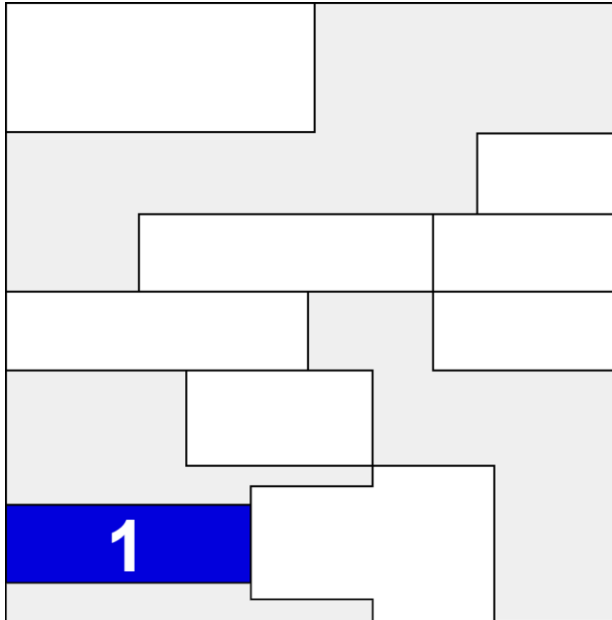


# Segment 1: Prestataires de services

Segments de la demande sur la marché des surfaces de vente

---




## 1.1 Prestataires de services: Introduction

Environ 50 % des entreprises utilisant des surfaces commerciales en Suisse et 25 % des employés appartiennent au segment des prestataires de services. Ce segment compte majoritairement de très petites entreprises, voire des particuliers, et des magasins spécialisés qui proposent des produits et/ou services de base et/ou des services complémentaires (mais hors alimentation). On trouve notamment dans le segment des prestataires de services les coiffeurs, pressings, fleuristes et pharmacies.



Les prestataires de services de base participent à l'approvisionnement local et ne sont donc pas uniquement présents dans les régions importantes mais également dans tous les types de centralités commerciales tels que des zones résidentielles, les gares, les centres commerciaux ou les centres-villes. L'offre du prestataire de services est consommée de manière ciblée. Le potentiel d'achats liés ou combinés avec d'autres produits et services est plutôt faible de sorte que les exigences d'emplacement sont généralement plus faibles que pour la plupart des utilisateurs de surfaces commerciales. Un certain degré de visibilité pour les passants et une bonne accessibilité en transports en commun et à pied sont toujours des caractéristiques importantes et peuvent être un atout important pour l'augmentation du chiffre d'affaire, ce qui accroît également la prédisposition à payer un loyer plus élevé. Les prestataires de services louent des locaux soit sur un seul étage dans un immeuble à usage mixte, soit dans des centres commerciaux et occupent une surface relativement petite. Leur niveau d'équipement est plutôt simple, mais aussi parfois élevé, l'aménagement des espaces et la flexibilité des surfaces sont moyens. Des exigences complémentaires quant aux locaux, telles qu'une pièce supplémentaire, ne sont pas envisageables. L'efficacité de l'espace (rentabilité) est plutôt faible, sauf pour les pharmacies.

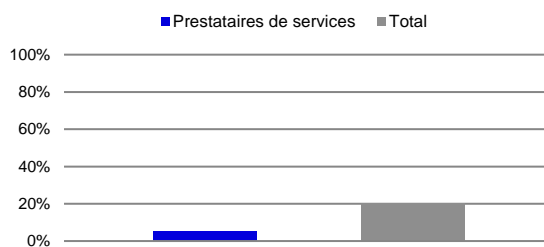
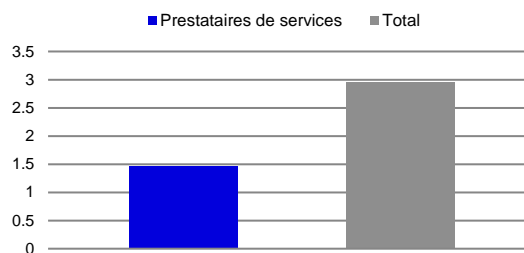
## 1.2 Qui sont les Prestataires de services?

Caractéristiques	Manifestation typique
Rentabilité (marge brute par m2 en CHF)	<div style="display: flex; justify-content: space-between; align-items: center;"> <span>Bas</span>  <span>Haut</span> </div>
Exploitations typiques	Services de nettoyage à sec, salon de coiffure, pharmacie, fleuriste, cordonnerie, copyshop
Type de commerce	Prestataire de services, entreprise spécialisée
Nouveaux formats / concepts pertinents	Shop sharing, format hybride

Quels groupes de produits seront principalement des Prestataires de services vendus ?

