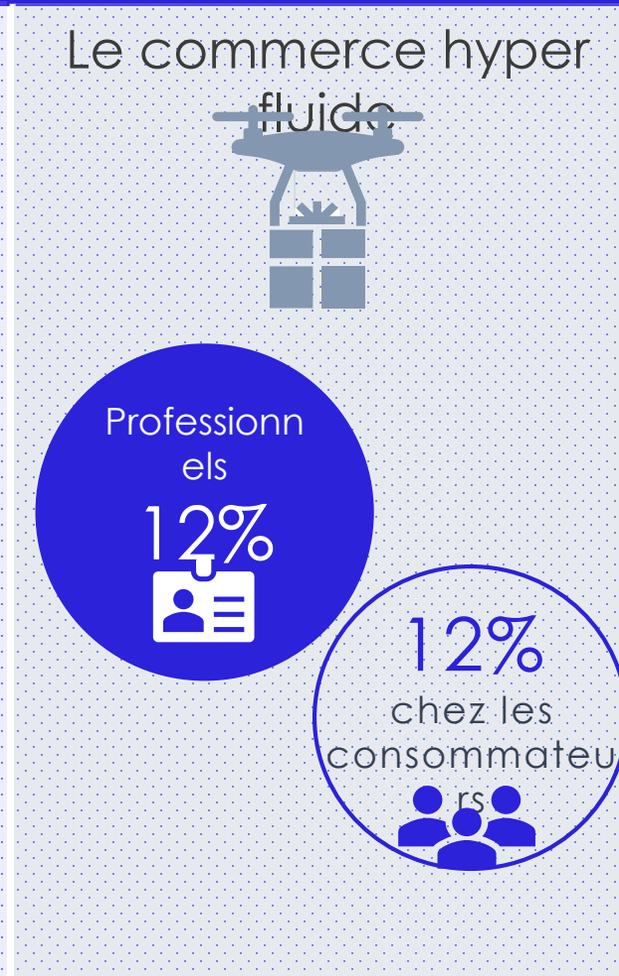
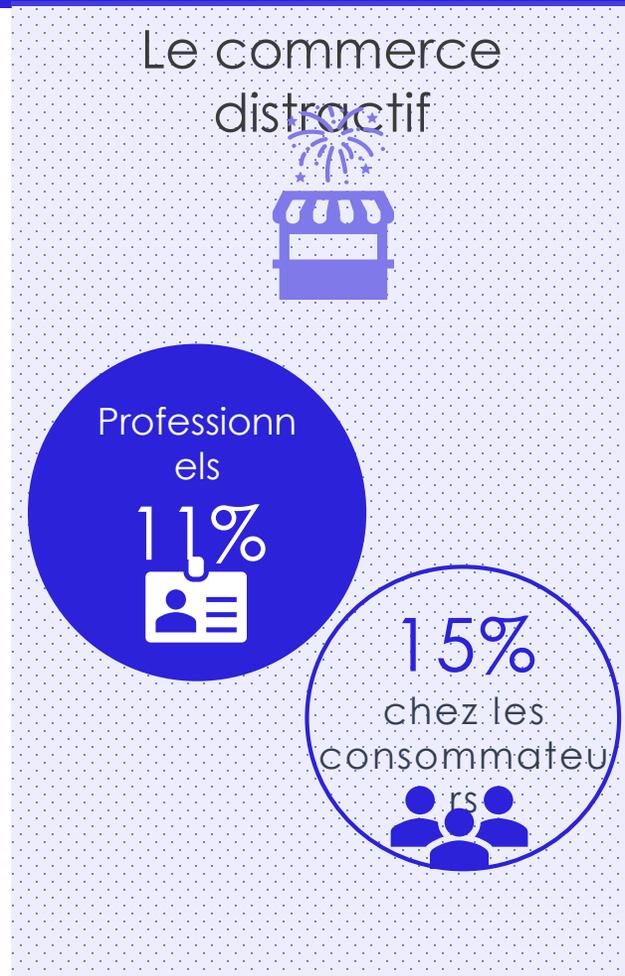
En 2^{ème} position :

