

CARNET DE TENDANCE 2018





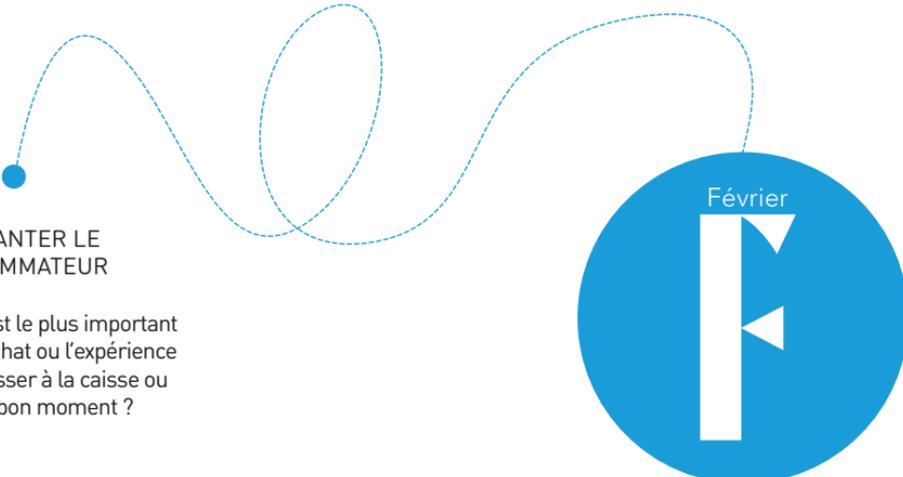
LESTOUX &
ASSOCIÉS

Quand les plus forts consommateurs en drive sont aussi les adeptes de la vente directe, quand les surfaces de vente et les taux de vacance augmentent en centre-ville et en périphérie, quand le commerce de proximité doit se ré-inventer, quand le digital a besoin du magasin physique pour accélérer ses ventes, quand le commerce territorial ne peut plus se passer de vitrine numérique... c'est que le monde du commerce vit un sacré chamboulement, une (r)évolution sans précédent... Pour s'y repérer et imaginer les espaces commerciaux de demain nous vous proposons de partager 12 mots qui risquent de changer (ou vont changer) le commerce de demain...

LE POUVOIR DU NON

Avec le digital, le consommateur (re) devient roi et se dote de nouveaux pouvoirs dont celui de dire non au commerce territorial qui ne s'adapterait pas à ses modes de vie. On réfléchit horaires, services et adaptation aux nouveaux temps sociaux ?



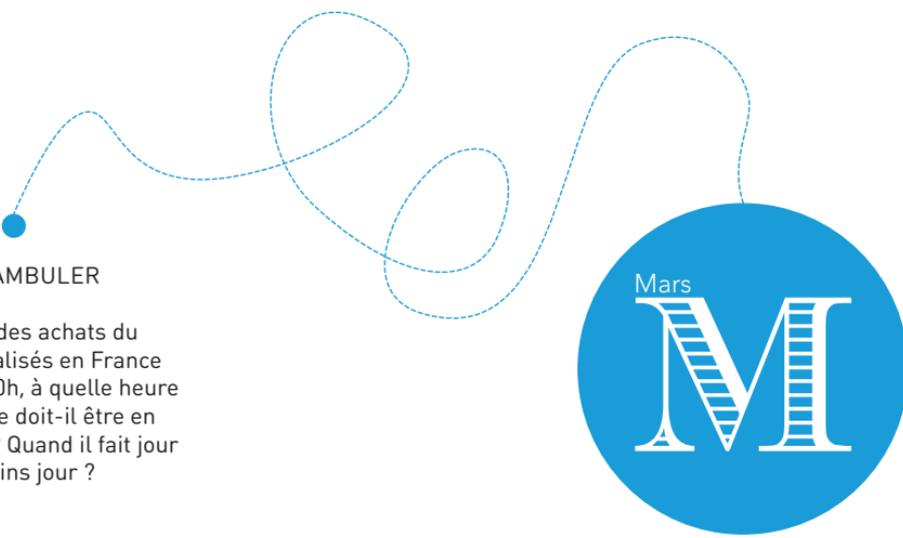


ENCHANTER LE
CONSOMMATEUR

Qu'est-ce qui est le plus important
aujourd'hui, l'achat ou l'expérience
shopping ? Passer à la caisse ou
passer un bon moment ?

