

# Les commerces

d'alimentation générale en Charente-Maritime



## L'ALIMENTATION ET SES NOUVEAUX REPÈRES

Selon les analyses du Credoc\*, le prix est devenu, avec la proximité géographique, le moteur premier des achats alimentaires. Lors d'un colloque organisé en mars 2009 par l'Adria\*\* et le Credoc sur « l'alimentation en temps de crise », d'autres tendances ont également été mises en lumière :

- Le commerce équitable, les notions d'éthique et d'environnement confirment leur montée en puissance. Cette tendance de fond ne concerne encore que des marchés de niche, où le prix intervient peu.
- La notion de confiance est aujourd'hui essentielle. Face à l'industrialisation des produits alimentaires, le consommateur ne sait plus à qui, ni à quoi faire confiance, pour manger au mieux et se préserver des risques alimentaires. A quels indicateurs de qualité, à quel organisme ou à quelle personne se fier ? Pourtant, c'est la confiance qui semble caractériser la relation entre client et détaillant.

### Une offre qui s'adapte

Les grandes surfaces ont profité de l'assouplissement des règles d'urbanisme commercial (Loi de Modernisation de l'économie) pour augmenter leur surface, principalement pour l'offre non alimentaire, et gagner en attractivité.

Le **hard discount** se développe en élargissant les gammes de produits. Même les grandes enseignes de supermarchés se lancent désormais dans cette forme de distribution.

Les commerces indépendants non affiliés (27 %) disposent de moyens moins importants et privilégient la **qualité du service et des produits**, tout en axant leur développement économique sur la **proximité avec le client**. Avec ce retour à la proximité, les métiers liés à l'alimentation sont aujourd'hui en pleine mutation. A la campagne comme en ville, les commerces alimentaires se veulent avant tout proches de la population. Le **réseau des Points multi-services**, mis en place par les CCI, fête ses 10 ans. Avec 33 points de vente implantés en Charente-Maritime, ces commerces à dominante alimentaire proposent tout une gamme de services : relais sncf, information touristique, retrait d'argent, téléphonie... Mais, là aussi, les grandes enseignes s'adaptent et implantent ou reconvertisent des magasins de proximité (Carrefour market), avec une offre de produit plus large, plus diversifiée, une nouvelle signalétique, un programme de fidélité...

**Internet peut aussi contribuer à la proximité**, notamment pour la commande des produits encombrants ou lourds et la livraison à domicile. Si le secteur est globalement en pleine reconversion, ce n'est pas le cas des **spécialistes de l'alimentaire**. Qu'il s'agisse des magasins de surgelés, de produits verts, biologiques ou encore issus du commerce équitable, tous ont connu une véritable percée en termes de chiffre d'affaires. La spécialisation attire et se permet même de contourner les effets de la crise.

### De nouveaux outils pour les commerçants

Apporter de la nouveauté, se démarquer, créer la différence... Le nouveau visage des commerces alimentaires se dessine. Les entreprises ont fait le choix de coller au plus près du mode de vie des consommateurs : extension des plages horaires des magasins, services toujours plus nombreux...

L'outil internet est aussi synonyme de changement et de progrès. Faire ses courses sur le web est désormais possible et disposer d'un site vitrine paraît être un facteur de succès, surtout pour les petits commerces.

\* Credoc : Centre de recherche pour l'étude et l'observation des conditions de vie - Etude de 2008  
\*\* Adria : Centre d'expertise et de transfert en qualité et sécurité des aliments



**Pour vous aider à préparer votre projet,** votre CCI vous propose une approche marché ou un dossier documentaire

**Pour améliorer la qualité de votre service et la gestion de votre entreprise,** votre CCI vous propose d'adhérer à la Charte Qualité Commerce Artisanat Services et de suivre des formations à la gestion dans le cadre des autodiagnostic. Renforcez l'attractivité de votre point de vente et Sachez prévoir votre trésorerie.

