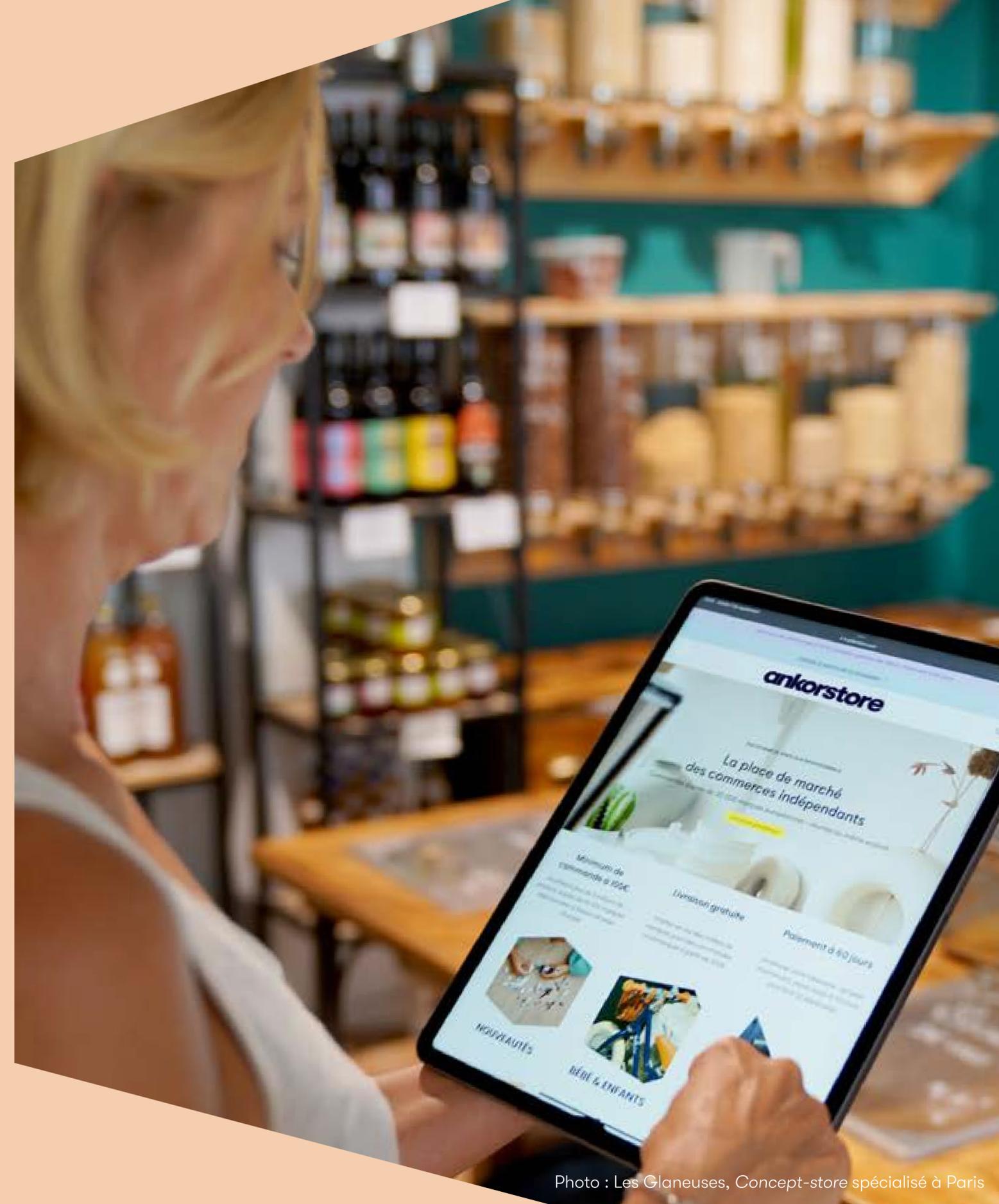


# ankorstore

## Observatoire du Commerce indépendant 2024

En partenariat avec le  
Conseil du Commerce de France



# Sommaire

## Partie 1 :

Economie en tension : Quelles conséquences pour le commerce indépendant en 2024 ..... Page 5

## Partie 2 :

Des commerces qui agissent et attendent des actions pour faciliter le développement de leur activité ..... Page 11

## Partie 3 :

Le commerce de proximité : le choix préféré des Français malgré tout ..... Page 17

## Partie 4 :

Quel modèle pour le commerce indépendant de demain ? ..... Page 21

## Partie 5 :

Jeux Olympiques 2024 : un levier de consommation ? ..... Page 24

# Édito

En 2023, nous dévoilions pour la 1ère fois les résultats de notre Observatoire Ankorstore du Commerce indépendant.

