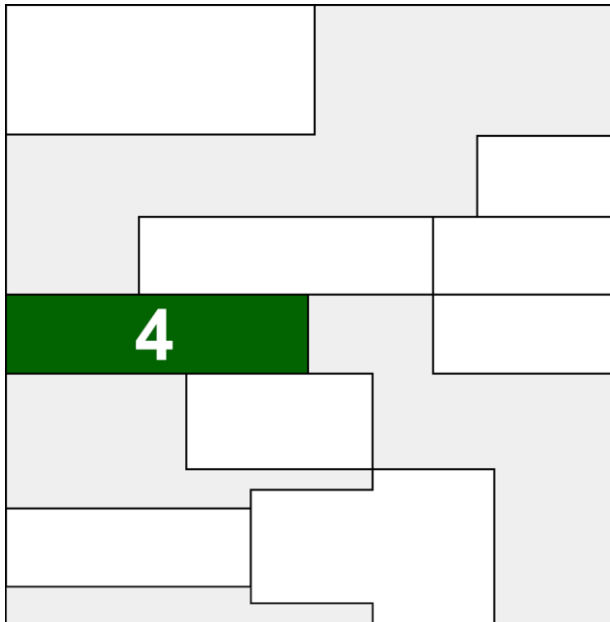


# Segment 4: Commerce spécialisé indépendant

Segments de la demande sur la marché des surfaces de vente

---



#### 4.1 Commerce spécialisé indépendant: Introduction

Environ 15 % des entreprises utilisant des surfaces commerciales en Suisse et 12 % des employés appartiennent au segment des commerces spécialisés indépendants. Ce segment comprend principalement des boutiques indépendantes vendant des produits alimentaires et autres produits associés, des biens tels que des tissus ou des tapis, des livres et d'autres biens durables. Ces commerces se trouvent principalement dans les zones périphériques des grandes villes, à l'entrée ou à la sortie des villes ou dans les zones résidentielles. Les commerces spécialisés indépendants sont notamment les boutiques de vin (vinothèque), les vendeurs de motos et les marchands de tapis.

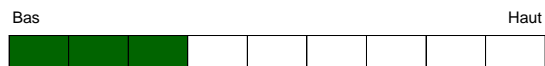


En raison de l'offre spécialisée, de la profondeur élevée de la gamme et de sa largeur faible, les clients sont souvent existants et possèdent des attentes (motivation à la consommation) plutôt élevées. Comme la plupart des petites boutiques offrant des prestations supplémentaires ou de luxe, un emplacement central n'est pas pertinent et un emplacement classique n'est pas une obligation car ce type de commerces est moins dépendant des clients de passage et de la visibilité de leur point de vente. Les commerces spécialisés indépendants se trouvent souvent des locaux occupant un étage dans un immeuble à usage mixte. La rentabilité en CHF par m<sup>2</sup>, ainsi que les exigences en termes d'expérience d'achat de la part des clients sont plutôt faibles, ce qui impacte à la baisse les attentes en termes de locaux et la capacité à payer un loyer élevé. Les besoins en termes d'accessibilité et de facilité de livraison ne sont pas très exigeants. Les exigences en termes d'emplacement sont généralement plus faibles que pour les autres segments de la demande de surfaces commerciales.

## 4.2 Qui sont les Commerce spécialisé indépendant?

Caractéristiques                      Manifestation typique

Rentabilité (marge brute par m2  
en CHF)



Exploitations typiques              Magasin de vin, commerce de bateaux, magasin de tapis, magasin  
d'antiquités

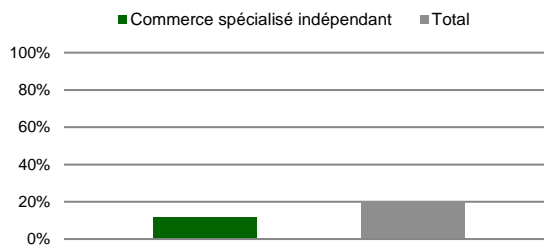
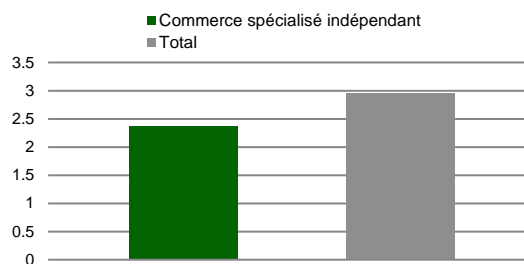
Type de commerce                      Magasin traditionnel

Nouveaux formats /  
concepts pertinents                      Pop-up-store

Quels groupes de produits seront principalement des Commerce spécialisé indépendant vendus ?

