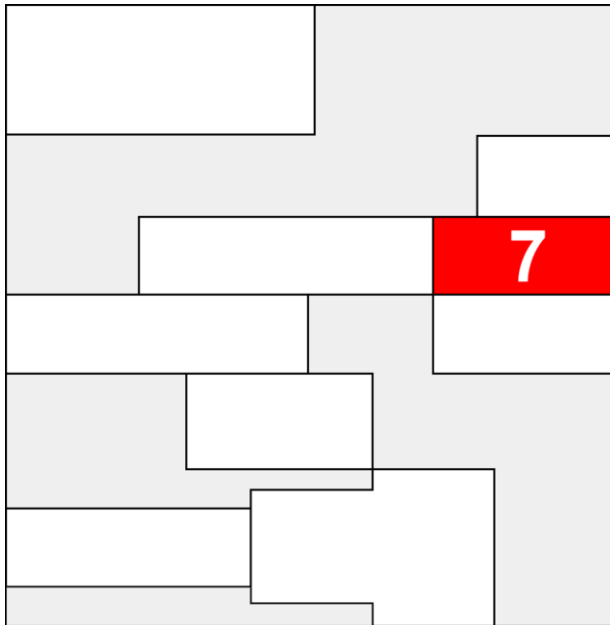


# Segment 7: Chaîne de shopping attractive

Segments de la demande sur la marché des surfaces de vente




## 7.1 Chaîne de shopping attractive: Introduction

Environ 5 % des entreprises utilisant des surfaces commerciales en Suisse et 8 % des employés appartiennent au segment des chaînes de shopping attractives. Ce segment compte uniquement les chaînes de magasins (filiales), qui bénéficient d'un emplacement de 1ère catégorie (A) dans les centres de taille moyenne à grande, dans les centres commerciaux et vendent principalement des vêtements, chaussures, parfums, lunettes, montres et bijoux. Les parfumeries, les chaînes de magasins de vêtements et les opticiens sont quelques exemples de ce segment.



Leur emplacement central est important et permet d'attirer la clientèle, d'améliorer la qualité de visite, de générer des achats spontanés et de caractériser les rues commerçantes classiques. Ces chaînes, qui sont souvent présentes sur le marché international, occupent une surface de vente petite à moyenne. Les biens vendus ont un potentiel d'achats liés ou combinés important (couplage) et sont souvent achetés après comparaison des prix avec la concurrence. Il faut donc non seulement un degré élevé de visibilité, mais également un emplacement adéquat pour l'image de magasin générant un chiffre d'affaires élevé et une densité importante d'autres espaces de vente dans le voisinage immédiat. Les chaînes de shopping attractives ont des exigences de localisation supérieures à la moyenne. Elles sont principalement situées dans des immeubles à affectation mixte ou dans des centres commerciaux et occupent une surface de vente sur un ou deux étages. Le standard d'équipement peut-être simple ou élevé. La rentabilité au m<sup>2</sup> varie de moyenne à élevée et la marge brute peut être la plus élevée de tous les acteurs du marché. Les revenus sont soit générés par un volume important, soit pas une marge de vente élevée. La prédisposition à payer un loyer élevé est importante pour entretenir la réputation de la chaîne. L'accès et la facilité de livraison sont des caractéristiques peu exigeantes. L'accessibilité piétonne et par les transports publics est plus importante que par les transports individuels motorisés (parking compris).

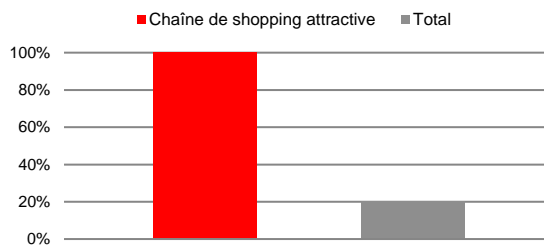
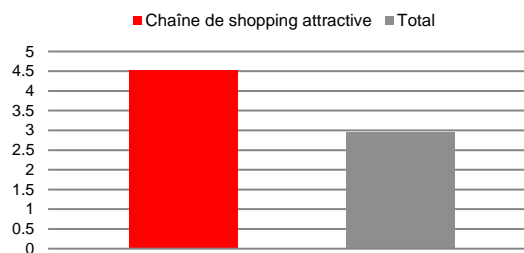
## 7.2 Qui sont les Chaîne de shopping attractive?