## Contacts

### CCI LA ROCHELLE

Viséo 17 - 21 chemin du Prieuré  
17024 LA ROCHELLE cedex 1  
05 46 00 53 96 • www.larochelle.cci.fr

Retrouvez les sources d'information utilisées et l'intégralité de cette étude sur [www.viséo17.fr](http://www.viséo17.fr)

### CCI DE ROCHFORD ET DE SAINTONGE

Viséo 17 - Corderie Royale  
17306 ROCHFORD cedex  
05 46 84 11 84 • www.rochfort.cci.fr



# Viséo 17, L'OBSERVATOIRE DÉPARTEMENTAL

## L'alimentation générale fait aujourd'hui peau neuve.

En Charente-Maritime, 370 commerces d'alimentation générale (hors magasins spécialisés tels que les boulangeries, les boucheries...) proposent des gammes de produits et de services associés, allant du frais aux surgelés, en passant par les boissons, les laitages et les conserves.

Des hypermarchés aux points multi-services à dominante alimentaire, le secteur occupe 6 000 salariés et non salariés, pour un chiffre d'affaires annuel d'1,5 milliard d'euros HT.

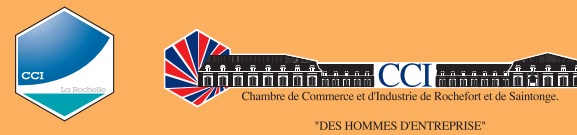


# LES COMMERCES D'ALIMENTATION GÉNÉRALE en Charente-Maritime

## COMMERCES ET SERVICES en Charente-Maritime

[www.viséo17.fr](http://www.viséo17.fr)

Décembre 2009



# Les commerces d'alimentation générale<sup>(1)</sup> en Charente-Maritime

(1) Par commerces d'alimentation générale (CAG), on entend les points de vente qui proposent des produits alimentaires, quelle que soit la surface de vente. Attention, les marchés, les activités saisonnières dans les campings et les magasins d'alimentation spécialisée, tels que les boucheries, boulangeries, etc., ne sont pas comptabilisés.

## 370 points de ventes

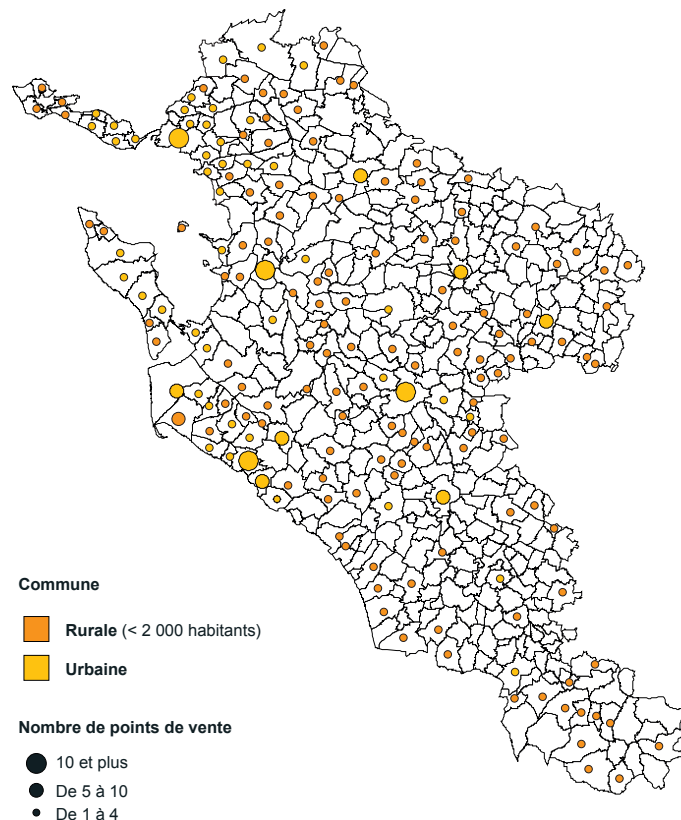
Les 370 commerces d'alimentation générale de Charente-Maritime sont, à 65%, des points de vente de moins de 300 m<sup>2</sup>.

