

Commerc' en Pays Roussillonnais

La news

Lettre trimestrielle - juin 2016 - n° 5

Edito

Chères commerçantes,
chers commerçants,

L'enquête que nous avons réalisée auprès de certains d'entre vous ces dernières semaines, nous a confirmé l'intérêt que vous portez à cette lettre d'information.

Dans ce numéro, nous avons tenté de prendre en compte les propositions d'amélioration que vous avez pu nous soumettre.

A ce titre, nous faisons le choix de laisser une place toujours plus importante à ceux d'entre vous qui souhaitent partager leur expérience.

En ce qui concerne les contenus, nous poursuivons notre cycle consacré à la diversification commerciale avec un dossier sur une thématique sensible : le commerce en ligne et son impact sur vos activités.

Nous continuons à mettre en avant les différents acteurs locaux qui œuvrent en faveur du commerce avec notamment la mise en place d'actions concrètes spécifiquement imaginées pour vous. N'hésitez pas à en bénéficier !

Nous vous souhaitons une excellente lecture de ce cinquième numéro.

Francis Charvet
Président

Roberte Di Bin
Vice-Présidente au Commerce

Dossier

« La boutique en ligne : voie de diversification ou concurrence pour les commerces de proximité ? »

La question du commerce en ligne divise les commerçants.

Concurrence déloyale pour certains, véritable opportunité de développement pour d'autres, les boutiques sur internet présagent-elles, à terme, de la disparition des boutiques

physiques ? Sandrine Gravier, gérante de Néocelle à Assieu et Christelle Thivolle, Papillon et Basilic à Agnin, ont accepté de nous faire part de leur point de vue sur la question. Regards croisés...



De l'importance de l'activité

Sandrine et Christelle interviennent sur deux activités très différentes : la création de bijoux fantaisie pour la première, la vente de produits alimentaires locaux et d'épicerie fine pour la seconde.

Lorsqu'on leur demande leur sentiment sur la vente en ligne, cette différence d'activité a une influence sur leur réponse. Sandrine, bien qu'elle n'ait pas d'opposition de principe sur le e-commerce, nous précise « [qu'elle] ne voit pas l'intérêt de disposer d'une e-boutique pour son activité car [sa] clientèle de proximité attend du conseil personnalisé. Il est important que mes clients touchent les

produits et se rendent compte... ».

Concernant ses clients en boutique, Christelle précise « [qu'elle] a eu l'opportunité de racheter une boutique en ligne existante en 2012, ce qui lui a permis de toucher une autre clientèle, moins proche, plus citadine... ». Il s'agissait donc, pour elle, de diversifier sa clientèle et ainsi de pouvoir conforter son activité en boutique.

Une relation bien différente avec les clients

L'un des principaux points de différence entre ces deux modes de commercialisation réside dans la relation client.



Dossier

Ainsi, Christelle explique qu'elle « est plus à même de conseiller ses clients en boutique qu'en ligne, ses clients à distance étant souvent dans une consommation "mono-produit" avec peu d'achat d'instinct. » Cependant elle est amenée « à apporter plus de conseils par téléphone aux clients de sa boutique en ligne que ce qu'elle avait imaginé au départ. »

Sandrine, quant à elle, précise que son activité impose une relation de proximité forte, impossible à avoir sur internet. « Mes clients attendent que je les guide dans leurs choix, que je comprenne leur besoin. De plus, il est indispensable qu'ils puissent venir me voir dans ma boutique suite à un achat pour que je règle un bijou par exemple. »



Une réelle concurrence ?

Les boutiques en ligne concurrencent-elles les boutiques physiques ? La réponse naturelle semble être oui mais pourtant, lorsque l'on évoque ce point, nos deux commerçantes sont plus nuancées.

Ainsi Sandrine confirme que « bien sûr les boutiques en ligne concurrencent nos commerces physiques », cependant elle ajoute immédiatement « en réalité cela n'a que peu d'impact sur mes clients existants mais cela se ressent sur les clients potentiels ».

Christelle fait le même constat lorsqu'elle nous explique : « il y a une réelle concurrence d'un point de vue général, mais la boutique en ligne me permet de toucher une clientèle qui ne viendrait pas dans mon commerce physique ». Parallèlement, elle note une différence de consommation entre ses différents clients : « sur internet, les achats se font à toute heure du jour et de la nuit, la façon de consommer est totalement différente ».



La vente en ligne, un réel investissement.

L'un des freins avancés par Sandrine concernant la vente en ligne est l'investissement que cela représente en termes de temps et d'argent. « Quand je vois le temps que je passe pour alimenter ma page Facebook et mon site, je ne vois pas comment je pourrai, en plus, gérer une boutique en ligne ».

