

FÉVRIER 2016



COMMERCES & SERVICES EN ZONES DE FLUX

Quelles stratégies gagnantes en gares, autoroutes, aéroports ?

UNE ÉTUDE POUR

Analyser les nouvelles tendances du marché pour mieux anticiper les évolutions des lieux de transit à l'horizon 2020

Relever les enjeux auxquels sont confrontés les donneurs d'ordre, les groupes de concessions, les enseignes et les marques

Comparer les stratégies des enseignes présentes en zone de flux au travers de business cases

Les EchosÉTUDES

WWW.LESECHOS-ETUDES.FR

IDENTIFIER LES STRATÉGIES GAGNANTES POUR EXPLOITER LE POTENTIEL EN ZONES DE FLUX

LE COMMERCE ET LA RESTAURATION EN ZONE DE FLUX : UN MARCHÉ EN FORTE CROISSANCE

La croissance de l'activité commerciale dans toutes les zones de flux analysées s'explique par plusieurs facteurs plus ou moins impactant selon les zones :

- > Une forte volonté des donneurs d'ordre de mieux valoriser ces espaces qui participent à l'image globale du lieu et au niveau de satisfaction de l'utilisateur. De nombreux chantiers ont été entrepris pour rénover les espaces et rendre attractives les zones de flux.
- > Les prévisions concernant les flux de voyageurs annoncent de très fortes croissances sur certaines zones. Les aéroports sont particulièrement concernés, mais également certaines gares. De ce fait, de grands chantiers de rénovation, d'agrandissement ou de création de zones de flux sont en cours. Les donneurs d'ordre misent sur de nouveaux revenus commerciaux pour rentabiliser leurs investissements. La surface commerciale va donc augmenter de façon importante dans les grandes zones clé (grandes gares parisiennes, Aéroports de Paris, Aéroports de Lyon et de Nice principalement).
- > Dans le même temps, on note un intérêt croissant des enseignes pour ce type de zone, ce qui n'était pas encore le cas il y a quelques années. Désormais, les enseignes intègrent les zones de flux dans leur stratégie commerciale. Elles poursuivent ainsi deux objectifs : accroître leurs revenus commerciaux et travailler leur notoriété.

UNE OFFRE QUI SE DIVERSIFIE ET INTÈGRE DE PLUS EN PLUS D'ENSEIGNES DE CENTRE-VILLE ET DE NOUVEAUX SERVICES

Ces dernières années, le panel d'enseignes et l'offre ont considérablement évolué en zones de flux. Les grandes tendances sont l'arrivée des enseignes de centre-ville, un élargissement de la gamme en restauration mais aussi une diversification du type de commerce : le prêt à porter, la décoration, les cosmétiques, les chaussures... Toutefois, le concept et l'offre doivent être adaptés à la zone de flux pour fonctionner. L'acte d'achat doit être rapide et facilité. Par conséquent, les produits qui fonctionnent bien demeurent de petits articles, à bas prix, très facilement transportables (à l'exception du commerce en aéroport). De nouveaux services sont également proposés en zone de flux : conciergerie, retrait de colis dans les gares SNCF, coiffeurs, club de sport dans le métro, laboratoires d'analyses médicales... Pour le moment, ces services sont en test dans quelques zones de flux choisis pour leur trafic. La multiplicité des nouvelles offres testées révèle une volonté des donneurs d'ordre de proposer de nouveaux services aux usagers – consommateurs.

Pour les enseignes, les contraintes sont néanmoins fortes : les redevances sont élevées et il faut donc travailler la rentabilité du concept en conséquence. Il est également nécessaire d'adapter son concept aux zones de flux en termes d'offre, de gamme, de merchandising, d'organisation du magasin, de services, de ressources humaines. Ainsi Décathlon a choisi de se recentrer sur son cœur d'activité après une présence en corner sur quelques stations d'autoroute. Malgré des résultats satisfaisants, l'enseigne a considéré que cette activité était trop éloignée de son concept.



» EXCLUSIVITÉS LES ECHOS ETUDES

- > **Valorisation exclusive** LES ECHOS ETUDES par zone de flux et prévisions 2020
- > Réalisation d'**entretiens qualitatifs** avec les acteurs clé du secteur : A2C, Promométro, Les aéroports de Lyon, Les aéroports de Nice, Vinci Autoroute, Elior, La Fnac, Hema
- > **Analyse détaillée de l'offre** des zones clé : Les 5 grandes gares parisiennes, les 5 plus grandes gares de province, le métro parisien, les Aéroports de Paris et les 8 premiers aéroports de province
- > **Business cases d'un panel d'enseignes** présentes en zones de flux



» Cette étude opérationnelle, qui a fait l'objet de trois mois d'enquête, de collecte d'information et d'analyse répond aux questions suivantes :

- > Quelles sont les grandes tendances concernant les commerces, les services et la restauration dans les zones de flux ?
- > Quelles sont les évolutions marquantes de ces derniers mois ?
- > Quels sont les moteurs de croissance du marché ?
- > Qui sont les acteurs clé du marché ?
- > Quels sont les grands chantiers de ces prochaines années ? Quelles sont les zones qui vont profiter d'une croissance de leur surface commerciale ?
- > Quels sont les enjeux pour les donneurs d'ordre, les groupes de concessions et les marques ?
- > Quels sont les facteurs clés de succès pour les enseignes en zone de flux ?
- > Quels sont les services attendus par le consommateur ?