Deux scénarios à la traîne

« Quel est, parmi ces 4 scénarios, [celui qui correspond le mieux à l'idée que vous vous faites du commerce idéal de demain ? ; celui qui correspond le mieux à l'idée que les consommateurs se font du commerce idéal de demain ?] »

Base totale professionnels, n=250

En 3^{ème} position



En 4^{ème} position
:

Un commerce idéal unanimement projeté comme humain et non automatisé

« Parmi les deux propositions suivantes, quelle est selon vous celle qui correspond le mieux au commerce idéal de demain ? »

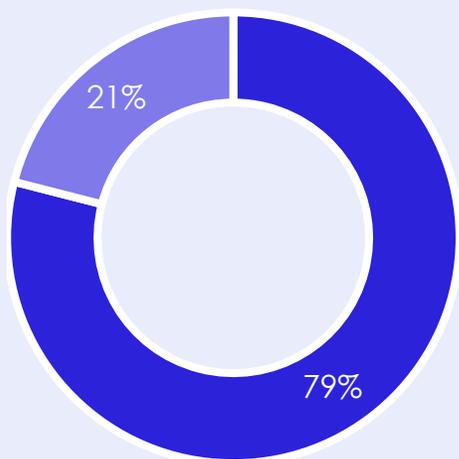
Base totale consommateurs, n=1000

Consommateurs

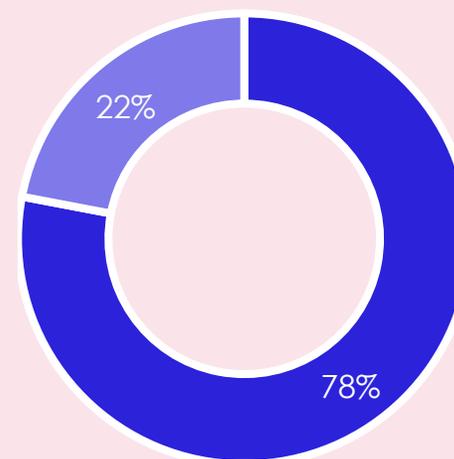
« Parmi les deux propositions suivantes, quelle est selon vous celle qui correspond le mieux au commerce idéal de demain imaginé par les consommateurs ? »