Il dépeignait une situation tendue, un commerce indépendant fortement impacté par un contexte économique morose mais également une résilience et une capacité de réaction et d'action sans faille chez les commerçants.

En 2024, où en sommes-nous ? Comment les commerçants vivent-ils ce contexte économique tendu qui s'éternise ? Quelles conséquences pour eux ? Quelle évolution des modes de consommation ? Quel avenir pour leur secteur ? Quelles sont leurs attentes vis-à-vis des pouvoirs publics ? Cette année, dense en événements sportifs, est-elle porteuse d'espoirs en termes de consommation ?

Comme l'an dernier, nous avons choisi d'interroger notre communauté de commerçants aux côtés du Conseil du Commerce de France. Vous trouverez dans ce rapport la synthèse de deux études que nous avons menées auprès de plus de 1000 commerçants et 2000 Français.

Découvrez également le regard de nos experts partenaires sur le commerce indépendant et sur les résultats de cet Observatoire ci-dessous.



**ankorstore**

Lily Cadell  
Directrice Générale France

**Ankorstore s'adresse exclusivement au commerce indépendant, comment ressentez-vous la situation en 2024 ?**

Les répercussions de l'inflation sur le pouvoir d'achat des Français ont un impact sur le commerce indépendant. Chez Ankorstore, nous sommes les premiers témoins de la situation des commerçants et des actions qu'ils engagent pour résister (gestion des stocks, changements de fournisseurs) mais aussi de l'amplification de leur communication et diversification de leur activité. Nous sommes également aux premières loges pour constater que les Français ont raison de considérer les commerçants indépendants comme les garants d'une offre locale car c'est toujours le 1er filtre utilisé sur notre plateforme.

**L'omnicanalité et l'expertise sont considérées par les acteurs comme le modèle à privilégier pour l'avenir du commerce indépendant, qu'en pensez-vous ?**

En effet, les consommateurs sont de plus en plus nombreux à vouloir repérer et se renseigner en ligne et avant de voir les produits en boutique. On note également que les Français fréquentent les commerces indépendants pour une offre pointue mais aussi des conseils qu'ils ne peuvent trouver ailleurs. C'est une réelle valeur ajoutée du commerce indépendant sur laquelle les commerçants doivent capitaliser car les Français ne s'y trompent pas.

**ankorstore**



Yves Audo  
Président du Conseil du Commerce de France

**Vous disposez d'une vision multi-catégories sur la situation du commerce et du commerce indépendant, quelles tendances remontent de la part des fédérations professionnelles ?**

Malgré les difficultés rencontrées ces derniers mois, le commerce est toujours physiquement présent et fait preuve de résilience en essayant de se conformer aux contraintes d'ordre économique, sociétale, environnementale. Face à la concurrence de grands acteurs du e-commerce, les commerces s'adaptent mais ils doivent être aidés par les pouvoirs publics afin de faire strictement respecter la réglementation et les normes UE. Il faut que les mêmes exigences s'appliquent à tous en termes d'information des acheteurs, de sécurité des produits, de traitement des données personnelles ou de propriété intellectuelle.

**Vous êtes également en lien avec le Conseil National du Commerce et le gouvernement qui a proposé un plan de simplification, quel est votre regard et celui des acteurs du secteur sur ces propositions ?**

Le Conseil du Commerce de France avait appelé de ses vœux la création d'un organe unissant le commerce lors des Assises du Commerce. La mise en place du Conseil National du Commerce constitue un tournant majeur pour valoriser notre secteur. Il a permis de mettre en avant nos priorités, trouver une écoute auprès du gouvernement et voir aboutir nos demandes comme cela a été le cas avec l'accord sur la généralisation de la mensualisation des loyers et l'accélération du recouvrement des loyers impayés. Nous attendons beaucoup de la prochaine législature pour pérenniser le projet de loi de simplification qui aidera le commerce à se moderniser et à simplifier des process parfois énergivores.



Frédéric Maus  
Directeur Général WSN

**Vous dirigez WSN, la société organisatrice leader d'événements internationaux de mode à Paris. La mode et l'habillement sont deux secteurs particulièrement en souffrance ces derniers mois avec la liquidation de différentes grandes enseignes, comment le secteur peut-il redresser la barre ?**

Parler de crise dans l'univers de la mode revient quasiment aujourd'hui à évoquer une normalité tant sur la dernière décennie le secteur a subi de profondes mutations. Les modèles qui ont surperformé il y a peu sont aussi, aujourd'hui, les plus remis en questions. En revanche - et c'est majoritairement les gens que nous accueillons sur nos salons - nous constatons d'une part une énergie créative énorme mais aussi un retour à un modèle du wholesale qui retrouve ses qualités de partage des risques. Enfin, et c'est pour moi le plus important, des compétences à tous les niveaux de la chaîne, du fabricant aux distributeurs.

