

## C1 MÉDIATION ORALE

L'association des commerçants de votre quartier organise une table ronde qui a pour thème « Commerce de proximité et futur » et on vous a invité à y participer. Pour cela vous avez trouvé sur le Net deux textes qui vont vous aider à préparer votre intervention. Prenez des notes et préparez votre intervention en y intégrant les idées des deux textes.

Préparation : 10 minutes

Médiation : 3 -4 minutes

### COMMERCES : Proximité vs en ligne

#### Commerces de proximité vs grandes enseignes

Avec la crise économique engendrée par la pandémie, la majorité des enseignes commerciales et le commerce de proximité sont en souffrance.



Les commerces de proximité représentent à eux seuls en France près de 72% des commerces qui sont des petites et moyennes surfaces de vente au détail.

Les grandes enseignes s'opposent au commerce de proximité et désignent les grandes chaînes de magasins qui s'étalent sur des milliers de mètres. Elles sont souvent présentes dans tous les centres-ville et fragilisent de plus en plus les commerces de proximité. Mais depuis peu la tendance s'inverse et de nombreuses actions comme celle de la marketplace sont mises en œuvre pour les aider.

Les plus grands défis du commerce de proximité demeurent l'accessibilité d'un point de vue numérique et la visibilité locale. Les solutions de marketplace permettent de booster le commerce de proximité en mettant directement en lien les consommateurs avec les commerçants de leur quartier.

Le commerce de proximité favorise une meilleure expérience d'achat, grâce d'une part à la taille du magasin qui permet de mieux se repérer et d'autre part, à la convivialité attachée au caractère récurrent des rencontres du fait de la proximité entre le commerçant et ses clients.

Il est important de rendre plus attrayants les locaux des commerces de proximité et plus dynamique le service sur place afin de réduire les longues files d'attente.

En somme, si la crise sanitaire du coronavirus a fragilisé les grandes enseignes ainsi que les commerces de proximité, ces derniers s'adaptent au mieux pour leur survie. De plus, ils bénéficient de nombreuses solutions d'accompagnement pour accroître leur visibilité et digitaliser leur entreprise.

(Adaptation) <https://www.les4verites.info/commerces-de-proximite-vs-grandes-enseignes>

## Le boom du commerce en ligne annonce-t-il un changement des habitudes d'achat après la crise



### Le baromètre de Salesforce enregistre une forte augmentation des ventes en ligne en 2020.

Sommes-nous au début d'un changement de comportement. L'impact du confinement sur les habitudes d'achat sera-t-il durable ou les consommateurs retourneront-ils à leurs habitudes une fois libérés ?

Salesforce a noté une forte augmentation du nombre d'acheteurs en ligne. Cependant, celle-ci ne compensera probablement pas pour autant la baisse significative des ventes physiques que subissent les enseignes et marques .

Une autre tendance concerne le type de bien acheté en ligne. Le baromètre rapporte une hausse de 200 % des achats de biens essentiels . Les biens de consommation courante, alimentaires, ont connu une envolée inespérée. Certes, même en période de crise on continue de consommer du pain et des légumes, mais une telle augmentation, alors que les magasins alimentaires sont restés ouverts, est un indicateur à prendre en compte.

D'après Shopping Index :

1. Les politiques de confinement ont généré une hausse de la demande de biens de première nécessité en ligne. Les achats en ligne de ce type de biens ont fait un bond de 200 %.
2. Le revenu des sites proposant l'achat de courses en ligne avec retrait en magasin a grimpé de 27 % contre 13 % pour les sites ne proposant pas cette option.
3. Pics de commandes en ligne de produits ménagers, de vêtements, de jouets et de jeux : les consommateurs ont continué d'acheter des biens non essentiels, même en faisant des réserves de produits de première nécessité. D'une année sur l'autre, les revenus digitaux ont augmenté de 51 % dans le secteur de la maison (comme la décoration), de 31 % pour l'habillement ( sportifs notamment) et de 34 % pour les jouets et les jeux.

(Adaptation) <https://itsocial.fr/actualites/etude/le-boom-du-commerce-en-ligne-annonce-t-il-un-changement-des-habitudes-dachat-apres-la-crise/>