Avec **101 supermarchés et 24 hypermarchés**, les grandes surfaces assurent une activité commerciale essentiellement en périphérie des zones urbaines. Ces grandes surfaces, porteuses d'enseignes nationales, sont pour la plupart intégrées à des zones commerciales.

Néanmoins, plus de la moitié des 472 communes de Charente-Maritime ne disposent pas d'un commerce d'alimentation générale. Le département compte **4 commerces d'alimentation générale de moins de 300 m<sup>2</sup> pour 10 000 habitants**, contre une moyenne nationale de 4,2. En revanche, on dénombre 2,2 grandes surfaces (hypermarchés et supermarchés) pour 10 000 habitants, tandis que la moyenne nationale est de 1,8. Ces écarts s'expliquent en grande partie par l'adaptation de l'offre à l'augmentation de la consommation pendant la période estivale.

En 2008, les commerces d'alimentation générale ont représenté **3,2% des créations et des reprises d'activité** dans le secteur du commerce.

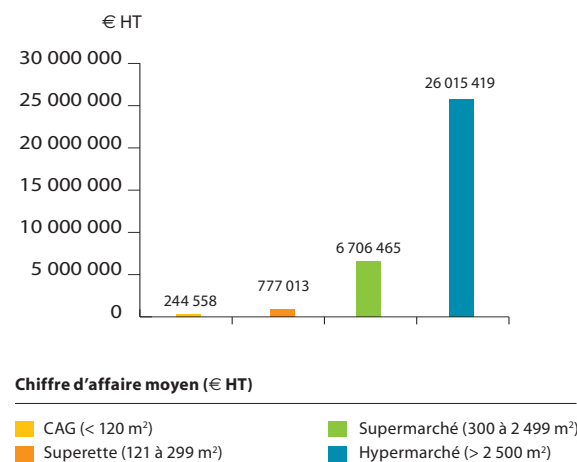
Le nombre de points de vente a augmenté de 3% durant les cinq dernières années. Malgré une légère baisse des ventes au plan national, ce secteur reste dynamique. Le hard-discount se développe peu à peu et les petits commerces, à l'image **des points multi-services à dominante alimentaire, reviennent en force.**



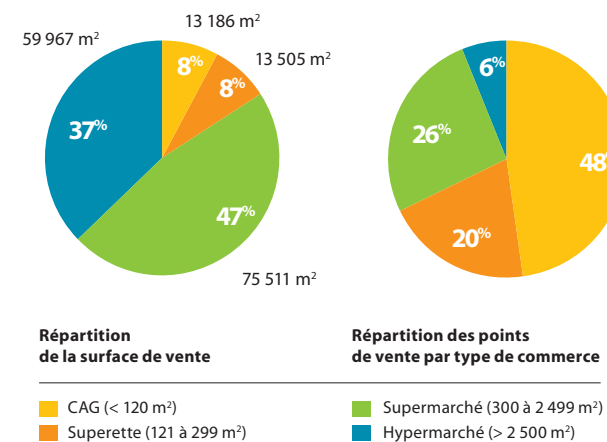
## 1,5 milliard d'euros de chiffre d'affaires (€ HT)

Le chiffre d'affaires annuel moyen d'un commerce d'alimentation générale de moins de 300 m<sup>2</sup> est de 480 000€ HT, tandis qu'il est de 6 700 000€ HT pour un supermarché et de 26 000 000€ HT pour un hypermarché, en ne tenant compte que des ventes alimentaires.

En fonction des formes de distribution, la part des ventes alimentaires dans le chiffre d'affaires global du point de vente varie. Elle représente environ 67% pour les hypermarchés, contre près de 100% pour les épiceries.