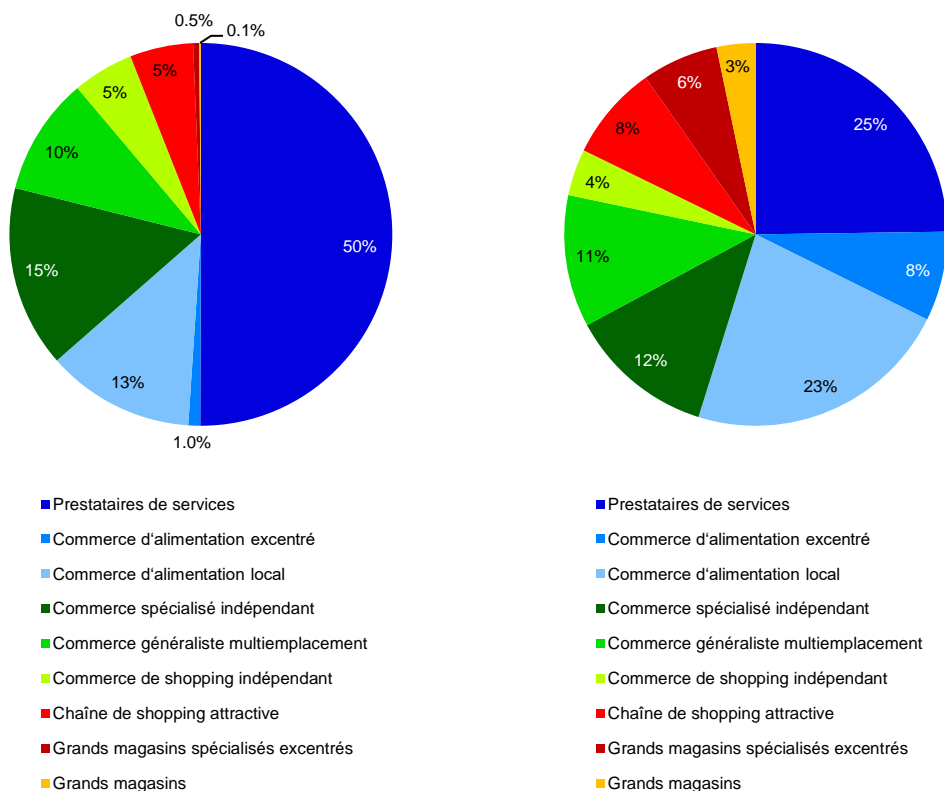
Alimentation et produits liés	<input checked="" type="checkbox"/>
Soins pour la santé et le corps	<input type="checkbox"/>
Vêtements/Chaussures	<input checked="" type="checkbox"/>
Grands magasins / différents types de produits	<input type="checkbox"/>
Optique/Photos	<input type="checkbox"/>
Montres/Bijoux	<input type="checkbox"/>
Livres/Papeterie	<input checked="" type="checkbox"/>
Sport	<input type="checkbox"/>
Jouets	<input type="checkbox"/>
Produits électriques et électroniques	<input type="checkbox"/>
Magasin de bricolage et jardinage	<input checked="" 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)	2.4 Emplois à plein temps
Surfaces nécessaires	Essentiellement 50 - 400 m2, selon le groupe de produits également plus grande
Aire de chalandise	Moyenne
Les chaînes de magasins (2021)	11.7%

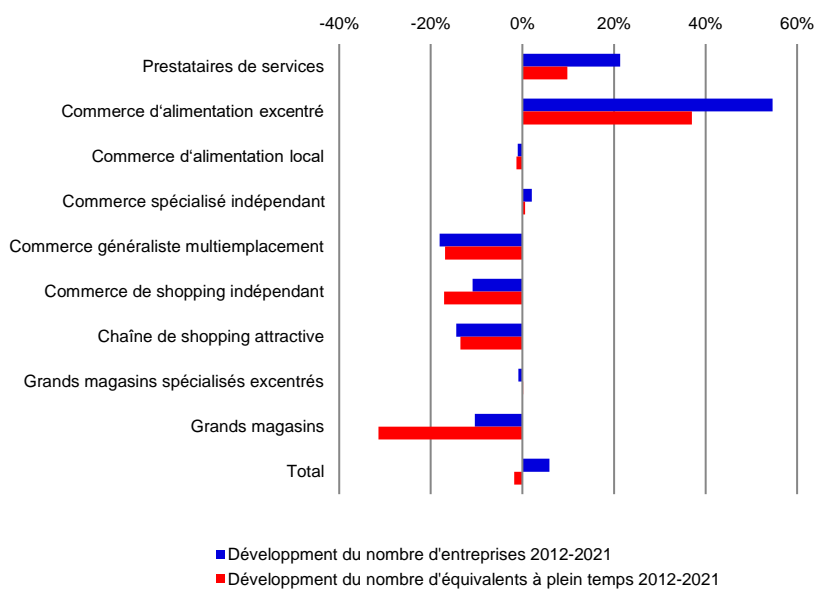


### 4.3 Commerce spécialisé indépendant: Distribution

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)