Base totale professionnels, n=250

Professionnels

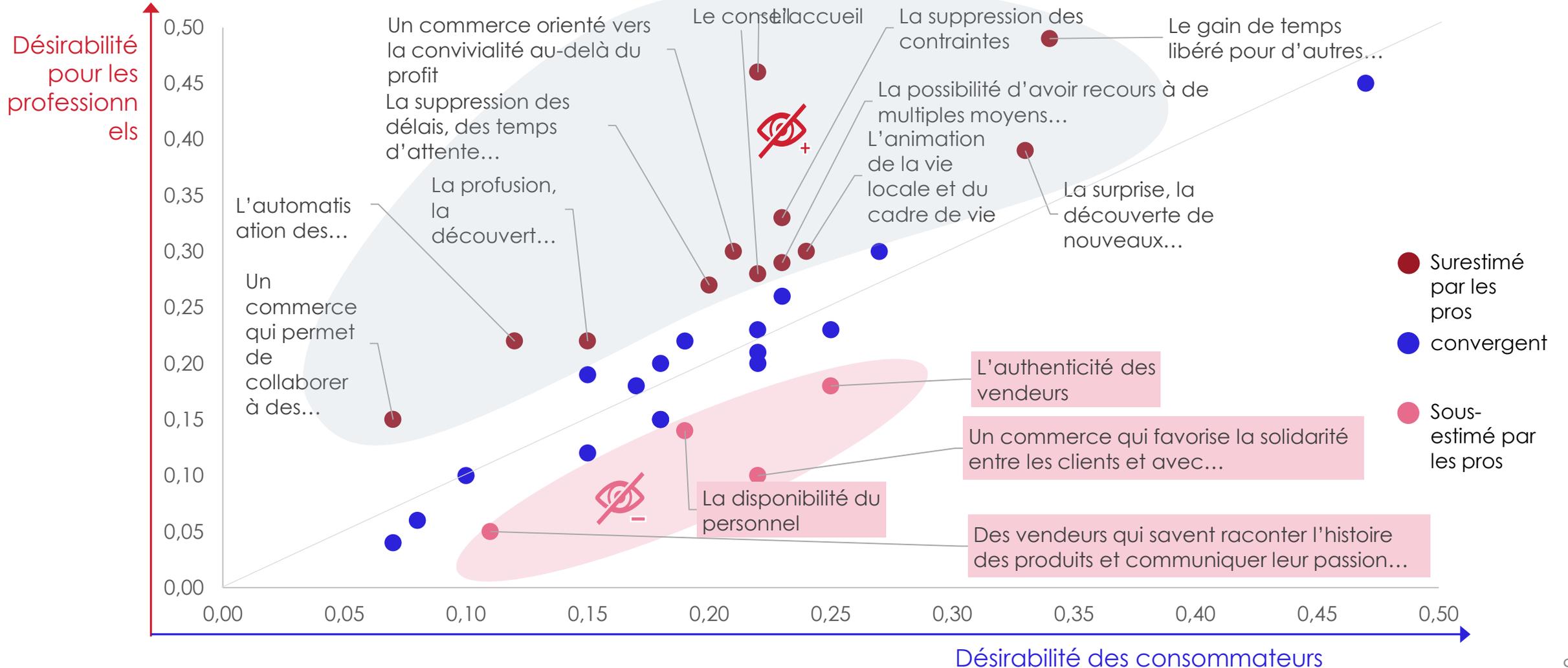


- Des magasins avec des vendeurs et conseillers qui mettent l'accent sur l'accueil, le conseil et la dimension humaine du commerce
- Des magasins dans lesquels les technologies numériques (applications smartphone, bornes digitales, caisses automatiques...) permettent de faciliter voire d'automatiser les courses