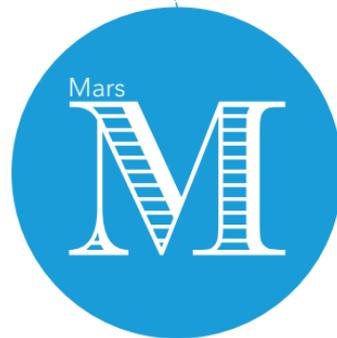
Février





NOCTAMBULER

Avec 70% des achats du quotidien réalisés en France entre 17h et 20h, à quelle heure le commerce doit-il être en pleine forme ? Quand il fait jour ou moins jour ?





L'À PEU PRIX

Pourquoi courir après des prix plus bas que bas alors que le consommateur ne connaît pas (à 10% près) le vrai prix de ses produits du quotidien ? D'ailleurs le consommateur cherche-t-il des prix toujours plus bas ou cherche-t-il la promotion, la bonne affaire ?

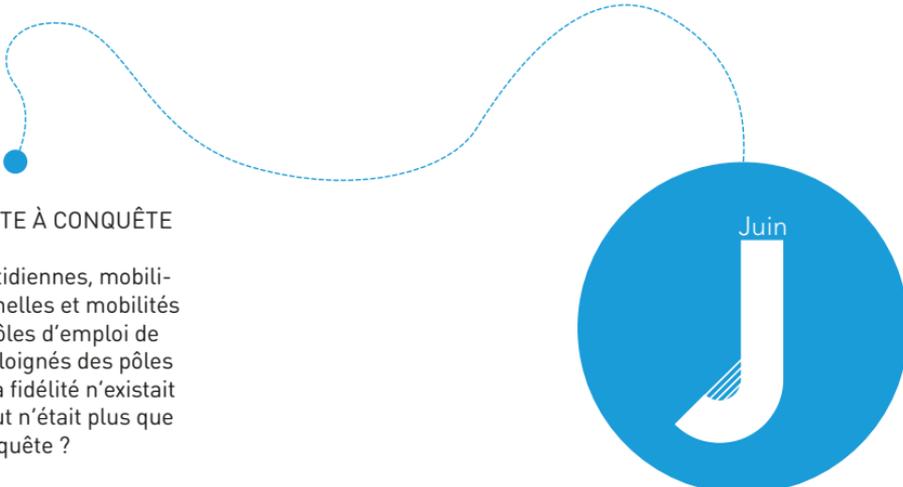




LA FIN DU LIBRE-SERVICE

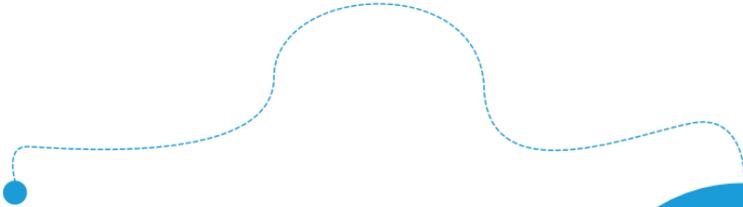
Conciergerie, livraison à domicile... Et si 2017 avait marqué un changement de modèle dans lequel le commerce ira de plus en plus vers le consommateur ?
Et si 2018 était l'année de l'innovation pour les nouveaux services à la clientèle ?





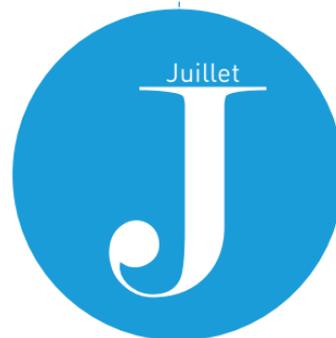
DE CUEILLETTE À CONQUÊTE

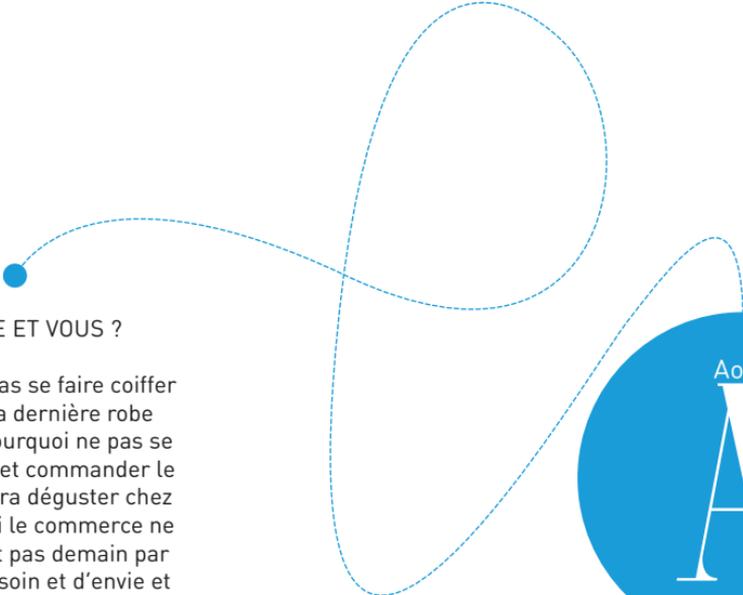
Mobilités quotidiennes, mobilités professionnelles et mobilités familiales, pôles d'emploi de plus en plus éloignés des pôles de vie... Et si la fidélité n'existait plus ? Et si tout n'était plus que conquête ?