**Quelles innovations ou initiatives vous laissent à penser que ce secteur entame sa mutation ?**

La distribution évolue, les magasins se transforment mais on constate l'attachement des consommateurs à leur commerce local. Notre partenariat avec Ankorstore suit ce mouvement, apportant à nos commerçants (et à nos marques) des outils pour accélérer leur transformation. La recherche se fait en ligne ; à nous d'aider les commerçants à transformer leurs boutiques.

# ÉCONOMIE EN TENSION :

Quelles conséquences pour le commerce indépendant en 2024?



# Depuis plus de 2 ans, la situation économique **ne s'améliore pas** en France et en Europe

et les commerçants indépendants sont  
en 1ère ligne face aux difficultés  
engendrées par l'inflation.

**85%**

considèrent que  
l'inflation a un impact  
sur le développement  
de leur activité

En un an,

**6 commerçants sur 10**

estiment que leurs charges ont  
augmenté de **0% à 25%** et **3/10** de  
**25% à 50%**

**+13%**

vs 2023



ankorstore

# L'inflation et ses conséquences toujours au cœur des difficultés des commerçants en 2024

Quels sont les **principaux freins** à l'activité rencontrés par les commerçants ?

“ On voit nettement que les gens se sont restreints au niveau achat plaisir. Ils ont fait un choix entre manger et payer les loisirs et/ou l'habillement. C'est très dur pour les petits commerçants et artisans. Il y a une baisse du pouvoir d'achat et une augmentation des coûts donc les marges sont très faibles.”

Ingrid, La Chouette Epicerie - Paris

**8/10**

Français ont **changé leur façon de consommer** face à l'inflation et à l'augmentation des prix

**85%** en Bretagne

**6/10**

déclarent même que leur **pouvoir d'achat s'est dégradé** en 1 an

**70%** en Bretagne



→ **En conséquence,**  
les "nouveaux" modes de  
consommation s'accroissent  
notamment dans les secteurs  
de la mode et de la beauté

**36%**

des Français recherchent  
essentiellement  
**les petits prix**



**2ème tendance de  
consommation** observée  
par les commerçants

-5 points vs 2023

**69%**

comparent le **rapport  
qualité prix** avant  
d'acheter

+15 points vs 2023

**72%**

des commerçants  
déclarent que leurs  
clients **se renseignent  
en ligne** avant  
d'acheter

+20 points vs 2023

**50%**

des Français  
attendent les périodes  
de **déstockage**  
ou de **promotion**

+20 points vs 2023

# Des commerces en difficulté ...

# ...et les recrutements

# 56%

Plus de la moitié des commerçants déclarent voir **davantage de commerces de proximité fermer que se renouveler**

+9 points vs 2023

70% Hauts-de-France

## Des conséquences sur les prix...

# 56%

des commerçants indépendants déclarent avoir **augmenté leurs prix en 2023** (même proportion qu'en 2022)