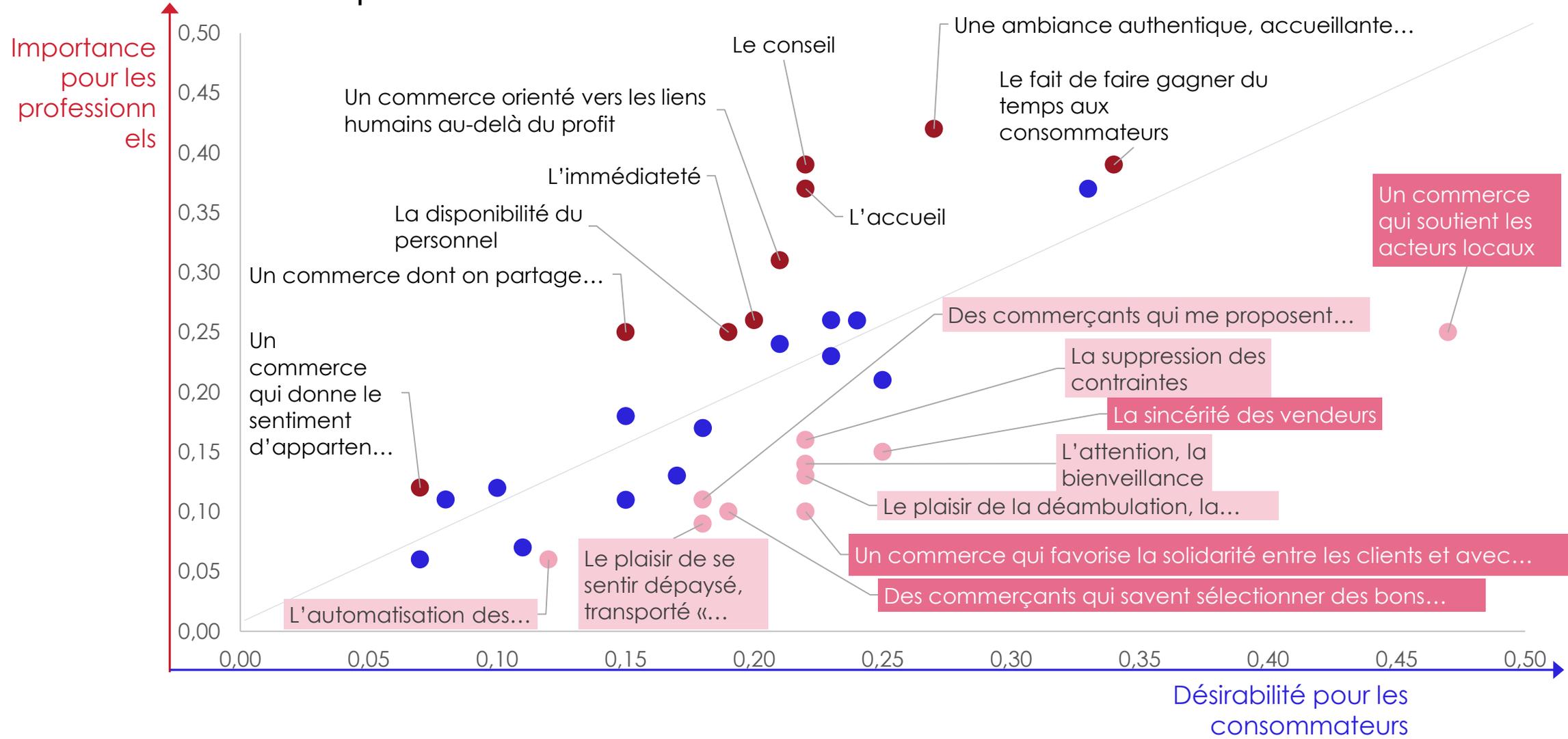


- Des magasins avec des vendeurs et conseillers qui mettent l'accent sur l'accueil, le conseil et la dimension humaine du commerce
- Des magasins dans lesquels les technologies numériques (applications smartphone, bornes digitales, caisses automatiques...) permettent de faciliter voire d'automatiser les courses

Des composantes « humaines » dont les professionnels sous-estiment la désirabilité



Des composantes « humaines » dont les professionnels sous-évaluent l'importance



Des composantes « humaines » dont les professionnels sous-estiment la désirabilité

A retenir

- › Authenticité des vendeurs / Sincérité des vendeurs
- › Disponibilité du personnel
- › Des vendeurs qui savent raconter l'histoire des produits et communiquer leur passion
- › Un commerce qui soutien les acteurs locaux
- › Un commerce qui favorise des liens de solidarité entre les clients et avec l'environnement local

Des attentes génériques, indépendamment des scénarios préférés, qui constituent le socle du commerce idéal de demain

« Parmi les différentes caractéristiques de ce scénario, quelles sont celles qui vous attirent le plus ? »

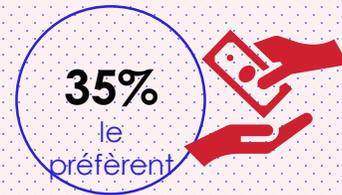
Base totale consommateurs, n=1000

Pour ceux qui préfèrent le commerce accompagné



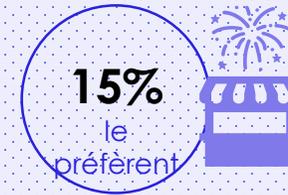
38%	Un commerce qui soutient les acteurs locaux
21%	Le fait de faire gagner du temps aux consommateurs
19%	La surprise, la découverte de nouveaux produits
17%	La sincérité, le naturel, l'authenticité et le caractère non « formaté » du personnel
15%	L'animation de la vie locale et du cadre de vie

Pour ceux qui préfèrent le commerce de liens



35%	Un commerce qui soutient les acteurs locaux
18%	La surprise, la découverte de nouveaux produits
17%	L'animation de la vie locale et du cadre de vie
17%	Le fait de faire gagner du temps aux consommateurs
15%	La possibilité d'avoir recours à de multiples moyens d'approvisionnement