ROC-ON OU ROC-OFF

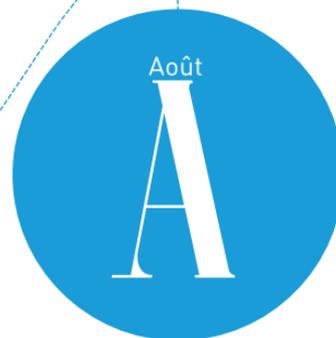
Recherche On-line et
Consommation achat Off-line ou
bien l'inverse ? Les Roc-Off et
les Roc-On co-habitent mais les
Roc-Off sont aujourd'hui les plus
présents en France... Bienvenue
dans l'ère du Web to Store.

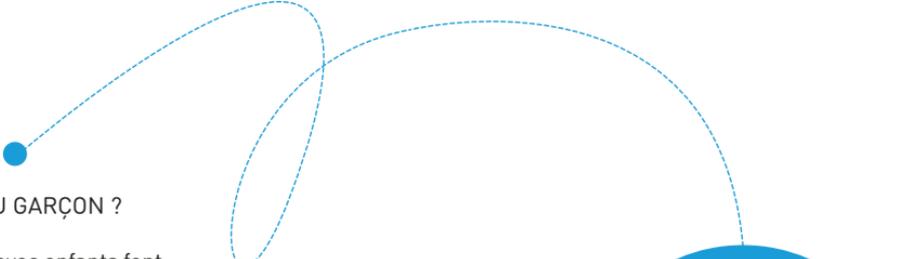




HYBRIDE ET VOUS ?

Pourquoi ne pas se faire coiffer
et acheter la dernière robe
tendance ? Pourquoi ne pas se
faire un resto et commander le
vin que l'on fera déguster chez
soi ? Pourquoi le commerce ne
s'organiserait pas demain par
univers de besoin et d'envie et
non plus par code APE ?
Un commerce hybride...





FILLE OU GARÇON ?

Les familles avec enfants font partie des segments de population les plus consommateurs sur le net et souvent les moins consommateurs en centre-ville. N'aurait-on pas omis la ludicité des centre-villes, des restaurants et des espaces commerciaux ? N'aurions-nous pas omis que, fille ou garçon, l'enfant était un prescripteur ? Ne serait-il pas intéressant de mieux prendre en compte la place de l'enfant dans les opérations urbaines ?

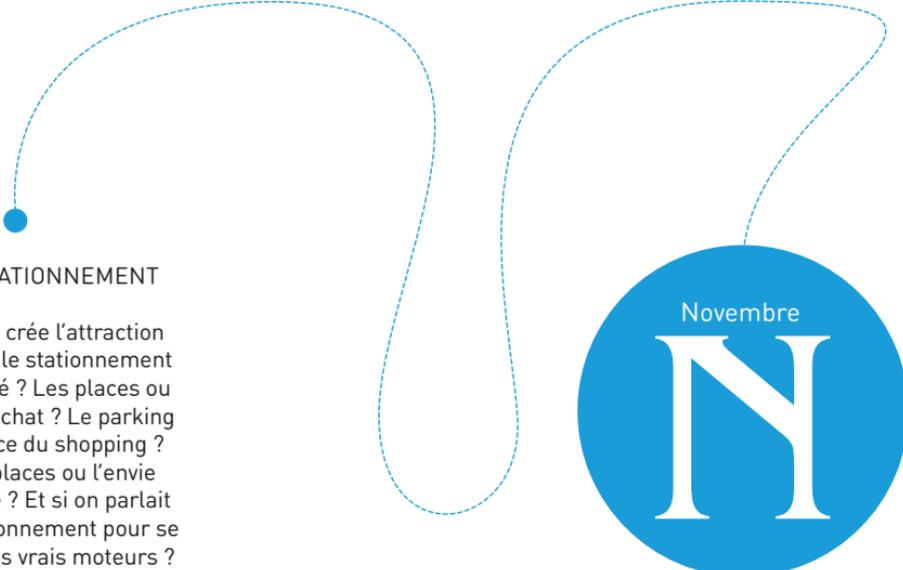




SI QUATRE FONCTIONS FONCTIONNENT...