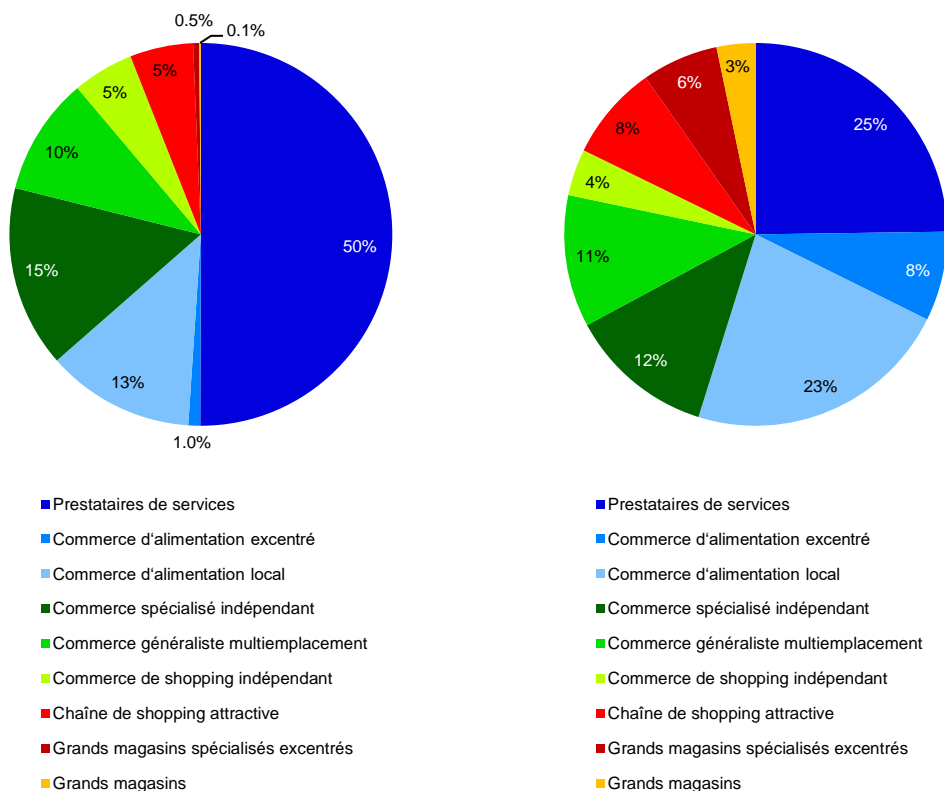
Alimentation et produits liés	<input type="checkbox"/>
Soins pour la santé et le corps	<input checked="" type="checkbox"/>
Vêtements/Chaussures	<input type="checkbox"/>
Grands magasins / différents types de produits	<input type="checkbox"/>
Optique/Photos	<input type="checkbox"/>
Montres/Bijoux	<input type="checkbox"/>
Livres/Papeterie	<input type="checkbox"/>
Sport	<input type="checkbox"/>
Jouets	<input type="checkbox"/>
Produits électriques et électroniques	<input type="checkbox"/>
Magasin de bricolage et jardinage	<input type="checkbox"/>
Meuble/équipement	<input type="checkbox"/>
Autres biens et services	<input checked="" type="checkbox"/>

Caractéristiques	Manifestation typique
Nombre moyen d'employés par entreprise (2021)	1.5 Emplois à plein temps
Surfaces nécessaires	50 - 200 m2
Aire de chalandise	Petite, locale
Les chaînes de magasins (2021)	5.2%

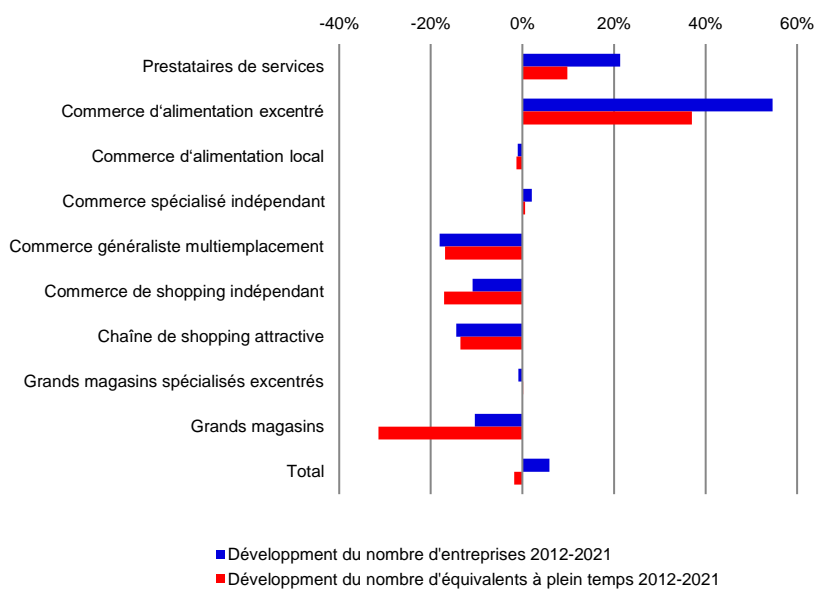


### 1.3 Prestataires de services: Distribution

Répartition des entreprises suisses (à gauche) et des équivalents plein temps (à droite) sur le marché des surfaces commerciales (2021)