77% chez les cavistes

60% Île-de-France

# 4/10

l'ont fait ou l'envisagent en 2024

51% Bretagne

56% boutiques de cosmétiques et 51% épicerie fines

Seuls

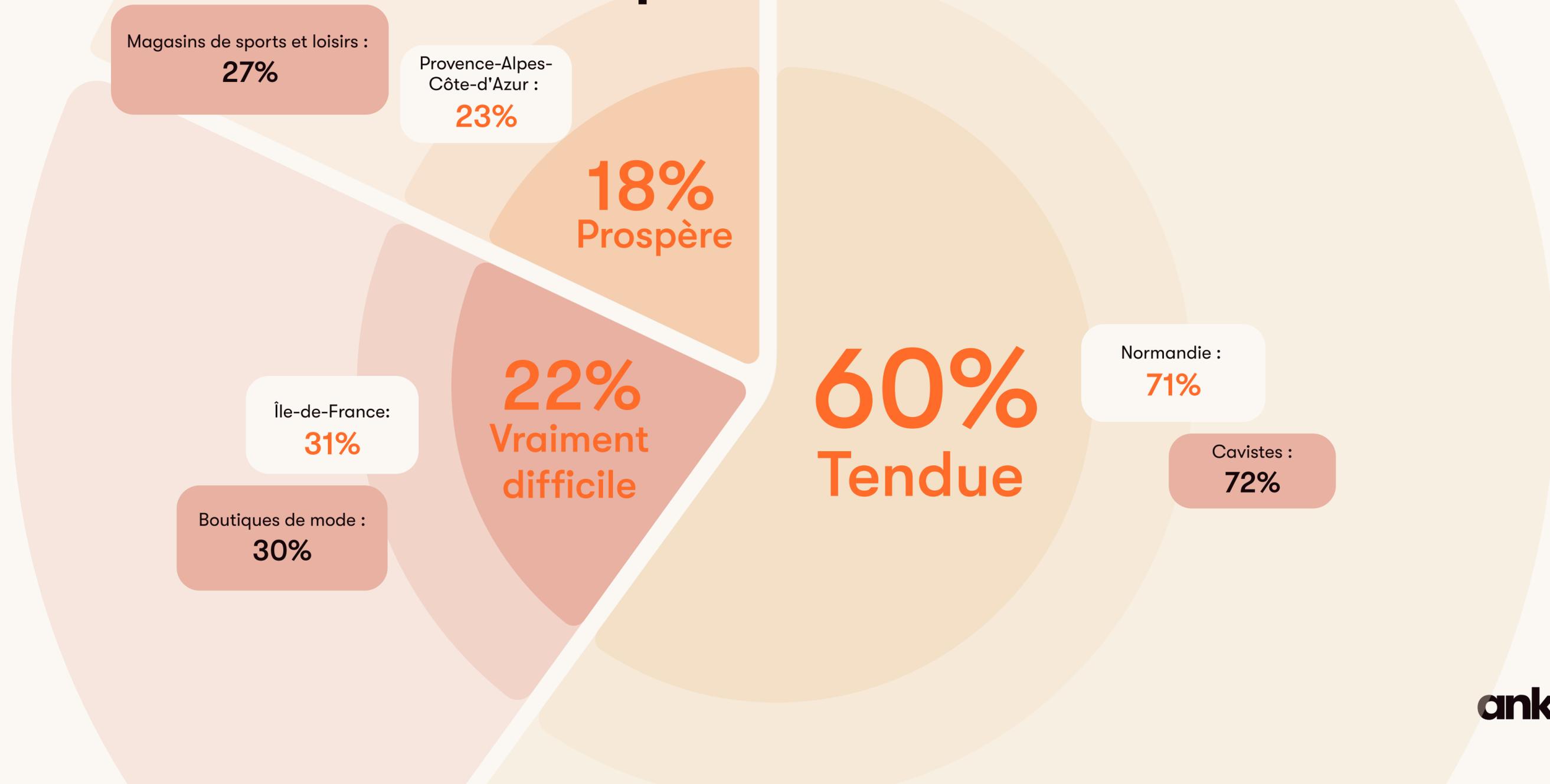
# 15%

ont recruté en 2023 et 8% l'envisagent en 2024

“Ça ferme autant que ça ouvre sur Montpellier. Avant la durée de vie d'une boutique était de 7/8 ans et désormais elle est de 4/5 ans.”

