



les enjeux du
développement
du commerce
à Dunkerque

-
juin 2017

-
DES INTERROGATIONS NOMBREUSES SUR L'AVENIR DU COMMERCE
-

**Comment
inventer la
boutique de
demain ?**

**Comment
redynamiser le
centre-ville?**

**Comment
conquérir de
nouveaux
consommateurs ?**

**Y aura -t-il une
reprise après la
crise ?**

**Comment
développer mon
activité avec
Internet ?**

**Où sont passés
mes clients ?**

UN TRIPLE ENJEU

1^{ER} ENJEU : UN ENVIRONNEMENT COMMERCIAL EN CHANGEMENT RAPIDE

Un nouvel
urbanisme
commercial

De nouveaux
modes
de consommation

Un nouveau
contexte
réglementaire

Un nouveau
contexte financier

Immobilier
commercial
Connection
centre-
ville/Périphéries
Gestion des flux
Aménagement

Digitalisation
Economie
collaborative
Circuits courts
Silver-economy

Loi « Grenelle II »
Loi Alur
Loi NOTRe
DAAC
PLU
SRDEII

La baisse des
dotations
publiques

2EME ENJEU : UNE DÉMOGRAPHIE QUI ÉVOLUE



Une population et des ménages en baisse.



Une dynamique de consommation positive.



Un revenu fiscal supérieur à la moyenne en région (NPC) et en croissance.



Un pouvoir d'achat plus limité qu'ailleurs et qui contribue à limiter la hausse de la consommation.



Un secteur résidentiel qui se développe.



Cela profite en partie aux commerces locaux.



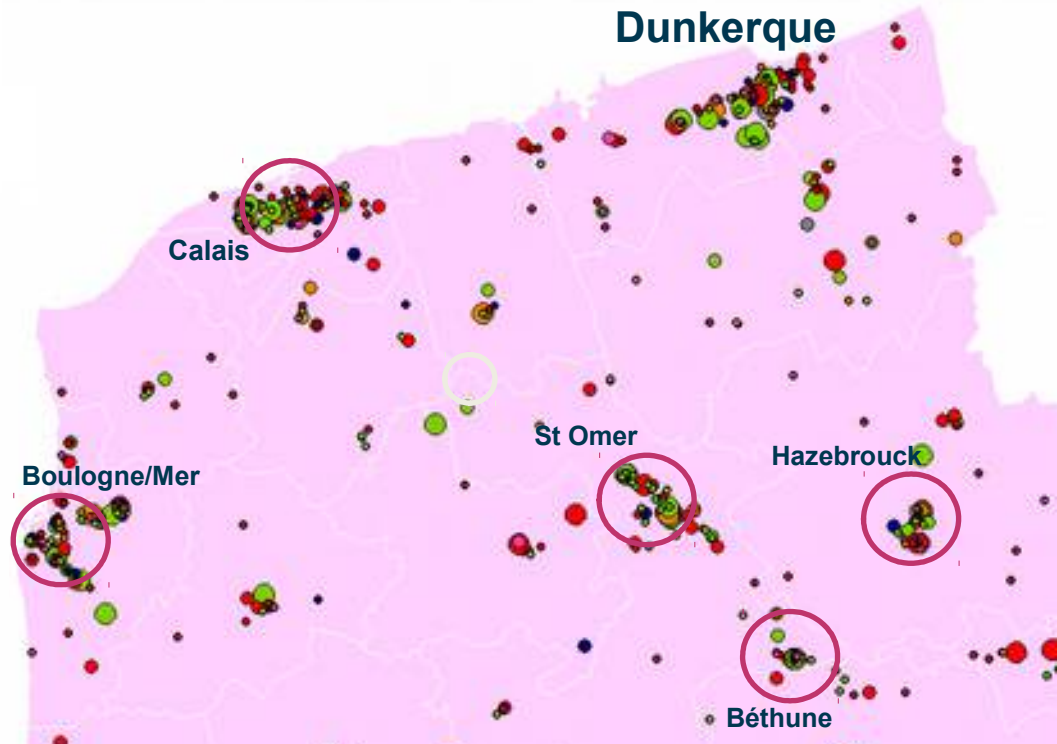
Des flux domicile-travail en dehors du territoire importants.