UN PANORAMA COMPLET DES ZONES DE FLUX ET DE L'OFFRE EN COMMERCES, SERVICES ET RESTAURATION

Synthèse et perspectives

01. UN CONTEXTE PORTEUR POUR LES ZONES DE FLUX

02. CHIFFRES CLÉ ET FONCTIONNEMENT PAR ZONE DE FLUX

- Le commerce et la restauration en gares SNCF
- Le commerce et la restauration en stations de métro et RER
- Le commerce et la restauration dans les aires d'autoroute
- Le commerce et la restauration dans les aéroports
- Le catering aéroportuaire et ferroviaire

03. LES ENJEUX POUR LES GARES SNCF

- Le commerce en gare, un enjeu financier important pour rentabiliser des investissements lourds
- Le commerce en gare pour améliorer l'image du lieu, en faire un lieu de vie
- Améliorer le niveau de satisfaction de l'utilisateur et faciliter son quotidien
- Diversifier de l'offre de restauration
- Inscrire la gare au sein du commerce connecté
- L'ouverture le dimanche : un enjeu pour les gares et les enseignes

04. LES ENJEUX POUR LES GARES RATP ET RER

- Trouver les bons concepts adaptés au métro
- Séduire les enseignes renommées
- Développer les services afin d'améliorer l'image et la satisfaction

05. LES ENJEUX POUR LES AIRES DE SERVICE SUR AUTOROUTE

- Rajeunir et moderniser les aires pour inviter l'utilisateur à s'y arrêter
- Progresser sur l'image prix
- Construire un partenariat durable avec les marques et les enseignes
- Miser sur l'innovation et les services numériques
- Développer plus de services avec la grande distribution

06. LES ENJEUX POUR LES AÉROPORTS

- Développer l'offre commerciale en réaménageant les espaces
- Diversifier l'offre pour répondre à une clientèle qui a évolué
- Mettre en place le digital au service des commerces de l'aéroport
- Zoom sur les Aéroports de Paris et leur plan de développement

07. LES ENSEIGNES PRÉSENTES EN ZONE DE FLUX : Business cases, analyse des enseignes qui marchent

- **Restauration** : Paul, Brioche Dorée, Exki, Prêt à Manger, Bert's, Naked, Eric Kayser, Columbus Café, Starbucks, Espressamente Illy, Costa Coffee
- **Commerce alimentaire** : Monoprix, Casino, Carrefour, Marks & Spencer Food
- **Commerce non alimentaire** : Relay, Hubiz, Décathlon Mobility, Fnac, Hema, Little Extra, Muji To Go
- **Services** : La Poste, Beauty Bubble
- **Commerce éphémère**

08. LES ENJEUX DES MARQUES ET DES ENSEIGNES EN ZONES DE FLUX

LES DERNIÈRES ÉTUDES DU SECTEUR

COOPÉRATIVES AGRICOLES FRANÇAISES

Conquérir le monde - Octobre 2015

LE MARCHÉ FRANÇAIS DE LA BVP INDUSTRIELLE

Relever les défis de l'innovation et de l'international - Septembre 2015

LES STRATÉGIES DIGITALES GAGNANTES DES MARQUES ALIMENTAIRES

Web mobile, social media, objets connectés... - Juillet 2015

MAGASINS CONNECTÉS

Les stratégies gagnantes pour transformer l'expérience client - octobre 2014



Cécile DESCLOS

Directrice du pôle
Agroalimentaire-Distribution
cdesclos@lesechos.fr
Tél. : 01 49 53 63 00

Retrouvez-la sur
LinkedIn et Twitter



Vous souhaitez disposer d'une étude, d'une analyse personnalisée ou d'une présentation orale de cette étude auprès de vos équipes ?

Cécile Desclos est votre interlocuteur !

COMMANDE DE L'ÉTUDE COMMERCES & SERVICES EN ZONES DE FLUX

Version PDF - J1601A :

- Pour 1 utilisateur*
2 750 € HT - 2 901,25 € TTC (TVA à 5,5%)
- De 2 à 5 utilisateurs*
3 575 € HT - 3 771,63 € TTC (TVA à 5,5%)
- De 6 à 10 utilisateurs*
4 125 € HT - 4 351,88 € TTC (TVA à 5,5%)
- Plus de 10 utilisateurs* : Nous contacter

Option papier

- Oui je souhaite recevoir un ou plusieurs exemplaires papier pour 275 € HT (TVA à 5,5%) l'unité, en plus de l'achat d'une version PDF.
Nombre d'exemplaires : _____

*L'article L.122-5 du Code de la propriété intellectuelle n'autorise que les copies ou reproductions strictement réservées à l'usage privé du copiste et non destinées à une utilisation collective.

Version papier - J16001

- 2 550 € HT - 2 690,25 € TTC (TVA à 5,5%)

Présentation orale par l'expert auprès de vos équipes :

Nous contacter pour un devis. Prestation possible seulement avec l'achat de l'étude.

Code mailing :

Personne à contacter pour l'envoi des licences et/ou papier

Nom : _____ Prénom : _____
Fonction : _____ Société : _____
Adresse : _____
Tél. : _____ E-mail : _____

Facturation :

Société : _____
Adresse : _____
Contact : _____

Règlement :

- Virement (RIB 31489/00010/00219548733/47
Crédit agricole - CIB)
- Chèque à l'ordre des Echos Business
- Carte bancaire sur lesechos-etudes.fr
- Règlement à réception de facture

Date : / /

Signature :

Les EchosÉTUDES

Service Clients - 16 rue du Quatre Septembre - 75002 Paris
Tél. : 01 49 53 63 00 - Mail : etudes@lesechos.fr

WWW.LESECHOS-ETUDES.FR