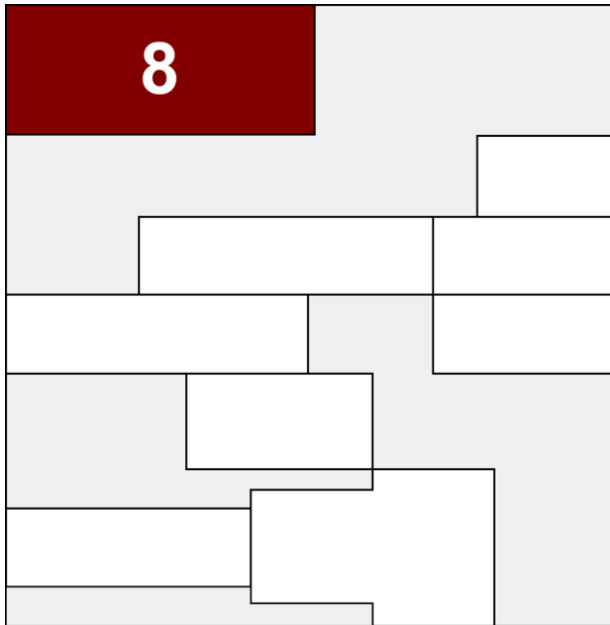


Segment 8: Grands magasins spécialisés excentrés

Segments de la demande sur la marché des surfaces de vente



8.1 Grands magasins spécialisés excentrés: Introduction

Environ 0.5 % des entreprises utilisant des surfaces commerciales en Suisse et 6 % des employés appartiennent au segment des grands magasins spécialisés excentrés. Ce segment comprend les magasins spécialisés, de meubles et mobilier, de sport, les Brico (jardin et bricolage) et d'électronique. En général, ces commerces sont les spécialistes d'un domaine au sein d'une agglomération et se trouvent dans les zones commerciales et industrielles ou à proximité des entrées et sorties des grandes villes (en périphérie). Ce type de commerces s'oriente vers les clients possédant une voiture et un emplacement dans un centre n'est pas pertinent.



En tant que locataire d'ancrage, les grands magasins spécialisés excentrés génèrent une attraction primaire en termes de fréquentation et de zone de chalandise. La surface utilisée est d'environ 1'800 m². Les exigences relatives à la micro-localisation sont secondaires, les critères importants sont la macro-implantation, une accessibilité pratique en voiture et le pouvoir d'achat de la zone de chalandise. L'offre cible en priorité les produits durable (utilisés dans le long-terme), ce qui augmente l'implication des clients. La majorité des grands magasins spécialisés excentrés sont souvent propriétaire de surface indépendante (solitaire) à un ou plusieurs étages ou, pour les plus petites antennes, une surface dans les centres commerciaux. Le standard d'équipement est souvent simple et fonctionnel. Une surface supplémentaire est souvent nécessaire (stockage), l'accès et la livraison sont sophistiqués. La gamme de prix varie de faible à élevé. Une surface importante étant nécessaire alors que la rentabilité est relativement faible, un emplacement en périphérie est préféré.

8.2 Qui sont les Grands magasins spécialisés excentrés?

Caractéristiques Manifestation typique

Rentabilité (marge brute par m2
en CHF)



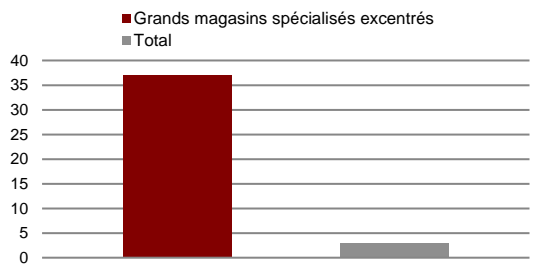
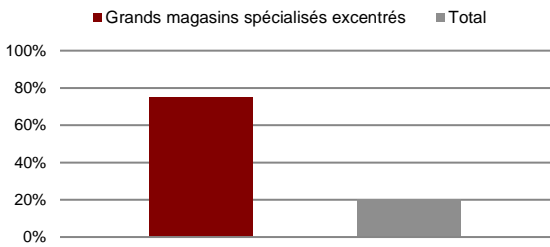
Exploitations typiques Magasin de meubles, magasin d'électronique, quincaillerie et brico,
magasin de sport

