

LES NOUVEAUX ENJEUX DU COMMERCE EN ZONES DE TRANSIT

UNE ÉTUDE RÉALISÉE PAR
LES ÉCHOS ÉTUDES POUR RATP TRAVEL RETAIL

C'EST QUOI LE TRANSIT RETAIL ?

Ces commerces s'inscrivent sur les parcours des voyageurs du quotidien. Ces flux massifs, pendulaires et récurrents sont effectués par des voyageurs aux profils très diversifiés.



RATP
TRAVEL RETAIL

LesEchos
ÉTUDES

5 TENDANCES QUI REDESSINENT LE VISAGE DU COMMERCE : DE NOUVELLES OPPORTUNITÉS POUR LE TRANSIT RETAIL

1. L'ère de l'omnicanalité

Le magasin est au cœur des stratégies phygitalles (click & collect, ship from store, order to store).

Opportunité :

Les consignes connectées trouvent toute leur place sur les zones de flux.

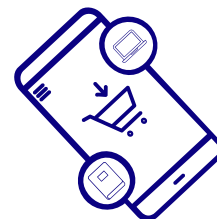


2. La fragmentation du parcours d'achat

L'explosion du e-commerce, et du télétravail conduisent les consommateurs à mixer les lieux d'achat physiques et online.

Opportunité :

Une implantation au plus près des consommateurs sur leur trajets quotidiens.



3. Le commerce, lieu d'expériences

Le commerce devient moins un lieu d'achat que d'expériences.

Opportunité :

Visibilité et densité des flux pour les boutiques éphémères.

4. La ville du quart d'heure

Une nouvelle offre de services et de commerces de proximité, accessibles à une distance d'un quart d'heure à pied ou à vélo.

Opportunité :

Gares et stations deviennent des lieux de destination avec une diversité d'usages : travail, commerces, divertissement...

5. Retail as a Service

Le services devient partie intégrante de l'offre des enseignes.

Opportunité :

De nouveaux services (santé, consignes connectés, boutiques autonomes...) facilitent le quotidiens des voyageurs.



LE MÉTRO, UNE ZONE DE FLUX STRATÉGIQUE POUR LES ENSEIGNES

Le métro, plébiscité par près d'1 enseigne sur 2

Quels rôles jouent, ou peuvent jouer, les zones de flux suivantes dans votre développement (que vous y disposiez ou non d'emplacements actuellement) ? *ST Important**

46%



Métro et RER

39%



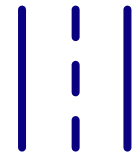
Gare ferroviaire

25%



Aéroport

12%



Autoroute

La récurrence des flux, un atout majeur

Quels sont les atouts du métro pour une activité comme la vôtre ?

42%

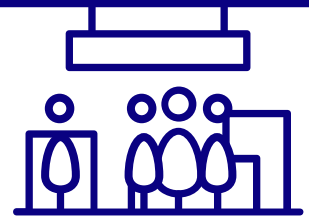
Récurrence de flux

28%

Volume de flux

28%

Régularité des flux dans la journée



*Enquête Les Echos Etudes pour RATP Travel Retail, menée auprès de 78 retailers du 26 avril au 31 mai 2022
Sous-total de Plutôt important et Très important

3 avantages à s'implanter dans le métro

1.

Multiplier les points de contacts

« Être présent dans le réseau RATP, c'est être au plus près des consommateurs »

Maguelone Pare Directrice Innovation Monoprix

2.

Imprimer la marque

« Une boutique éphémère dans le métro va pouvoir imprimer son message »

Thierry Bisliche CEO de My pop Up Store

3.

Renforcer la dimension servicielle

« On peut difficilement faire plus pratique pour les consommateurs »

Maxime d'Hauteville Président de Pick up