## L'offre alimentaire s'étend sur plus de 160 000 m<sup>2</sup>



La loi de modernisation de l'économie du 4 août 2008 a entraîné **une augmentation des surfaces de vente**, principalement dans la grande distribution.

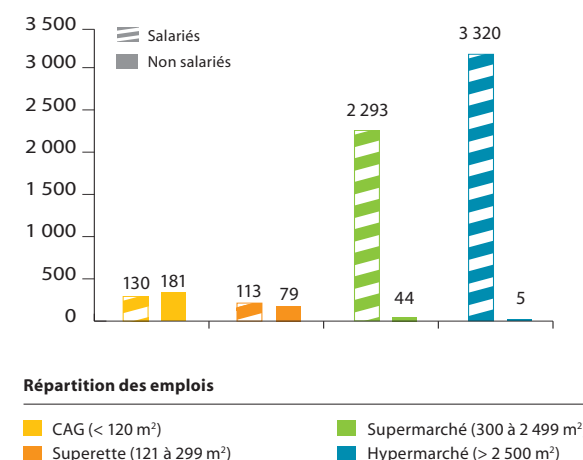
Près de la moitié de la surface de vente alimentaire en Charente-Maritime (47%) est occupée par les supermarchés. Ils devancent les hypermarchés (37%). Ces deux formes de distribution laissent loin derrière les commerces d'alimentation générale et les supérettes qui occupent, chacune d'elles, 8% de la surface départementale.

A noter que, dans les supermarchés et les hypermarchés, l'alimentaire occupe les deux tiers de la surface de vente totale.

## 6 000 emplois (salariés et non salariés)

Les commerces d'alimentation générale font travailler plus de 6 000 personnes en Charente-Maritime. En moyenne, les commerces de **moins de 300 m<sup>2</sup> emploient 4 personnes**, contre 23 dans les supermarchés et 139 dans les hypermarchés.

Les 120 entreprises individuelles (qui représentent un tiers des commerces d'alimentation générale) occupent 225 personnes, dont 60% sont non salariés.



### PMS

#### Saint-Dizant-du-Gua

**Frédérique Janssen** est gérante d'un Point Multi-Services (PMS) créé en 2006, à Saint-Dizant-du-Gua :

« Le projet de création du PMS a été lancé en collaboration avec la mairie de Saint-Dizant-du-Gua. J'ai dans un premier temps effectué un stage à la CCI de Rochefort/Saintonge pour acquérir des connaissances en gestion financière. L'idée d'un PMS, associé à une épicerie, est venue naturellement. L'accès à internet, le fax, la photocopieuse et, enfin, le point poste sont des outils de la vie quotidienne. Le magasin est avant tout un lieu de rencontre, convivial. C'est aussi pour de nombreuses personnes l'occasion de rompre l'isolement. J'ai fait le choix de rendre accessible au plus grand nombre des services fiables et faciles d'accès. Allier l'alimentaire à l'utile bénéficie à la population locale et tout doit être fait pour favoriser l'émergence de commerces. »

### Express Drive

#### E. Leclerc à Saintes

**François Cogné** est responsable du lancement de l'Express Drive E. Leclerc en octobre 2008 :

« A l'origine, l'idée était de se diversifier pour capter une nouvelle clientèle. Cette innovation est aussi un moyen de véhiculer une image positive du magasin.

Il suffit de passer commande sur internet et de récupérer ses courses ultérieurement, le délai pouvant varier de 2 heures à une semaine. Une carte bancaire suffit et les tarifs des produits sont les mêmes que ceux appliqués en magasin. La demande ne cesse de croître, si l'on se réfère à l'augmentation du nombre d'inscrits sur le site. L'alimentaire représente 80 à 90% des commandes et les clients semblent satisfaits de ce développement. L'Express Drive permet de gagner du temps, c'est un véritable confort pour nos clients. »