Christelle, confirme cette appréhension. « La boutique en ligne constitue un véritable investissement tant au départ – l'achat d'une boutique existante pour elle – que tout au long de l'année. Cela demande du temps pour alimenter le site, préparer les commandes, poster les colis... Il a donc fallu que je m'organise. Et aujourd'hui, j'ai décidé de réinvestir de l'argent pour faire évoluer la boutique en ligne afin qu'elle réponde encore mieux aux attentes de mes clients sur internet. »



La boutique en ligne : www.place-o-gout.fr

Comme on peut le voir, le choix de se lancer dans la vente en ligne dépend de nombreux facteurs : l'activité, les produits, les capacités d'investissement... Véritable concurrence pour certains d'entre vous, la vente en ligne peut, *a contrario*, s'avérer un moyen de développement efficace de votre activité et participer, ainsi, à la sécurisation de votre boutique physique.

Sur le territoire :

- 6 ménages sur 10 réalisent des achats sur internet
- 79 % des actifs réalisent des achats sur internet contre 35 % des inactifs

Proportion des dépenses sur internet par secteur d'activité :

- Culture-loisirs : 13,2 %
- Équipement de la maison : 11,3 %
- Équipement de la personne : 9,1 %
- Coiffure et soin de beauté : 3,4 %
- Revues, magazines, journaux : 3,2 %

Source : Etude de consommation sur le SCOT des Rives du Rhône par AID Observatoire, décembre 2013.

Atelier Néocelle - 16 rue de la Varèze - 38150 Assieu - 07 86 00 27 90 - neocelle@gmail.com

Papillon et Basilic - 310 Route de Vienne - 38150 Agnès - 04 74 59 93 31 - info@papillonetbasilic.com

Accompagnement à la transmission-reprise

Pour favoriser le dynamisme de l'activité commerciale et artisanale et la préservation des savoir-faire et des emplois, la CCPR vous propose, en partenariat avec les chambres consulaires, un accompagnement personnalisé de votre projet de transmission-reprise pour un coût de 65 € HT.

+ d'informations : Laurence UNG, Chargée de mission Commerce - 06 40 13 11 70 - laurence.ung@ccpaysroussillonnais.fr

3 questions à... Eva Bala, Gérante de la boutique Eva Musique, à Salaise-sur-Sanne



Eva Bala

Pouvez-vous, en quelques mots, vous présenter ainsi que votre commerce ?

Ancienne enseignante en musique et musicologie, j'ai décidé de changer d'activité en 2009 pour ouvrir mon magasin de vente et réparation d'instruments de musique à Epinouze avant de transférer l'activité, ici, à Salaise, en 2012.

La création de la boutique est née du constat qu'il n'y avait plus de magasin de musique sur le territoire et que, pour acheter ou réparer leurs instruments, les élèves des conservatoires et écoles de musique devaient se rendre sur Lyon ou Valence. Face à cette situation, il m'a semblé pertinent de réintroduire cette activité localement.

Dans le cadre de votre activité, vous accueillez et formez des apprentis ? Pourquoi ce choix ?

Le choix d'accueillir mon premier apprenti s'est fait relativement rapidement après mon installation à Epinouze. C'est d'abord le fruit d'une rencontre et d'une demande d'un ancien élève de l'Institut Technologique Européen des Métiers de la Musique – ITEM, la seule école formant à ces métiers en France.

J'avais moi-même été formée pendant 3 ans aux techniques de réparation des instruments par un artisan en passe de prendre sa retraite et cela me semblait important de permettre à un jeune, passionné, d'en faire de même. Parallèlement, l'accueil d'Adrian a permis l'élargissement de notre offre notamment concernant les réparations des « cuivres ».

Aujourd'hui, devant la qualité de son travail, des clients viennent de loin uniquement pour que ce soit lui qui entretienne ou répare leur instrument. C'est une superbe reconnaissance !

Selon vous, l'apprentissage est-il une opportunité pour les commerces pour transmettre leurs savoir-faire et ainsi assurer la pérennité de leur activité ?

Concernant des métiers tels que le mien, je pense que l'apprentissage est essentiel si on veut les faire perdurer. Dans

la promotion d'Adrian, ils ne sont que 3 faute d'avoir trouvé des maîtres de stage ! De même, il me semble essentiel de transmettre sa vision du métier, son savoir-faire, et, en ce qui me concerne, mon amour de l'instrument.

La réalité actuelle est que notre métier est en train de disparaître et qu'il n'existe pratiquement plus de magasin de musique, tous ayant fermé les uns après les autres. Au final, les musiciens doivent faire effectuer les réparations hors boutique, sans contact réel avec ceux qui vont travailler sur leur instrument.

Dans une structure « petite et jeune » comme Eva Musique, la présence d'un apprenti est une véritable valeur ajoutée qui permet d'élargir notre offre mais également de poser un regard plus jeune sur notre activité et ainsi de la développer dans une direction à laquelle je n'aurais peut-être pas pensé seule.



Eva Musique
130 rue des Glières / Salaise-sur-Sanne
04 74 86 07 81 - www.eva-musique.com

Le Saviez-vous ?

