

## Des drives piétons pour relancer les commerces de proximité

[Sven SERS](#) / Gérant Le 30/04 à 07:41 Les Echos.fr



Des drives piétons pour relancer les commerces de proximité

**LE CERCLE/CONSEIL - Des enseignes de grande distribution ont récemment lancé des drives piétons. Ils permettent de récupérer en centre-ville des achats commandés sur internet. Pour survivre, les commerces de proximité devront les imiter.**

Juré, ce n'était pas une plaisanterie. Le groupe E. Leclerc a ouvert, le 1er avril dernier, un drive piéton en dans le centre-ville de Lille (Nord). Il propose 12.000 références de produits, contre environ 6.000 pour les surfaces concurrentes du coeur de ville, [explique « Le Figaro »](#). Cora a été le premier à inaugurer le 5 septembre dernier un tel concept dans le centre-ville de Metz (Moselle). Ce concept pourrait révolutionner les centre-villes.

### PUBLICITÉ

[inRead invented by Teads](#)

Longtemps, il a été reproché aux grandes surfaces de tuer les commerces de proximités. Leurs milliers de mètres carrés aux frontières des grandes villes a peu à peu amené les consommateurs à désertier les centres pour se rendre dans des endroits bien plus faciles d'accès, où tout est fait pour accueillir le chaland.

Maintenant que les grandes surfaces tentent de faire revivre les centres-villes, faut-il le leur reprocher ? C'est toute la problématique des commerçants qui voient cette arrivée comme un nouvel affront de la grande distribution. Aujourd'hui, un E.Leclerc drive piéton pour des produits alimentaires, bientôt la parapharmacie et la culture ?

**Jouer à « armes égales »**

Les grands groupes ont toujours eu des moyens plus importants que les petits commerçants, mais la donne est en train de changer. Cette nouvelle donne, c'est le numérique. Ce fameux « digital » que bon nombre de commerçants ne maîtrisent pas encore et qui pèse sur leur attractivité et leur chiffre d'affaires.

Un commerce d'alimentation doté d'un site internet permettant un retrait en ses locaux, doté d'un concept spécifique a-t-il vraiment à avoir peur du drive piéton de E. Leclerc ou de Cora ? Non. Le prix des produits proposés sera sans doute un facteur clé de succès, mais le concept et le site internet permettront à ce petit commerce de jouer quasiment à armes égales.

## **Essais concluants**

Nous avons constaté que certains commerces de proximité multiplient quasiment par deux leurs chiffres d'affaires dès lors qu'ils possèdent un site internet. Ne nous mentons pas, le site doit respecter tous les nouveaux codes d'internet, un référencement optimisé.

Inutile de rêver en se disant qu'un petit blog sur leur activité fera exploser mon chiffre d'affaires ! Nous avons eu le cas d'un restaurant en centre-ville de Brest, clientèle multipliée par deux. Un magasin de vêtements dans le Xe à Paris, chiffre d'affaires multiplié par un et demi.

## **Consommateurs avertis**

Les petits commerces de proximité oublient parfois qu'ils n'en restent pas moins des commerçants et qu'un commerçant doit constamment se renouveler, se projeter afin d'attirer toujours plus de clientèle. Se renouveler, c'est s'adapter et anticiper les nouveaux codes de consommation de demain.

Nous le savons bien, la plupart d'entre nous avant de se rendre en centre-ville ou périphérie vont chercher sur internet le produit qui l'intéresse. Nous sommes désormais des consommateurs avertis. Les commerçants qui n'ont pas compris cette transition sont voués à disparaître à terme.

**Sven Sers** est entrepreneur, spécialisé dans le conseil aux entreprises et la vente sur internet

**Pour aller plus loin :**  
> [Quelqu'un a-t-il une idée pour sauver nos centres-villes ?](#)  
> [Centre commercial Ikea de Caen : de l'impuissance des politiques d'urbanisme](#)

[@ComegisConseils](#)

En savoir plus sur <https://www.lesechos.fr/idees-debats/cercle/cercle-169479-la-revanche-des-commerces-de-proximite-2083516.php#5kb7b2u1iZmIHiz4.99>