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	Chaîne de magasins de chaussure, chaîne de magasin d'habits pour femmes et hommes, chaîne de lunetterie, chaîne de bijouterie, chaîne de parfumerie
Type de commerce	Filiale
Nouveaux formats / concepts pertinents	Pop-up-store, click&collect (station de collecte), shop in shop

Quels groupes de produits seront principalement des Chaîne de shopping attractive vendus ?

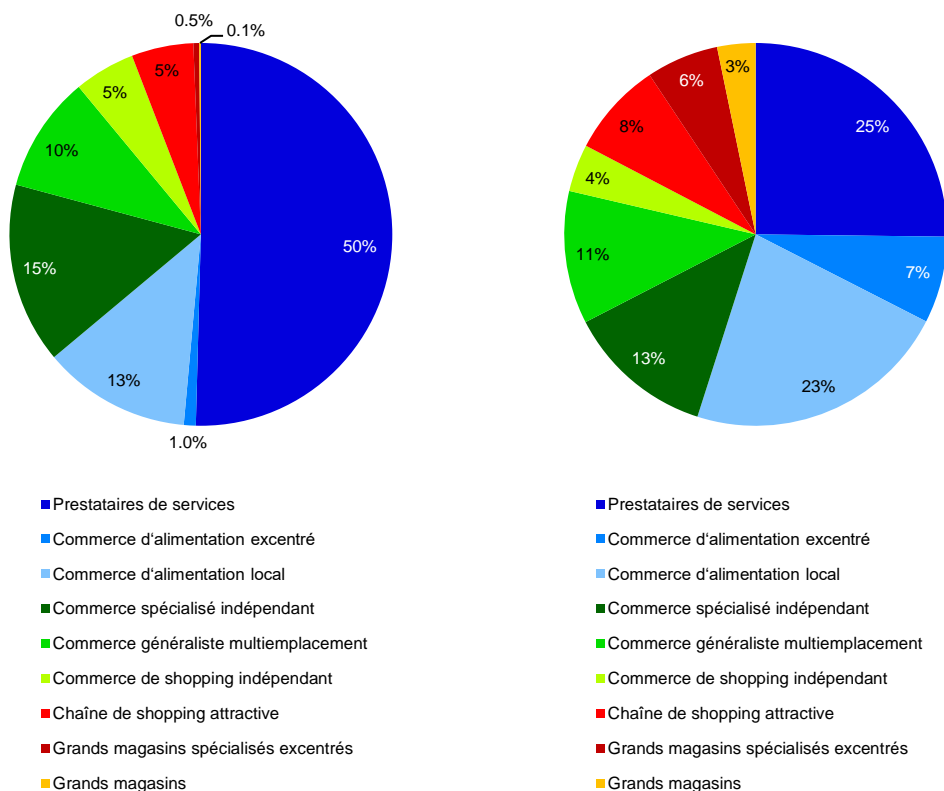
Alimentation et produits liés	<input type="checkbox"/>
Soins pour la santé et le corps	<input checked="" type="checkbox"/>
Vêtements/Chaussures	<input checked="" type="checkbox"/>
Grands magasins / différents types de produits	<input type="checkbox"/>
Optique/Photos	<input checked="" type="checkbox"/>
Montres/Bijoux	<input checked="" 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 type="checkbox"/>

Caractéristiques	Manifestation typique
Nombre moyen d'employés par entreprise (2022)	4.5 Emplois à plein temps
Surfaces nécessaires	50 - 800 m2
Aire de chalandise	Plutôt grande
Les chaînes de magasins (2022)	100%