#### 4.4 Comment vendent les Commerce spécialisé indépendant?

Caractéristiques	Manifestation typique																																	
Localisation des points de vente	Périphérie des grandes villes, tout type de lieu, zones piétonnes, quartiers résidentiels																																	
	<table border="1"> <caption>Données du graphique à barres</caption> <thead> <tr> <th>Catégorie</th> <th>Commerce spécialisé indépendant (%)</th> <th>Total (%)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Grands centres</td> <td>~15</td> <td>~18</td> </tr> <tr> <td>Centres moyens</td> <td>~12</td> <td>~15</td> </tr> <tr> <td>Petits centres</td> <td>~8</td> <td>~10</td> </tr> <tr> <td>Communes suburbaines</td> <td>~28</td> <td>~25</td> </tr> <tr> <td>Communes à revenu élevé</td> <td>~2</td> <td>~3</td> </tr> <tr> <td>Communes périurbaines</td> <td>~8</td> <td>~10</td> </tr> <tr> <td>Communes touristiques</td> <td>~3</td> <td>~5</td> </tr> <tr> <td>Communes industrielles et tertiaires</td> <td>~10</td> <td>~12</td> </tr> <tr> <td>Communes pendulaires rurales</td> <td>~5</td> <td>~6</td> </tr> <tr> <td>Communes agraires-mixtes</td> <td>~6</td> <td>~7</td> </tr> </tbody> </table>	Catégorie	Commerce spécialisé indépendant (%)	Total (%)	Grands centres	~15	~18	Centres moyens	~12	~15	Petits centres	~8	~10	Communes suburbaines	~28	~25	Communes à revenu élevé	~2	~3	Communes périurbaines	~8	~10	Communes touristiques	~3	~5	Communes industrielles et tertiaires	~10	~12	Communes pendulaires rurales	~5	~6	Communes agraires-mixtes	~6	~7
Catégorie	Commerce spécialisé indépendant (%)	Total (%)																																
Grands centres	~15	~18																																
Centres moyens	~12	~15																																
Petits centres	~8	~10																																
Communes suburbaines	~28	~25																																
Communes à revenu élevé	~2	~3																																
Communes périurbaines	~8	~10																																
Communes touristiques	~3	~5																																
Communes industrielles et tertiaires	~10	~12																																
Communes pendulaires rurales	~5	~6																																
Communes agraires-mixtes	~6	~7																																
Aménagement de l'espace/des étages	Aucun besoin spécifique																																	
Terrain	Aucun terrain privé																																	
Type d'immeuble	Objet multi-usage																																	
Nombre d'étages	Un étage																																	
Architecture	Moderne, classique, objet de prestige historique, un étage																																	
Accès	Accès et livraison peu exigeants																																	
Flexibilité de surface	Moins importante																																	
Fourniture standard	Plutôt simple																																	
Exigences en termes de surfaces de vente	Pas d'exigences particulières																																	

#### 4.5 Les caractéristiques des produits et services

Caractéristiques	Manifestation typique	
Type de marchandise	Majorité des prestations supplémentaires	
Achat spontané/achat ciblé	Plutôt 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	Profond	<p>Plat <span style="float: right;">Profond</span></p>
Potentiel d'achats groupés	Plutôt faible	<p>Bas <span style="float: right;">Haut</span></p>
Terme de la demande	Moyen terme à long terme	<p>Court terme <span style="float: right;">Long terme</span></p>
Gamme de prix	Prix plutôt élevé	

#### 4.6 Commerce spécialisé indépendant: 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>Moyenne</p> <p>Moins important      Important</p>
Accessibilité en transports publics (incl. Parking)	<p>Moyenne</p> <p>Moins important      Important</p>
Avantage de l'agglomération	<p>Plûtot moins important</p> <p>Moins important      Important</p>
Clientèle de passage	<p>Plûtot moins importante</p> <p>Moins important      Important</p>
Visibilité	<p>Plûtot moins importante</p> <p>Moins important      Important</p>
Image du lieu de vente	<p>Plûtot moins importante</p> <p>Moins important      Important</p>