

Revitalisation des centres-villes et centres-bourgs.

2° partie : le commerce de demain

David LESTOUX, fondateur de l'agence Lestoux et associés

Une réflexion sur le commerce de demain met en évidence les défis et transformations auxquels il doit s'adapter. Depuis 2008, la superficie des espaces commerciaux a augmenté en France, surpassant de loin la croissance de la population, alors que les consommateurs privilégient de plus en plus le commerce en ligne.

Pour rester compétitifs, les commerçants doivent donc innover en se basant sur les nouvelles attentes des consommateurs.

L'accent est mis sur l'expérience client dans les espaces physiques pour concurrencer le digital, en intégrant des services comme le "click and collect" et la théâtralisation des espaces.

Le commerce doit être repensé pour s'adapter aux nouveaux modes de consommation et offrir une destination attractive et expérientielle.