

Le commerce est un facteur essentiel pour le dynamisme d'une région : il contribue à l'aménagement du territoire, focalise les consommateurs et développe par sa présence l'activité locale. Pour leur implantation ou leur développement, les commerçants doivent maîtriser leur environnement. À leur disposition, l'outil de la CCI de Strasbourg et du Bas-Rhin, l'Observatoire du Commerce.

Commerçants, agissez en connaissance de cause

## Étudiez le comportement de vos consommateurs !



**D**ans le but d'informer les commerçants sur les comportements d'achat des consommateurs, l'Observatoire du commerce de la CCI de Strasbourg et du Bas-Rhin vient de publier son étude, «Commerce et Consommation 2003-2006», consécutive à celle de 2002, observant les habitudes des consommateurs bas-rhinois et de leurs voisins kehllois. Cette analyse pointue de la situation des ménages, des dépenses effectuées dans les différents domaines du commerce ainsi qu'un suivi de l'évolution en fait un outil de veille précieux de connaissance des besoins des consommateurs, de leur manière d'agir et des offres actuelles. L'intérêt des entreprises et des investisseurs est évident. Mais l'observatoire est également une source importante d'informations pour les collectivités locales dont le rôle est de savoir répondre aux attentes de la population. Une bonne connaissance du tissu commercial

et de sa pertinence face à la demande est le meilleur tremplin pour développer une politique efficace d'aménagement et assurer ainsi la pérennité de l'activité.

## Le Bas-Rhin en 2005

Selon les estimations, le nombre des ménages bas-rhinois était de 423 041 en 2004 pour une population totale de 1 077 220 habitants. Au cours de ces trois dernières années, leurs dépenses totales ont progressé de 11%, passant de 5 à 5,6 mds €. Parallèlement, on recensait au début de cette année 6 567 commerces sédentaires et 1 135 non sédentaires (marchés). Les grandes surfaces, qui ne représentent en nombre que 13 % de ces commerces, accaparent 64 % de la surface de vente totale. L'analyse met en évidence la fidélité des ménages bas-rhinois qui ont effectué 93 % de leurs dépenses dans les commerces du département avec, en tête du peloton, l'alimentaire et le bricolage/jardinage. En

revanche, si évasion il y a, on remarque la montée en puissance des ventes sur Internet (40 % des «fuites») et des achats en Allemagne (26 %).

## À Kehl, une offre commerciale autrement constituée

La comparaison entre les deux cités voisines requiert une mise au point préalable : on recense 117 620 ménages à Strasbourg et 16 213 à Kehl. 72 % des Strasbourgeois font leurs courses dans les grandes surfaces alors que seulement 60 % des Kehllois font de même. L'offre commerciale au centre-ville de Kehl est bien développée, ce qui amène 83 % des ménages kehllois à s'y approvisionner. Les Strasbourgeois, eux, s'évadent plutôt en périphérie où l'offre est fortement ancrée alors que seulement 64 % restent en ville. Et seulement 2 % des achats strasbourgeois sont effectués à Kehl, ce qui relativise l'évolution souvent ressentie. /

[ CONTACT CCI ]  
Jacques Salsac, directeur  
Commerce, 03 88 75 25 60

**➔ Témoignage.** *André Marchand, conseiller technique de la CCI – Chaussures Ulmer, Rosheim*

## Rendre les élus attentifs au bien-fondé des statistiques

**A**ndré Marchand anime le groupe Rapprochement des «élus commerce» avec le monde politique et se réjouit de l'arrivée du nouvel Observatoire du Commerce en tant qu'instrument concret pour présenter aux élus la culture du commerce. «Il existe malheureusement un décalage important entre la réalité du commerçant et le monde politique. Nous voulons donner une image plus actuelle et plus dynamique du commerce et faire comprendre l'impact que nous représentons pour la vie d'un territoire : le commerce, c'est un nombre considérable d'emplois, de places d'apprentissage. C'est un