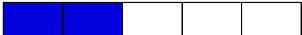

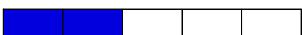

### Développement du nombre d'entreprises et d'équivalents à plein temps 2012-2021 (Suisse)



## 1.4 Comment vendent les Prestataires de services?

Caractéristiques	Manifestation typique																																	
Localisation des points de vente	Tout type de lieu dans la ville, aux intersections, dans les quartiers résidentiels, dans les centres commerciaux, accessible à pied																																	
	<table border="1"> <caption>Données du graphique à barres</caption> <thead> <tr> <th>Catégorie</th> <th>Prestataires de services (%)</th> <th>Total (%)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Grands centres</td> <td>~18</td> <td>~18</td> </tr> <tr> <td>Centres moyens</td> <td>~15</td> <td>~15</td> </tr> <tr> <td>Petits centres</td> <td>~10</td> <td>~10</td> </tr> <tr> <td>Communes suburbaines</td> <td>~25</td> <td>~25</td> </tr> <tr> <td>Communes à revenu élevé</td> <td>~5</td> <td>~5</td> </tr> <tr> <td>Communes périurbaines</td> <td>~10</td> <td>~10</td> </tr> <tr> <td>Communes touristiques</td> <td>~5</td> <td>~5</td> </tr> <tr> <td>Communes industrielles et tertiaires</td> <td>~10</td> <td>~10</td> </tr> <tr> <td>Communes pendulaires rurales</td> <td>~5</td> <td>~5</td> </tr> <tr> <td>Communes agraires-mixtes</td> <td>~5</td> <td>~5</td> </tr> </tbody> </table>	Catégorie	Prestataires de services (%)	Total (%)	Grands centres	~18	~18	Centres moyens	~15	~15	Petits centres	~10	~10	Communes suburbaines	~25	~25	Communes à revenu élevé	~5	~5	Communes périurbaines	~10	~10	Communes touristiques	~5	~5	Communes industrielles et tertiaires	~10	~10	Communes pendulaires rurales	~5	~5	Communes agraires-mixtes	~5	~5
Catégorie	Prestataires de services (%)	Total (%)																																
Grands centres	~18	~18																																
Centres moyens	~15	~15																																
Petits centres	~10	~10																																
Communes suburbaines	~25	~25																																
Communes à revenu élevé	~5	~5																																
Communes périurbaines	~10	~10																																
Communes touristiques	~5	~5																																
Communes industrielles et tertiaires	~10	~10																																
Communes pendulaires rurales	~5	~5																																
Communes agraires-mixtes	~5	~5																																
Aménagement de l'espace/des étages	Rectangulaire, pratique																																	
Terrain	Aucun terrain privé																																	
Type d'immeuble	Objet multi-usage, boutique indépendante de taille moyenne, centre																																	
Nombre d'étages	Un étage																																	
Architecture	Moderne, classique, objet de prestige historique																																	
Accès	Accès et livraison peu exigeants																																	
Flexibilité de surface	Moins importante																																	
Fourniture standard	Plutôt simple, supérieur isolé																																	
Exigences en termes de surfaces de vente	Pas d'exigences particulières																																	

## 1.5 Les caractéristiques des produits et services

Caractéristiques	Manifestation typique	
Type de marchandise	Majorité des prestations de base	
Achat spontané/achat ciblé	Ciblé	<p>Ciblé <span style="float: right;">Spontané</span></p> 
Diversité de l'assortiment de produits	Étroit	<p>Étroit <span style="float: right;">Large</span></p> 
Profondeur de l'assortiment de produits	Plutôt plat	<p>Plat <span style="float: right;">Profond</span></p> 
Potentiel d'achats groupés	Faible	<p>Bas <span style="float: right;">Haut</span></p> 
Terme de la demande	Moyen terme	<p>Court terme <span style="float: right;">Long terme</span></p> 
Gamme de prix	Prix moyen	

## 1.6 Prestataires de services: Point de vente

Le processus de recherche d'une surface de bureau est caractérisé par les préférences et les contraintes qui agissent sur la demande. Les informations suivantes traduisent sur le résultat final de ces processus.

Caractéristiques	Manifestation typique
Rôle du commerce de détail	<p>Non pertinent dans un centre      Participe à l'approvisionnement local      Pertinent dans un centre      Générateur de centre</p>
Accessibilité en mobilité individuelle (incl. à pied)	<p>Plûtot moins importante</p> <p>Moins important      Important</p>
Accessibilité en transports publics (incl. Parking)	<p>Importante</p> <p>Moins important      Important</p>
Avantage de l'agglomération	<p>Secondaire</p> <p>Moins important      Important</p>
Clientèle de passage	<p>Plûtot moins importante</p> <p>Moins important      Important</p>
Visibilité	<p>Moyenne</p> <p>Moins important      Important</p>
Image du lieu de vente	<p>Secondaire</p> <p>Moins important      Important</p>