Type de commerce Magasin de meuble, magasin spécialisé

Nouveaux formats /
concepts pertinents

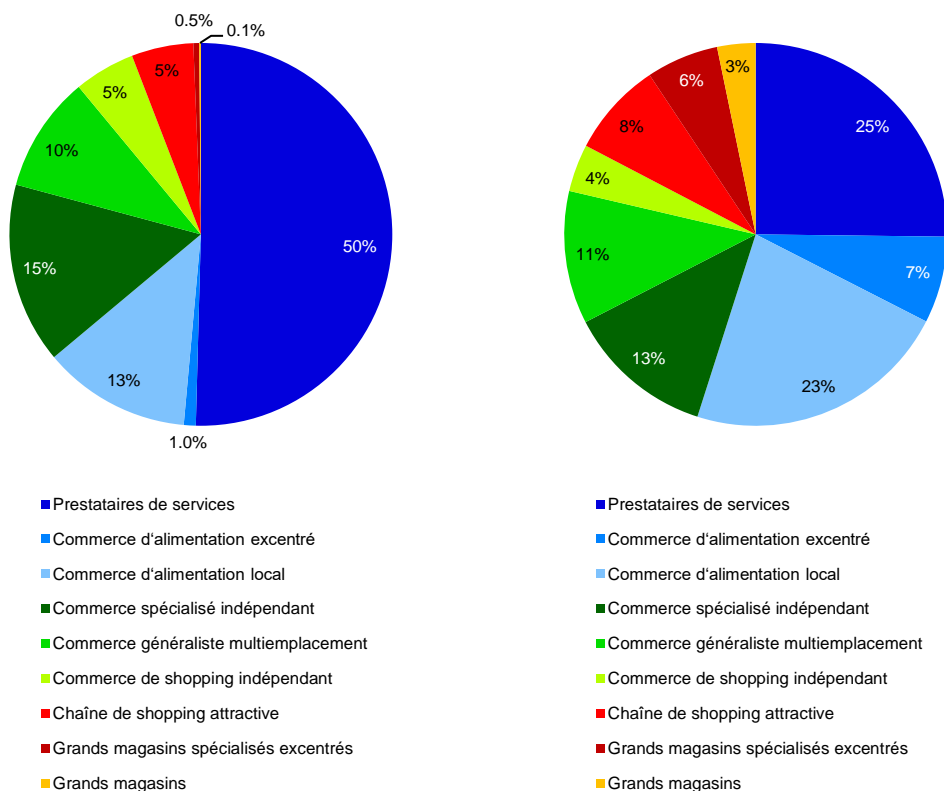
Quels groupes de produits seront principalement des Grands magasins spécialisés exc. vendus ?

Alimentation et produits liés	<input type="checkbox"/>
Soins pour la santé et le corps	<input 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 checked="" type="checkbox"/>
Jouets	<input type="checkbox"/>
Produits électriques et électroniques	<input checked="" type="checkbox"/>
Magasin de bricolage et jardinage	<input checked="" type="checkbox"/>
Meuble/équipement	<input checked="" type="checkbox"/>
Autres biens et services	<input type="checkbox"/>