élément crucial du développement urbain, c'est un des moteurs économiques des régions, créateur d'emplois encore à l'heure actuelle. Avec l'Observatoire du Commerce, nous avons à disposition les chiffres qui corroborent nos arguments. Grâce à lui, nous pouvons mettre en place un dialogue, œuvrer pour préserver l'existant, voir où il y a des difficultés et travailler sur l'aménagement. Grands magasins ou petits commerces, nous sommes tous des chefs d'entreprise à part entière, dépendants de l'économie globale. Une analyse des réalités régionales nous permet de gérer la situation au mieux grâce à une

action concertée et fondée face aux représentants politiques. Nous prévoyons d'ailleurs l'organisation de réunions territoriales au cours desquelles nous voulons aller à la rencontre des maires, présidents de communautés de communes, conseillers régionaux et députés. Notre travail en symbiose avec les conseillers économiques de la CCI et l'Observatoire du Commerce nous permet de faire un grand pas dans cet effort de communication vis-à-vis des élus.» /

[ CONTACT ]  
André Marchand,  
03 88 50 40 40



Pour plus d'infos sur cette entreprise  
[www.strasbourg.cci.fr/entreprises](http://www.strasbourg.cci.fr/entreprises)  
N° Siren 334124997



/ ANDRÉ MARCHAND INSISTE SUR « UNE IMPLICATION PLUS FORTE DE LA CCI SUR LE TERRITOIRE ET UNE PRÉSENCE PLUS AFFIRMÉE AUPRÈS DES ÉLUS » /

## L'Observatoire du Commerce

### Un outil de travail indispensable

Les chiffres détaillés déclinés par pays et par produit de l'Observatoire du Commerce 2002-2006 ont été dévoilés officiellement en mai. Cette étude était très attendue par tous les acteurs du commerce et par les politiques qui disposent ainsi d'un outil neutre, fiable et pertinent pour leurs réunions intercommunales. Grâce à son approche globale de l'espace rhénan, la CCI participe à la mise en place d'un schéma de développement du Bas-Rhin : points forts, points faibles, opportunités et menaces sont mis en évidence et favorisent une réflexion pertinente dans la planification. /



### Présentation de l'Observatoire du Commerce

#### Prochaines réunions territoriales

- Strasbourg 6 juin (CCI)
- Saverne 8 juin (MEEF)
- Sélestat 12 juin (Salle Sainte-Barbe)
- Molsheim 19 juin (Salle de la Metzsig)
- Haguenau 20 juin (Caire)

[CONTACT CCI] 03 88 75 24 85

## Carte d'identité du Bas-Rhin

Population → 1 077 220

Ménages → 423 041

Nombre de commerces traditionnels → 5 734

Surface de vente → 621 629 m<sup>2</sup>

Nombre de grandes surfaces → 833

Surface de vente → 1 109 073 m<sup>2</sup>

Nombre de services à la personne → 3 029

Surface de vente → 258 336 m<sup>2</sup>

### L'enquête

- 41 produits enquêtés
- 3 136 ménages interrogés
- 100 523 actes d'achat répertoriés
- Enquêtes réalisées en novembre 2002 et 2005

Source : CCI

/suite p.30/

# LE POINT ÉCO

www.strasbourg.cci.fr MAGAZINE DE LA CHAMBRE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE DE STRASBOURG ET DU BAS-RHIN

## Annonceurs cet espace vous est réservé !

performance

MEDIA

Contactez Patrick Duspeaux  
Tél. 03 88 78 47 73  
Fax. 03 88 78 87 50  
contact@performance-media.fr