Le commerce peut-il encore créer du flux seul alors que l'offre est supérieure à la demande ? Ou alors le commerce a-t-il besoin d'habitat, de services non marchands, de lieux de convivialité et d'emplois à moins de 3 minutes pour fonctionner ? Pour nous le (bon) fonctionnement des quatre fonctions (économique, identité, habitat, services) d'une polarité deviendra la condition à l'attractivité durable du commerce...



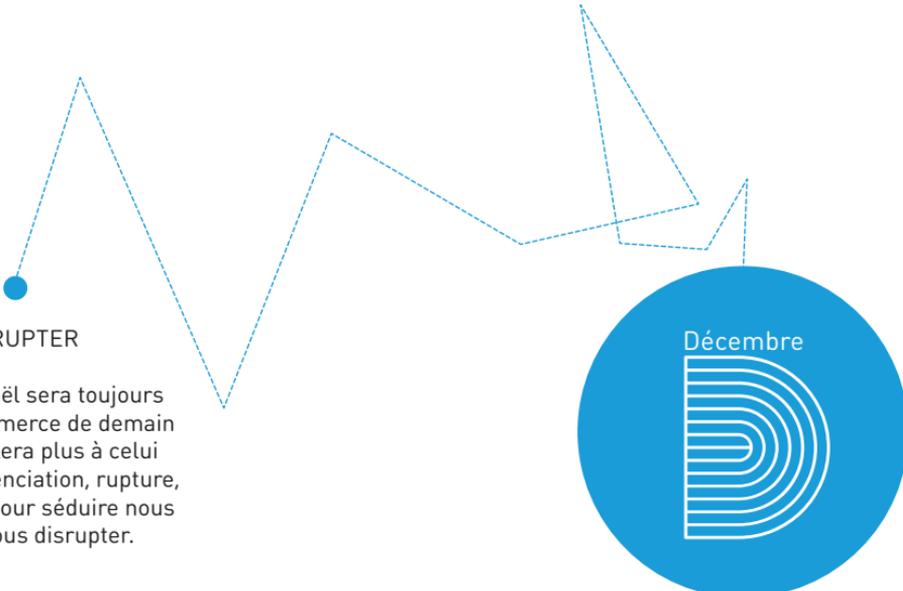


STOP AU STATIONNEMENT

Qu'est-ce qui crée l'attraction commerciale, le stationnement ou l'attractivité ? Les places ou l'ambiance d'achat ? Le parking ou l'expérience du shopping ?

Le prix des places ou l'envie de découverte ? Et si on parlait moins de stationnement pour se préoccuper des vrais moteurs ?





DISRUPTER

Si le Père Noël sera toujours rouge, le commerce de demain ne ressemblera plus à celui d'hier... Différenciation, rupture, innovation... Pour séduire nous devons tous disrupter.

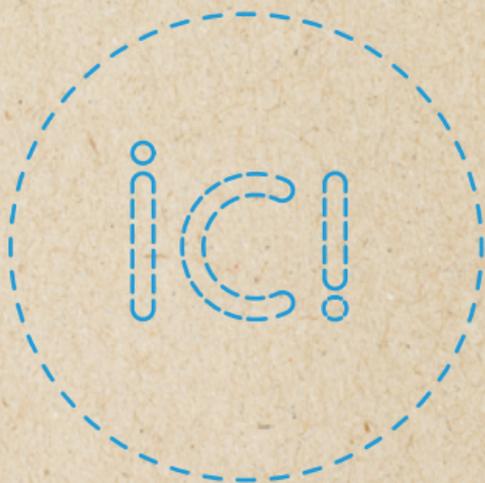
Décembre

VOS IDÉES POUR 2018



Vous avez d'autres idées,
d'autres mots totem ?

PARTAGEZ-LES AVEC NOUS



3 rue Villedeneu / 22400 Lamballe
126 bd Haussmann / 75008 Paris
Tél. 02 96 50 55 01

www.lestoux-associes.com