Pour ceux qui préfèrent le commerce distractif

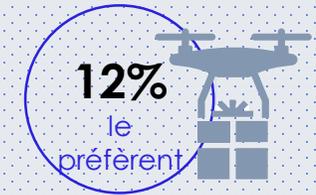


24%	Un commerce qui soutient les acteurs locaux
21%	La surprise, la découverte de nouveaux produits
20%	Le fait de faire gagner du temps aux consommateurs
17%	Une ambiance authentique, accueillante et conviviale
15%	Les courses comme moment pour s'évader des contraintes du quotidien

Attente générique

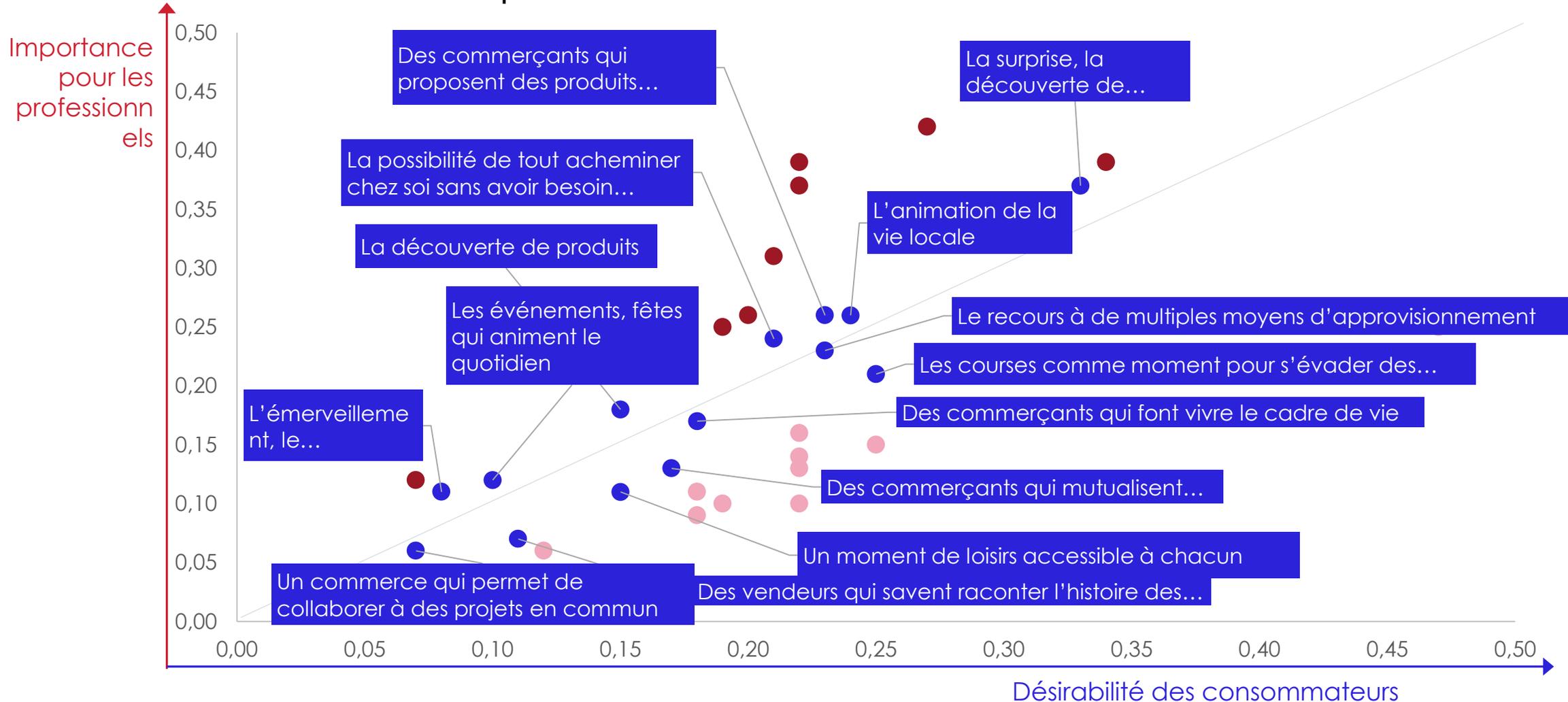
Attente générique expérientielle

Pour ceux qui préfèrent le commerce hyper-fluide



21%	La possibilité de tout acheminer chez soi sans avoir besoin d'aller en magasin
19%	Un commerce qui soutient les acteurs locaux
17%	Le fait de faire gagner du temps aux consommateurs
17%	La surprise, la découverte de nouveaux produits
15%	L'accueil