➤ **Témoignage.** Michel Moser, membre titulaire de la CCI - Cora, Mundolsheim

## Être attentifs à tous les « plus » allemands et les transformer

**E**n tant que directeur de Cora à Mundolsheim, Michel Moser accorde une attention particulière au comportement des consommateurs du Bas-Rhin et de ceux d'outre-Rhin. Les statistiques lui permettent de pérenniser son activité en affinant sa tactique commerciale et en planifiant à plus long terme. « Réunir les intervenants du commerce bas-rhinois est un principe primordial pour pouvoir agir dans une vision d'approche globale. Un bon outil d'observation est une condition sine qua non. En outre, il est important par exemple d'étudier



les motivations des consommateurs qui se rendent en Allemagne. Après une longue absence de la région, j'ai constaté à mon retour une modernisation éclatante de la stratégie commerciale allemande : le souvenir d'une atmosphère désuète et d'une offre peu imaginative a été remplacé par une réalité implacable avec une gamme internationale de produits et un éventail de menus services permettant aux magasins de s'octroyer d'entrée la bonne grâce des visiteurs. Il nous faut

donc, chiffres à l'appui, entrer dans une réflexion pertinente afin de mettre en valeur nos avantages : un véritable travail de fond sur la conscience politico-économique. Nos magasins Cora, quant à eux, veillent minutieusement à l'évolution de nos voisins et l'idéal serait de voir naître un jour une politique commune de développement commercial Alsace-pays de Bade. L'Observatoire du Commerce est une première étape.» /

[ SITE ] [www.cora.fr](http://www.cora.fr)



Pour plus d'infos sur cette entreprise  
[www.strasbourg.cci.fr/entreprises](http://www.strasbourg.cci.fr/entreprises)  
N° Siren 786920306

## Un pari osé : l'Observatoire franco-allemand du Commerce Deux pays, deux méthodes d'observation

**D**epuis deux ans, les acteurs économiques de part et d'autre du Rhin se penchent sur un projet commun d'observatoire du commerce franco-allemand, afin de réussir à trouver une stratégie de développement qui s'appuie sur une complémentarité et non sur une opposition. L'intérêt est vif côté allemand et de nombreux partenaires participent à la réflexion : les CCI de Karlsruhe et du Rhin Supérieur Sud, les conseils régionaux, les Einzelhandelsverband\* du pays de Bade Nord et Sud et le Stadtmarketing de Kehl. Manfred Noppel, le directeur de Einzelhandelsverband Südbaden, expose les avantages d'un tel dessein : « Connaître la situation de manière concrète est un atout cer-



/ MANFRED NOPPEL : « LA FRONTIÈRE A DISPARU POUR LE CONSOMMATEUR » /

tain pour planifier et développer le commerce dans la région. L'aménagement du territoire dépend aussi du commerce et ignorer ce qui se passe de l'autre côté du Rhin pourrait se révéler une erreur

fatale. Néanmoins, mettre en place un tel projet nous confronte à des écueils inattendus mais non inintéressants : la méthode d'observation des Français est beaucoup plus détaillée que la méthode allemande. Pour notre part, nous travaillons toujours sur des tendances et planifions à partir de chiffres globaux en anticipant les conséquences potentielles. En cas de besoin, des bureaux de conseil indépendants réalisent des études plus approfondies et se font rémunérer pour leur travail. Nos voisins, eux, regardent d'emblée chaque particularité et construisent leur stratégie sur cette base. Cette méthode est plus complexe et plus onéreuse. Arrive par conséquent le second point à régler : le financement du projet. Nous pensons néanmoins trouver un consensus en rete-

nant dans l'Observatoire uniquement les commerces dont la surface dépasse les 700 m<sup>2</sup>. Cela permettra à tous les partenaires de se reconnaître dans le projet et d'avoir à leur disposition un outil de travail précieux». Et Manfred Noppel de conclure : « Par ailleurs, nous entretenons depuis longtemps des relations très amicales avec nos partenaires français. Notre travail avec les conseillers de la CCI de Strasbourg et du Bas-Rhin est très constructif. Les échanges ont beaucoup évolué au cours de ces dernières années, la frontière a disparu pour le consommateur et l'euro a induit un comparatif nettement plus rapide. Ce projet est indispensable pour répondre à ces tendances.» /

\* Fédérations du commerce de détail

[ SITE ] [www.einzelhandelsverbandsuedbaden.de](http://www.einzelhandelsverbandsuedbaden.de)

## Un regard inversé

# Le pays de Bade profite des frontaliers et d'un regain de confiance en l'avenir

Après des années de résultats négatifs, les chiffres du commerce de détail chez nos voisins ont commencé à remonter timidement la pente en 2005. Le sud en a particulièrement profité avec une hausse de +1,8 % contre +0,6 % à l'échelle nationale. Cette tendance locale résulte de plusieurs facteurs : le changement de gouvernement qui semble redonner de la confiance aux consommateurs et l'affluence des frontaliers.