Faites évoluer votre commerce grâce au client mystère

La Chambre des Métiers et de l'Artisanat de l'Isère, en partenariat avec la CCPR, vous propose un diagnostic commercial de votre boutique via un dispositif spécifique s'appuyant sur la visite d'un client mystère.

Qu'est-ce qu'un client mystère ? Il s'agit d'une personne qui se présente anonymement dans votre commerce et se fait passer pour un client afin d'observer, en condition réelle, le fonctionnement de celui-ci.

L'accompagnement : il se déroule sur 2,5 jours et comprend un pré-diagnostic commercial, la visite du client mystère, une synthèse avec restitution et mise en place d'un plan d'action.

L'intérêt de la démarche : cet accompagnement, vous offre la possibilité de **prendre du recul** sur votre activité, de **faire le point sur votre stratégie commerciale**, de **bénéficier d'un regard extérieur** pour identifier d'éventuels points d'amélioration, de **disposer d'un plan d'action individualisé** pour mettre en valeur votre point de vente et **d'être accompagné** dans la mise en œuvre de ce plan.

Pour en savoir plus :

Laurence UNG, Chargée de mission Commerce
06 40 13 11 70 - laurence.ung@ccpaysroussillonnais.fr

Coût à charge du commerçant : 105 € (coût réel 1 125 €)

Zoom sur...

La vitrophanie en place sur le territoire...

Nous l'évoquions dans le dernier numéro, c'est désormais chose faite. Trois vitrines de commerces en attente de nouveaux propriétaires, sont aujourd'hui habillées d'une vitrophanie les rendant plus esthétiques et attrayantes.



Pour en savoir plus : Laurence UNG - 06 40 13 11 70 - laurence.ung@ccpaysroussillonnais.fr

En Bref

... Ad'AP, attention aux arnaques

Si vous êtes contacté par téléphone par une société qui vous propose de vous aider dans le dépôt de votre dossier pour l'Agenda d'Accessibilité Programmée, **méfiez-vous** ! De nombreuses arnaques sont actuellement en cours et certains commerçants ont subi des préjudices financiers importants.

En cas de doute, ne prenez aucun engagement et rapprochez-vous de votre Chambre consulaire ou de la Direction départementale des territoires (DDT).

... Agenda des animations :

Pour vous la qualité de l'accueil de vos clients est fondamentale ? Offrez-leur un nouveau service en devenant relais du Calendrier des animations touristiques du Pays Roussillonnais. L'office de tourisme mettra gratuitement à votre disposition des calendriers si vous avez envie de vous impliquer dans la promotion du territoire. Un questionnaire à remplir vous sera remis pour faire votre demande.

En retour, vous serez valorisé comme commerçant partenaire de l'accueil sur le site internet de l'office.

Pour en savoir plus :

infos@tourisme-pays-roussillonnais.fr
04 74 86 72 07

... Permanences ADIE

Uniquement sur rendez-vous

- CCPR : *mercredis 6 juillet, 7 sept. et 5 octobre - matin*
- Pôle Emploi Roussillon : *mercredis 6 juillet, 7 sept. et 5 octobre - après-midi*

Caroline Belouzard : cbelouzard@adie.org
06 83 64 80 22 - www.adie.org

... Permanences IRP

Uniquement sur rendez-vous

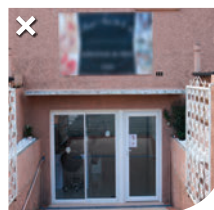
- CCPR : *tous les jours*
- Pôle Emploi Roussillon : *mercredis 6 juillet, 7 sept. et 5 octobre - matin*

Elodie Nguyen : enguyen.rpi@gmail.com -
09 72 28 38 00 - 06 52 82 81 19
www.initiativehonepluriel.com

Détente

Qui est qui ?

Retrouvez quelle vitrine correspond à quelle activité et son lieu d'implantation...



- 1- Garage automobile
- 2- Salon de beauté
- 3- Boulangerie
- 4- Bar restaurant

- A- Chapelle de Surieu
- B- Roches de Condrieu
- C- St Romain de Surieu
- D- Anjou

Découvrez la réponse dans le prochain numéro...

Pour recevoir les prochaines newsletters uniquement par mail, merci d'adresser votre demande à : laurence.ung@ccpaysroussillonnais.fr

Newsletter CCPR - Trimestrielle
Juin 2016 - n° 5



Directeur de la publication :
Francis Charvet
Conception / rédaction : Cum Gaïa
Photos : CCPR / Cum Gaïa
Impression : Imprimerie Fauchery
Impression sur du papier recyclé

Communauté de Communes
du Pays Roussillonnais
Rue du 19 mars 1962
38556 Saint-Maurice-l'Exil
Tél. 04 74 29 31 00
Fax 04 74 29 31 09

www.ccpaysroussillonnais.fr