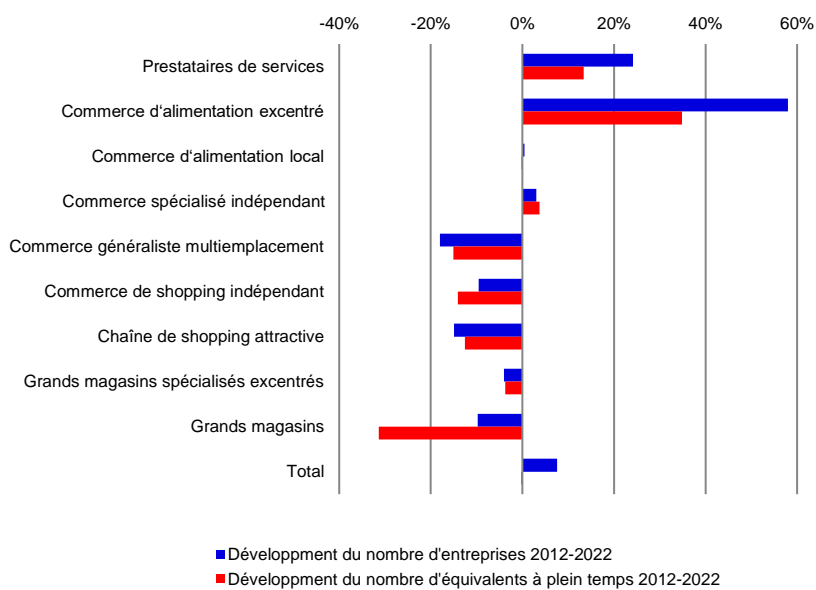


### 7.3 Chaîne de shopping attractive: Distribution

Répartition des entreprises suisses (à gauche) et des équivalents plein temps (à droite) sur le marché des surfaces commerciales (2022)

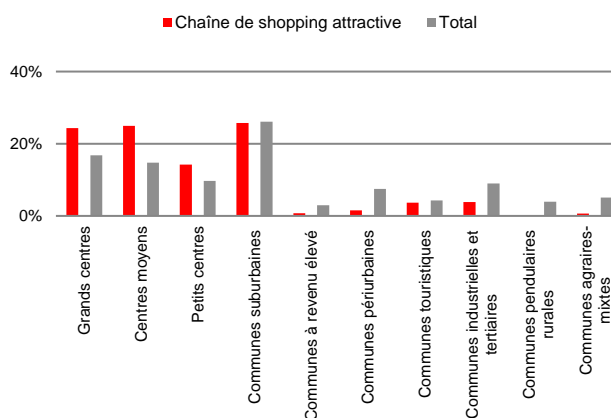


### Développement du nombre d'entreprises et d'équivalents à plein temps 2012-2022 (Suisse)



## 7.4 Comment vendent les Chaîne de shopping attractive?

Caractéristiques	Manifestation typique
Localisation des points de vente	Les centres-villes, toutes les grandes villes, rues commerçantes, zones piétonnes, centres commerciaux, gare



Aménagement de l'espace/des étages	Disposition en grille, rectangulaire
Terrain	Aucun terrain privé
Type d'immeuble	Objet multi-usage ou centre commercial
Nombre d'étages	Un ou deux étage (sous-sol compris)
Architecture	Moderne, classique, objet de prestige historique
Accès	Accès et livraison plutôt exigeants
Flexibilité de surface	Plûtot moins importante
Fourniture standard	De simple à élevé
Exigences en termes de surfaces de vente	Équipement livraison moins sophistiqué, espace de stockage nécessaire

## 7.5 Les caractéristiques des produits et services

Caractéristiques	Manifestation typique	
Type de marchandise	Prestations de base et supplémentaires	
Achat spontané/achat ciblé	Plutôt spontané	<p>Ciblé <span style="float: right;">Spontané</span></p>
Diversité de l'assortiment de produits	Plutôt étroit	<p>Étroit <span style="float: right;">Large</span></p>
Profondeur de l'assortiment de produits	Plutôt profond	<p>Plat <span style="float: right;">Profond</span></p>
Potentiel d'achats groupés	Élevé	<p>Bas <span style="float: right;">Haut</span></p>
Terme de la demande	Court terme en majorité	<p>Court terme <span style="float: right;">Long terme</span></p>
Gamme de prix	Prix faible à élevé	

## 7.6 Chaîne de shopping attractive: 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>Plûtôt moins importante</p> <p>Moins important      Important</p>
Accessibilité en transports publics (incl. Parking)	<p>Plutôt importante</p> <p>Moins important      Important</p>
Avantage de l'agglomération	<p>Important</p> <p>Moins important      Important</p>
Clientèle de passage	<p>Très importante</p> <p>Moins important      Important</p>
Visibilité	<p>Très importante</p> <p>Moins important      Important</p>
Image du lieu de vente	<p>Plutôt importante</p> <p>Moins important      Important</p>