Un socle générique du commerce idéal sur lesquels convergent consommateurs et professionnels



Des compétences humaines en tête des priorités des professionnels mais un hiatus dans l'appréciation des défis à relever

- Des compétences humaines pointées comme prioritaires pour demain
- Un enjeu de montée en compétences du personnel dans la fonction de conseil et d'accompagnement qui apparaît comme le plus important mais aussi le plus facile à relever

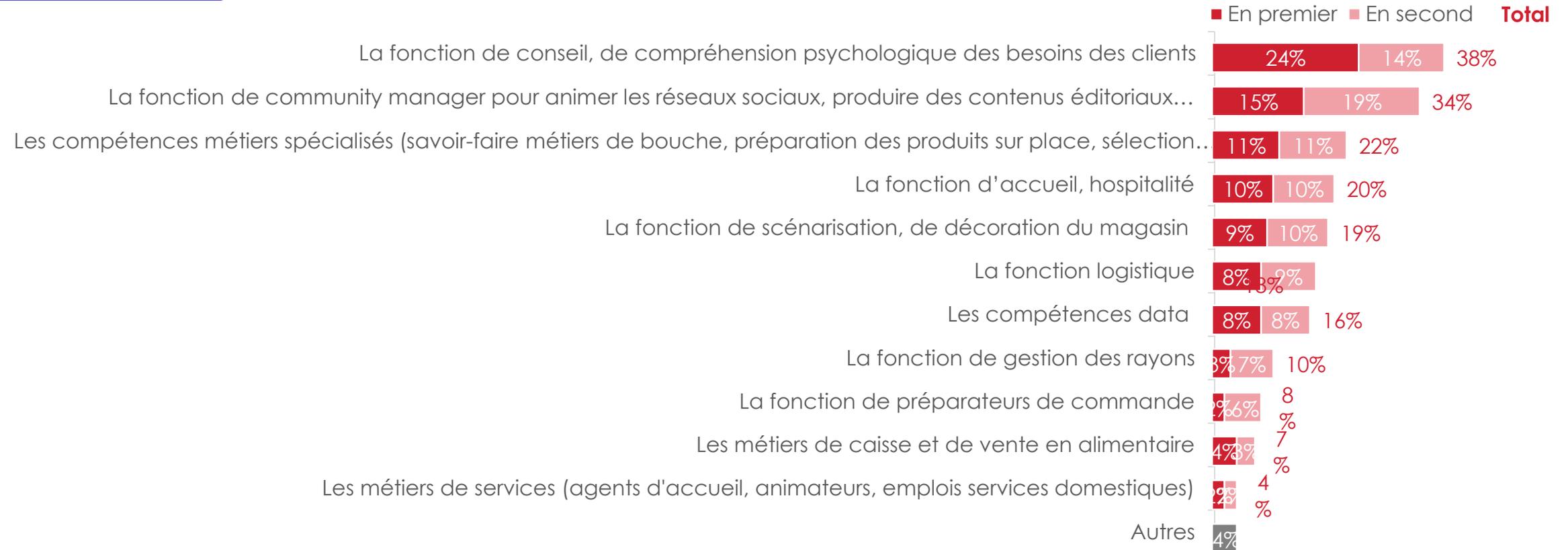


Des compétences prioritaires pour demain dont les plus importantes se positionnent du côté de l'humain

« Quelles sont selon vous les compétences clé qu'il sera nécessaire à votre entreprise de maîtriser pour s'adapter aux mutations en cours et à venir dans le secteur du commerce ? »