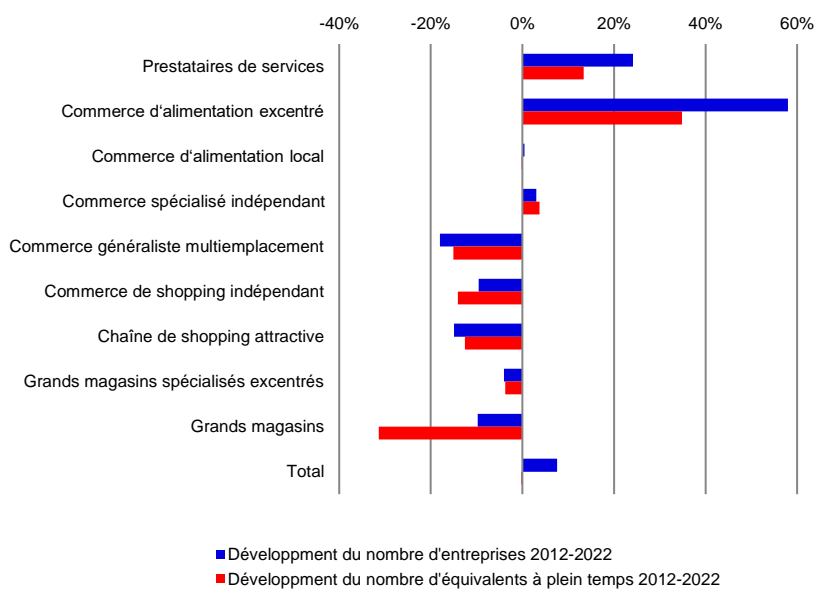
Caractéristiques	Manifestation typique
Nombre moyen d'employés par entreprise (2022)	37 Emplois à plein temps 
Surfaces nécessaires	1'800 - 30'000 m2
Aire de chalandise	Grande
Les chaînes de magasins (2022)	75.1% 

8.3 Grands magasins spécialisés excentrés: Distribution

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

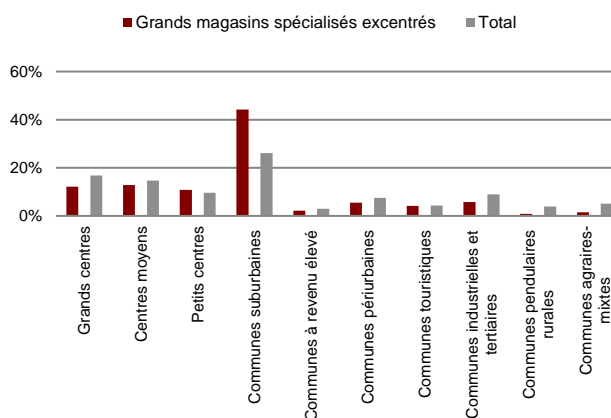


Développement du nombre d'entreprises et d'équivalents à plein temps 2012-2022 (Suisse)



8.4 Comment vendent les Grands magasins spécialisés excentrés?

Caractéristiques	Manifestation typique
Localisation des points de vente	Accessible en voiture, dans les zones commerciales ou spéciales, situé dans les agglomérations à proximité des artères



Aménagement de l'espace/des étages	Disposition en grille, grande surface
------------------------------------	---------------------------------------

Terrain	Terrain privé
---------	---------------

Type d'immeuble	Boutique indépendante ou centre commercial
-----------------	--

Nombre d'étages	De un à plusieurs étages
-----------------	--------------------------

Architecture	Fonctionnel, moderne
--------------	----------------------

Accès	Accès et livraison importants et exigeants (rampe de chargement)
-------	--

Flexibilité de surface	Importante
------------------------	------------

Fourniture standard	Habituellement simple et fonctionnel
---------------------	--------------------------------------

Exigences en termes de surfaces de vente	Livraison importante, espace de stockage nécessaire
--	---

8.6 Grands magasins spécialisés excentrés: 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	Non pertinent dans un centre	Participe à l'approvisionnement local	Pertinent dans un centre	Générateur de centre
Accessibilité en mobilité individuelle (incl. à pied)	Très importante			
	Moins important Important			
Accessibilité en transports publics (incl. Parking)	Secondaire			
	Moins important Important			
Avantage de l'agglomération	Plûtôt moins important			
	Moins important Important			
Clientèle de passage	Secondaire			
	Moins important Important			
Visibilité	Plûtôt moins importante			
	Moins important Important			
Image du lieu de vente	Secondaire			
	Moins important Important			