Des opportunités de faire ses achats ailleurs très importantes.

3EME ENJEU : UN CONTEXTE CONCURRENTIEL EXACERBÉ

Les chiffres d'affaires des principaux pôles commerciaux proches



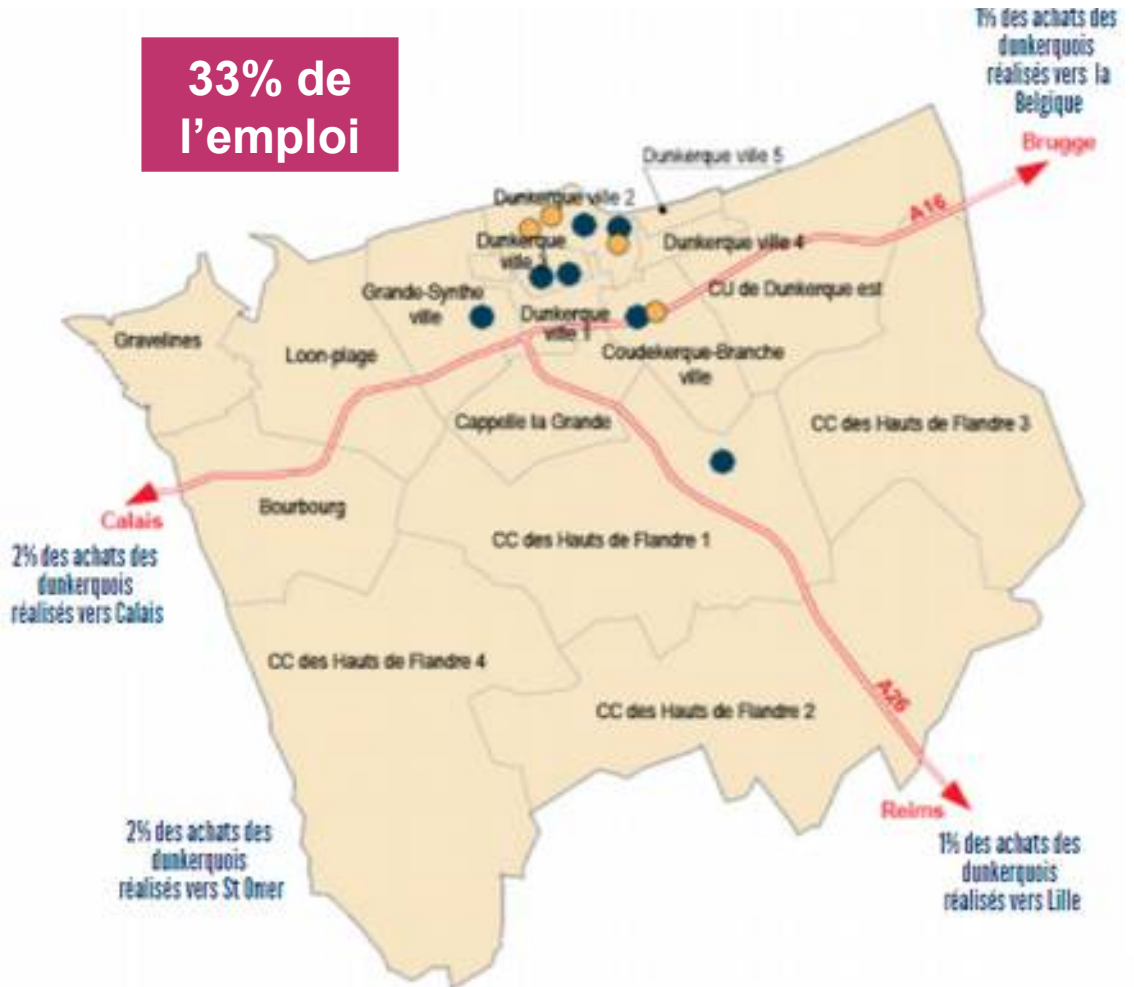
Des pôles urbains majeurs de dimensionnement important proches avec 5 agglomérations importantes à moins d'une heure en voiture.