Nicolas, Ma boutique alternative MTP - Montpellier

# Ainsi, les commerçants qualifient majoritairement la période de :



# DES COMMERCANTS QUI AGISSENT

et attendent des actions pour faciliter  
le développement de leur activité

# Des actions pour limiter l'impact du contexte économique et trouver des solutions

📅 Action #1

**1/3**

ont agi sur leurs **stocks**

37% boutiques univers enfant

📁 Action #2

**30%**

ont renforcé leur **communication et présence digitale**

Ils sont également

**+2/3**

à avoir fait évoluer leurs réseaux de fournisseurs

84% épicerie fines et vrac

# La diversification, une alternative grandissante pour trouver de nouvelles sources de revenus



3/10 

commerçants envisagent de **diversifier leur activité** en 2024

Près de 10 points de plus qu'en 2023

40% boutiques univers enfants

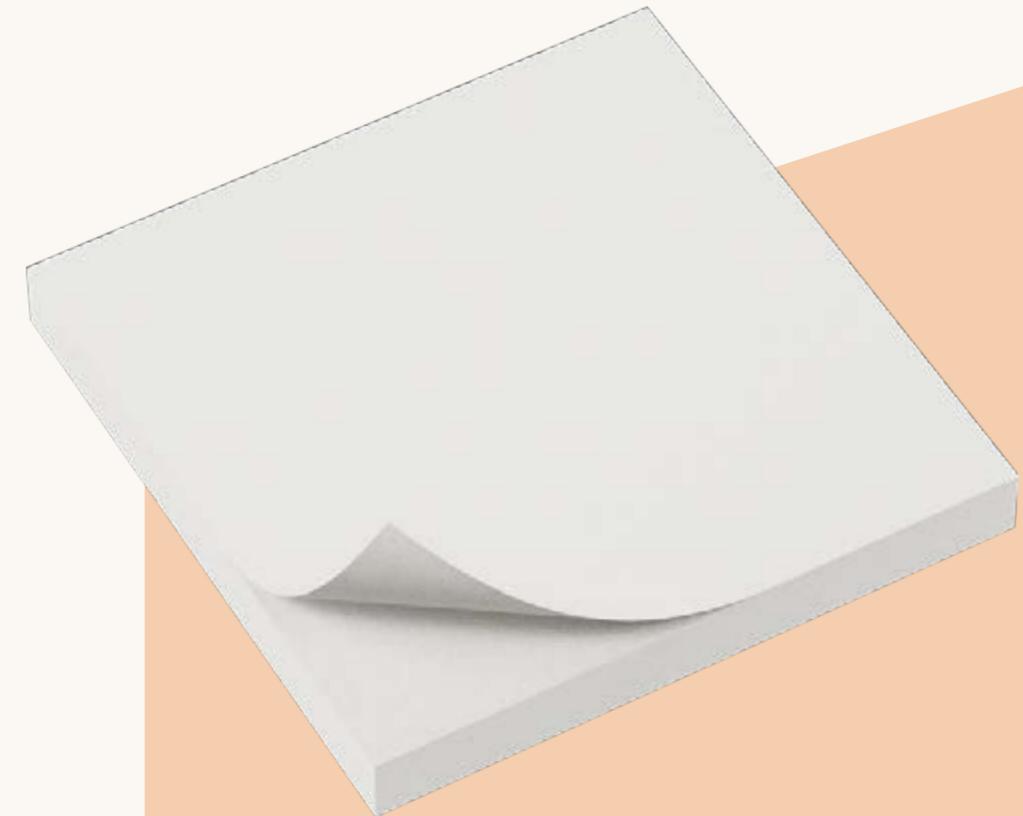
# Une action des pouvoirs publics attendue sur les charges qui pèsent sur les commerçants pour les aider à maintenir et développer leur activité

**40%**

des commerçants attendent une action efficace sur la réduction des charges

**1/4**

réclament des moyens financiers pour lutter contre la hausse des prix et l'augmentation du coût de l'énergie



# Faciliter l'ouverture de **points de vente** :

mesure de simplification plébiscitée  
par les commerçants qui souhaitent  
pouvoir travailler plus facilement

En mars 2024, le gouvernement a proposé différentes mesures  
de simplification en faveur des commerces indépendants.  
Ces derniers les ont classées par ordre de priorité :

**#1** Accélérer le dispositif  
d'ouverture d'un **point de  
vente éphémère**

**#2** Permettre **l'ouverture d'un point de vente**  
dès le passage de la commission de sécurité

**#3** Donner la possibilité aux **préfectures** d'autoriser exceptionnellement  
et temporairement **l'ouverture dominicale des commerces**

**#4** Autoriser **l'ouverture dominicale** jusqu'à 14h



# Malgré le contexte, les commerçants restent confiants et font preuve d'une résilience à toute épreuve.

Indice de confiance de la santé du commerce indépendant en 2024 :

**67%**  
entre 5 et 10

**=2023**

On note un très léger recul des indices les plus élevés (7 à 10) avec seulement 23% en 2024 vs 26% en 2023