Base totale professionnels, n=250

Professionnels

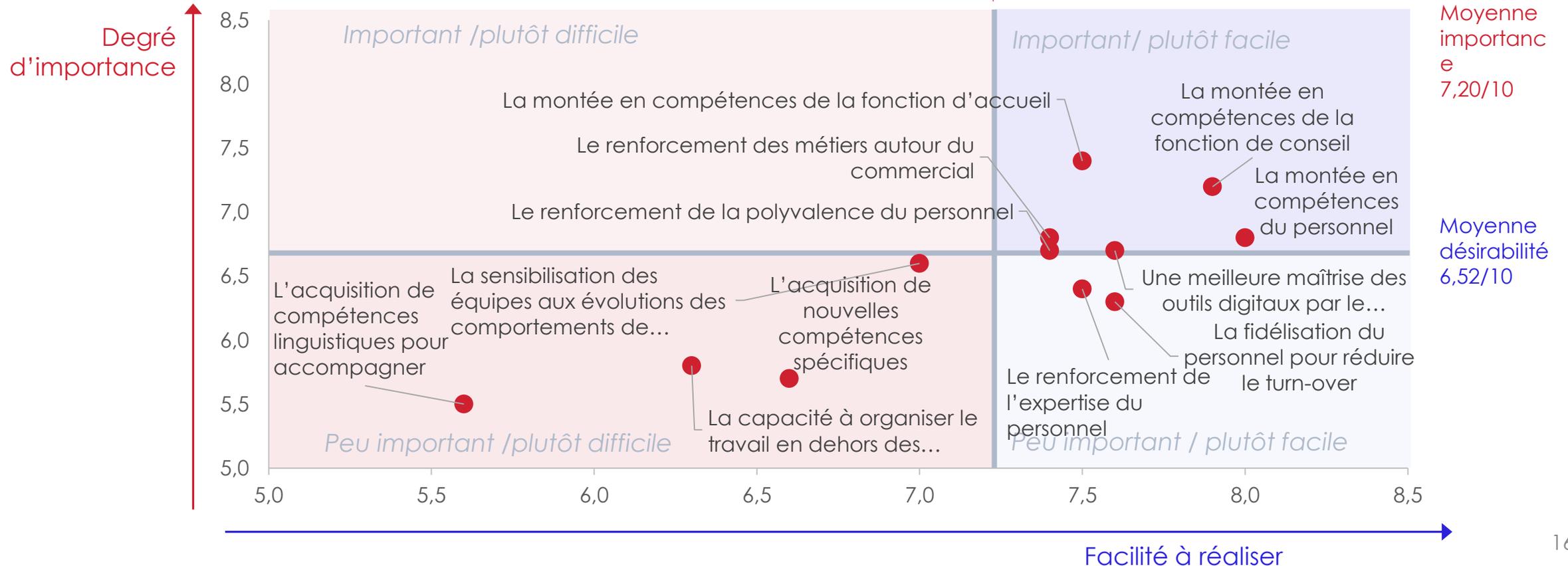


Une montée en compétences dans le domaine de l'accueil et du conseil qui apparaît comme l'enjeu à la fois le plus important

Mapping : enjeux selon leur degré d'importance et de difficulté à les relever

Base totale professionnels, n=250

Professionnels



Une montée en compétences dans le domaine de l'accueil et du conseil

A retenir

- › La montée en compétences de la fonction d'accueil
- › La montée en compétences de la fonction de conseil
- › Le renforcement des métiers du commercial
- › Le renforcement de la polyvalence du personnel
- › La montée en compétences de la fonction de conseil

Les piliers du commerce idéal de demain

Un commerce idéal dont les leviers d'attractivité se dessinent du côté de l'accompagnement

et des liens

- L'accompagnement : à condition de laisser aux consommateurs l'initiative/le choix de la relation
- Les liens : le soutien à l'économie locale, la solidarité et la convivialité

Mais une attention particulière à porter à des leviers de désirabilité sous les radars des

professionnels

- le caractère sincère et authentique des vendeurs, la solidarité et le soutien aux acteurs locaux, les services

Des leviers de désirabilité à ancrer dans un socle d'attentes « génériques »

- Du côté fonctionnel : le gain de temps
- Du côté expérientiel : la surprise, la découverte des produits

Merci de votre attention