Deux fois par an, le Einzelhandelsverband Südbaden\*, qui représente 85 % des commerçants dans la région Lörrach-Karlsruhe-Constance, réalise une enquête sur l'évolution conjoncturelle globale du commerce local. 1700 entreprises sont concernées, environ 69 500 employés et 3,85 millions de m<sup>2</sup>. Sans entrer dans les détails, cette étude se penche sur les courants de consommation. Divers enseignements peuvent être tirés de la dernière en date (avril 2006). Les résultats relativement positifs ont été boostés à plusieurs niveaux : une région relativement peuplée, un pouvoir d'achat souvent au-dessus de la moyenne nationale et la venue des consommateurs suisses et français.

### Quand les frontaliers viennent consommer

Ce point est particulièrement décisif pour les villes frontalières des agglomérations de Zürich et de Bâle (Waldshut et Weil/Lörrach) car les consommateurs suisses, qui bénéficient d'un remboursement des taxes allemandes, viennent en masse. Quant à Karlsruhe, avec son nouveau centre commercial gigantesque Ettlinger Tor, l'objectif a été

atteint : les consommateurs sont drainés dans toute la région et les Strasbourgeois n'hésitent guère à aller y faire un tour. Un peu en retrait, car plus éloigné et surtout moins fourni en opportunités commerciales, Fribourg et sa région attirent plutôt par leur aspect touristique. Néanmoins, le résultat général positif est altéré par l'inquiétude du Einzelhandelsverband, qui déplore l'augmentation du prix des cigarettes en Allemagne. Celles-ci étaient jusqu'à présent une source de revenus tout au long du Rhin.

### Les IHK et le commerce

L'importance du commerce dans les questions d'aménagement du territoire est également claire en Allemagne. Dans la TechnologieRegion Karlsruhe, la IHK, qui représente les intérêts économiques régionaux, est consultée lors des procédures de développement du territoire. Elle a constitué une commission spéciale à laquelle participent activement une soixantaine de commerçants. Leur rôle : apporter non seulement leur connaissance du métier mais également leur expérience des relations avec les élus dans les concertations sur cet aménagement. Si cette mission de

conseil est similaire au fonctionnement en Alsace, en revanche la méthode d'analyse de l'évolution du commerce est très différente. Toute étude est globale, entrer dans les détails est une tâche réservée à des instituts privés spécialisés dans les études de marché, ce qui rend ce type d'observations nettement plus onéreux qu'en France.

### Rapprochement franco-allemand en vue ?

Observer la situation du commerce chez nos voisins est une entreprise parfois déconcertante car les intérêts moteurs du com-

merce badois semblent *a priori* à l'opposé du regard porté par les Alsaciens. Néanmoins, avec la disparition des frontières, une politique menée en concertation serait propice à un développement judicieux du territoire pouvant être utile à tous. La concrétisation de l'Observatoire franco-allemand du Commerce incarnerait un pas symboliquement fort dans cette direction. /

[ CONTACT ] Matthias Kruse,  
[www.karlsruhe.ihk.de](http://www.karlsruhe.ihk.de)

\* Fédération du commerce de détail

/ fin du dossier /

**LE POINT ÉCO**  
www.strasbourg.cci.fr MAGAZINE DE LA CHAMBRE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE DE STRASBOURG ET DU BAS-RHIN

En 2006  
*ciblez juste !* Huit fois par an,  
Thématiques des dossiers téléchargeables sur le site  
www.strasbourg.cci.fr

performance  
**MEDIA**  
Chantal Harter Dautheville  
Tél. 03 88 78 47 73  
contact@performance-media.fr