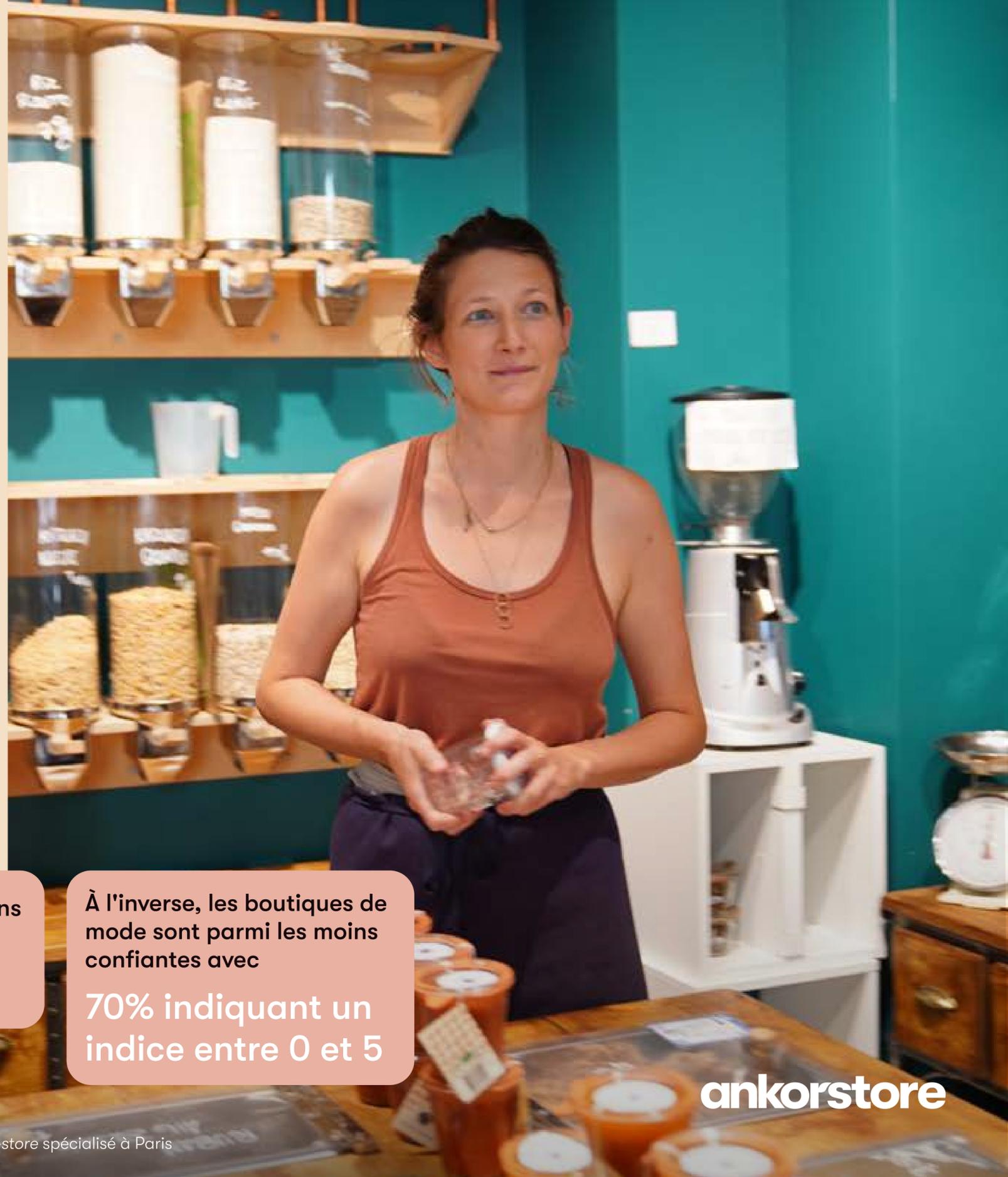
Une situation à nuancer selon les secteurs :

Coiffeur/Spa et centres de soins sont parmi les plus confiants

**72%** entre 5 et 10

À l'inverse, les boutiques de mode sont parmi les moins confiantes avec

**70%** indiquant un indice entre 0 et 5



**ankorstore**



# LE COMMERCE DE PROXIMITÉ,

le choix préféré des Français  
malgré tout

# Les commerçants ont raison de garder confiance

car l'attachement des Français reste fort



À prix égal plus de

**la moitié**

des Français privilégie le  
commerce indépendant.

=2023

65% Normandie

**39%**

fréquentent un  
commerce indépendant  
1 x semaine ou plus.

45% Île-de-France

# Plus que jamais,

le commerce indépendant de proximité est l'illustration de l'attachement des Français à leurs territoires