Hors Dunkerquois, 9 pôles commerciaux à plus de 100 M€ de CA dans ces agglomérations.

UNE CONTRIBUTION SIGNIFICATIVE À LA CRÉATION DE RICHESSE



33% de l'emploi



- Secteurs d'étude
- Frontière France/Belgique
- Pôles commerciaux d'agglomération
- Pôles commerciaux de proximité



*IDC : indice de disparité de consommation

MAIS CELA POURRAIT ETRE MIEUX !

Le commerce et les services aux particuliers représente en moyenne en France 38% de l'emploi salarié (5 points en moins sur le dunkerquois).

L'évasion commerciale reste importante et l'attractivité insuffisante pour un territoire de la taille de Dunkerque. Au lieu d'un déficit entre CA et dépenses, Dunkerque devrait dégager un excédent d'au moins 100 M€.

Ce différentiel de 200 M€, est **un manque à gagner pour les commerçants**, mais aussi pour la collectivité et surtout ses habitants qui ne profitent pas des emplois que cela offrirait.

Mais surtout, le commerce est un **facteur de redistribution des richesses produites localement**. L'industrie et le port génèrent près de 5 MM€ de valeur ajoutée ; le commerce permet de redistribuer une partie de ces richesses sous forme de dépenses des ménages.

Ces problématiques sont d'autant plus fortes **qu'internet, la localisation des commerces et les nouveaux comportements d'achats viennent perturber** un jeu que l'on pensait bien établi.

EN S'APPUYANT SUR L'ÉVOLUTION DES MODES DE CONSOMMATION

Constats

MARCHE DE CONSOMMATION FRAGILE :
CROISSANCE UNIQUEMENT LIÉE À UN
DÉVELOPPEMENT DÉMOGRAPHIQUE
SOUTENU

- BAISSÉ DE LA FRÉQUENTATION DES CENTRES COMMERCIAUX (D'ENVIRON -1,4%/AN EN 2016)

- DIMINUTION SIGNIFICATIVE DE LA RENTABILITÉ (POIDS CROISSANT DES LOYERS)

- DÉVELOPPEMENT GÉNÉRALISÉ DE LA VACANCE COMMERCIALE (ET AUSSI EN PÉRIPHÉRIE)

- CROISSANCE CONTINUE DE LA PART DE MARCHÉ DU COMMERCE CONNECTÉ (9% DU COMMERCE DE DÉTAIL NON ALIMENTAIRE)

TENDANCES

• NOUVEAUX CONCEPTS :

- DÉVELOPPEMENT DU SNACKING, DU BIO, DE LA VENTE DIRECTE
- IMPORTANCE DES RELAIS COLIS EN ZONE RURALE
- REPOSITIONNEMENT DES HARD-DISCOUNTS
- RÉDUCTION DES FORMATS DE LA GRANDE DISTRIBUTION ALIMENTAIRE
- DÉVELOPPEMENT DU CROSSCANAL

• NOUVELLES LOCALISATIONS DU COMMERCE :

- MONTÉE EN PUISSANCE DU COMMERCE SUR LES LIEUX DE FLUX (DRIVES, GARES, AÉROPORTS)
- COMMERCES PLUS INTÉGRÉS DANS LE TISSU URBAIN
- CHOIX STRATÉGIQUES ENTRE CENTRE-VILLE, CENTRES COMMERCIAUX ET PÉRIPHÉRIE /

Votre contact
Tapio POTEAU
03 20 63 79 35
t.poteau@hautsdefrance.cci.fr

hautsdefrance.cci.fr