# et à consommation souhaitée LOCALE.



En 2024, la consommation locale reste la

**tendance #1**

observée par **30%** des commerçants

**39%** épicerie fine

## La proximité géographique

reste la **valeur ajoutée #1** du commerce indépendant pour **58%** des Français



**65%** Bretagne et Occitanie



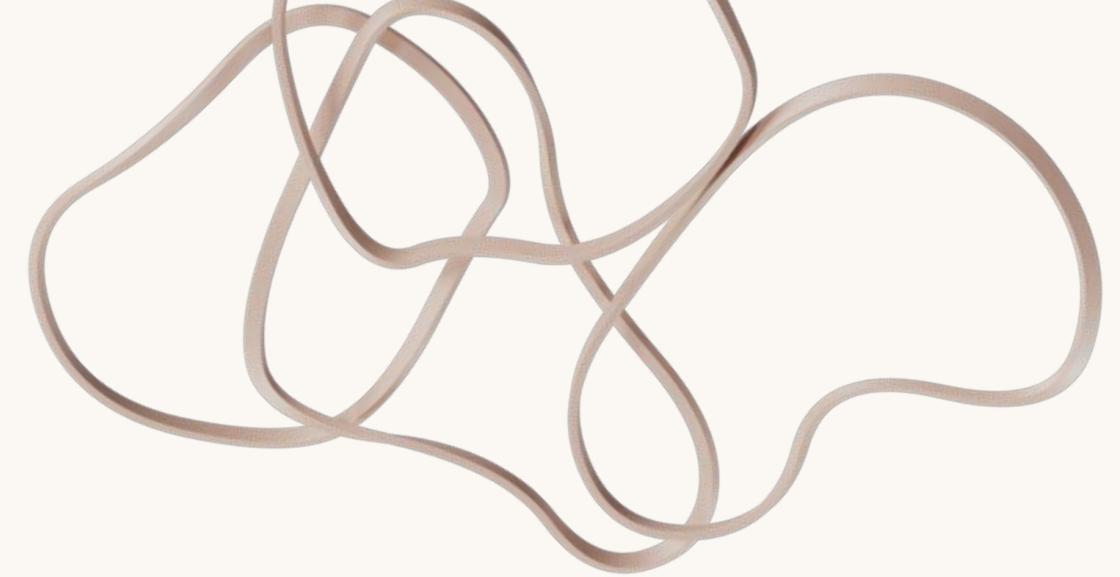
Suivie de près par **l'accès à une offre locale**

**45%**

**54%** Bretagne

# Quels **représentants** pour les commerçants indépendants ?

Une fois encore, la proximité et la force du local sont prépondérantes.



## Qu'attendent les commerçants de ces représentants ?

Comme l'an dernier, ces organisations sont considérées comme de véritables canaux de communication

Les associations locales, organisations privilégiées par les commerçants indépendants

**26%**

Fédérations

**18%**

40% boutiques mode

36% Pays de la Loire

**1/3**

déclarent n'adhérer à aucune organisation

**47%**

qu'elles soient le **relais efficace** et constant des besoins du commerce indépendant auprès des instances publiques

**38%**

qu'elles soient une **source d'information** unique et actualisée



# QUEL MODÈLE

pour le commerce  
indépendant de demain ?

ankorstore

Photo : Les Glaneuses, Concept-store spécialisé à Paris

# Pour demain, les commerçants privilégient **trois grands concepts**

**#1** modèle **omnical** alliant boutique physique et digitale **36%**

**#Omnicanalité**  
plebiscitée par le secteur de la décoration **45%**

**#2** modèle **d'expertise** alliant une offre pointue et des conseils précis et personnalisés **35%**

**#Expertise 45%**  
des boutiques de sport et de mode

**#3** modèle **d'expérience** rassemblant des lieux multi-fonctions aux activités complémentaires **40%** l'ont positionné en 3ème position

Un modèle en progression **+10 pts vs 2023** de commerçants l'ont placé en 1ère position



# La digitalisation, grande oubliée ou fausse bonne idée ?

On ne note pas d'évolution notable  
quant à la perception de la digitalisation  
par les commerçants.

Pourtant, **seuls 43% des commerçants** déclarent **avoir un site de vente en ligne** (3% de moins que l'an dernier), ils sont d'ailleurs près de la moitié à considérer que ce n'est pas pertinent pour leur activité.

56% concept stores  
vs  
26% coiffeurs et spa

**Seuls 14%** déclarent que cette non digitalisation est liée à **un manque de connaissances** et **23%** à un **manque de temps**.

Le paradoxe des réseaux sociaux perdue : **77% des commerçants** interrogés sont actifs sur les **réseaux sociaux** (plusieurs publications par mois).

92% boutiques  
pour enfants  
vs  
63% boutiques de  
décoration et maison





FOCUS  
JEUX OLYMPIQUES 2024 :  
un levier de consommation ?

# Jeux Olympiques : plus de craintes que d'espoirs pour le commerce indépendant

Seuls **9%** des commerçants indépendants considèrent que les Jeux Olympiques vont avoir un **impact positif sur leur activité**. En Île-de-France, cela monte malgré tout à **21%**.

Seuls **15%** des Français déclarent que les grands événements sportifs de l'année vont avoir un **impact sur leur consommation** auprès des commerces de proximité.

Les Français sont tout aussi sceptiques puisqu'ils sont **80%** à craindre une augmentation des prix liée aux JO

**65%** Île-de-France

**86%** Provence-Alpes-Côte-d'Azur

“ Je ne suis pas sûr, mais j'espère que les JO auront un impact sur le commerce indépendant avec les touristes. J'espère que les gens voudront profiter de regarder les épreuves en consommant local.”

Franck, La Petite épicerie locale - Poissy

“ Ça dépend où on est situé, car tout ferme. Beaucoup de boutiques ne sont plus accessibles parce que beaucoup de routes vont fermer. Le réapprovisionnement sera compliqué, à cause des livreurs qui auront très peu d'accès. Ce sera très compliqué.”

Ingrid, La Chouette Epicerie - Paris



## À retenir

À prix égal,  
**la majorité (54%)  
des Français**  
choisirait le **commerce de  
proximité** versus **l'e-commerce**  
ou la grande distribution

**30%**  
des commerçants  
envisagent de **diversifier**  
leur **activité** en 2024

**41%**

des commerçants  
envisagent **d'augmenter**  
leurs **prix** en 2024

56% l'ont fait en 2023

Comme en 2023,

**1/3**

des commerçants ont agi  
sur ses stocks pour limiter  
les coûts

**#1 Tendance de  
consommation :**

**LE LOCAL**

pour **30%** des commerçants

**40%**

des commerçants attendent une action  
efficace pour la **réduction des charges**  
de la part des pouvoirs publics

# Enseignements

Ce 2ème Observatoire révèle une situation tendue qui dure pour les commerçants, des frais qui augmentent de toute part et, en conséquence, des difficultés qui grandissent.

Les nouveaux modes de consommation qui s'installent associés à la baisse du pouvoir d'achat entraînent une baisse de la fréquentation et de la consommation. Les boutiques sont plus nombreuses à fermer et la confiance s'amenuise légèrement.

Seulement **légèrement** car les commerçants font preuve d'une

grande résilience et agissent pour limiter les conséquences de la situation économique sur leurs résultats : communication amplifiée, actions sur les stocks, diversification de l'activité... Malgré une attente forte de la part des commerçants pour des actions des pouvoirs publics en faveur d'une aide pour la réduction des charges et la simplification des ouvertures de points de vente, les commerçants s'organisent localement et font évoluer leurs modèles vers davantage d'omnicanalité et une offre de plus en plus experte. Les commerçants s'adaptent et cherchent des

solutions pour continuer de satisfaire leurs clients.

Les Français quant à eux, ne s'y trompent pas. Malgré des modes de consommation qui évoluent et des achats moins spontanés, le commerce indépendant est toujours synonyme d'une offre locale et qualitative et, nombre d'entre eux les fréquentent de façon hebdomadaire ou plus.

# Méthodologie

L'enquête auprès des commerçants a été réalisée auprès de plus de 1000 commerçants âgés de 18 ans et plus, membres Ankorstore et/ou du réseau du Conseil du Commerce de France. Le sondage a été effectué en ligne du **26 avril au 28 mai 2024**.

L'enquête auprès des Français a été réalisée en ligne sur le panel propriétaire de YouGov France auprès d'un échantillon de 2044 personnes représentatives de la population française âgées de 18 ans et plus entre le **20 au 22 mai 2024**.



Photo: Les Glaneuses, Concept-store spécialisé à Paris

# À propos

## ankorstore

Ankorstore est une place de marché réservée aux professionnels qui met en relation plus de 300 000 commerçants avec 30 000 marques en Europe. Véritable solution B2B, Ankorstore fournit les outils technologiques, logistiques et financiers qui permettent aux acteurs du commerce indépendant de développer leur activité.

Ankorstore propose :



### Minimum d'achat à 100€ & livraison gratuite :

Découvrez +30 000 marques grâce au minimum de commande à 100€ et à la livraison offerte pour votre 1er achat auprès d'une marque



### Prix catalogue garanti :

Accédez à des prix professionnels garantis ou nous vous remboursons la différence.



### Paiement à 60 jours :

Achetez maintenant, et payez plus tard en profitant de délais de paiement allant jusqu'à 60 jours.

Pour en savoir plus, rendez-vous sur : [www.ankorstore.com](http://www.ankorstore.com)



Le CdCF est une association qui regroupe une trentaine de fédérations professionnelles. Il représente le commerce dans toute sa diversité et rassemble aussi bien les commerces indépendants (plus de 250 000) ou franchisés, que le commerce associé ou la grande distribution intégrée, de tous secteurs : équipement de la personne, équipement de la maison, alimentation, etc.

Il est l'expression de toutes les formes de distribution : commerces de proximité, centres commerciaux, e-commerce.

Il représente **70% des emplois** d'un secteur dans lequel travaillent **3,7 millions de personnes**.

Le CdCF est présidé depuis le 9 juin 2022 par Yves Audo.

Pour en savoir plus, rendez-vous sur : [www.cdcf.com](http://www.cdcf.com)



# ankorstore

Découvrez Ankorstore : [www.ankorstore.com](http://www.ankorstore.com)

Des questions :  
[localmarketing.fr@ankorstore.com](mailto:localmarketing.fr@ankorstore.com)

# Ainsi, les commerçants qualifient majoritairement la période de :

