



JeanSamper (/membre/jeansamper)
13 mai 2018

(/membre/jeansamper)

La lente agonie des épiceries de quartier



()

Cette épicerie de quartier est-elle condamnée ou sera-t-elle sauvée en adhérant à un réseau ?

Avec l'élargissement des supérettes et des magasins bio, les épiceries de quartiers sont promises à une lente déchéance s'ils demeurent isolés. A moins de dépoussiérer la fonction et de rejoindre un réseau ? Cet article est librement inspiré d'un article paru dans le Parisien sur les épiceries de Paris mais bien d'autres villes suivent la même tendance.

En quelques années, leur présence s'est considérablement réduite. L'épicier du coin souvent familièrement affublé du surnom « l'arabe du coin » est cette entité où l'on aime pouvoir piocher ces achats de dernière minute. Tard le soir, en cas d'oubli, l'épicerie du coin restait toujours ouverte. Face à l'expansion des supérettes franchisées et des spécialistes du bio à Paris notamment, les épiceries isolées sont mis à rude épreuve. Quand ils ne sont pas contraints à mettre la clé sous la porte, ils doivent faire face à une concurrence féroce et se remettre en cause mais seuls, comment feront-ils ?



Le paradoxe est que l'épicier de quartier souffre alors même que les hypermarchés perdent des parts de marché au profit du commerce de proximité.

En 2017, la chambre de commerce et d'industrie de Paris recensait **984 alimentations générales** (surface de moins 120m²), un chiffre stable depuis quelques années mais qui englobe divers formats de consommation à part l'épicerie du coin.

En quelques années, l'hexagone a vu déferler deux vagues : l'une mettant en avant la nécessité de manger bio, l'autre composée de supérettes modernes franchisées et multipliant les services désormais en plus de la vente de produits. La présence des magasins bio s'est élargie (+47% en 3 ans) et les supérettes franchisées se sont multipliés en 3 ans à Paris (+25%).

"La supérette s'est diversifiée", explique l'**Atelier parisien d'urbanisme (APUR)**. Les horaires à rallonge des épiceries constituaient leur principal atout. Avant, les supérettes n'ouvraient pas le dimanche et le soir, elles le font désormais plus souvent. De plus, Monoprix et d'autres enseignes proposent même des espaces de restauration, ajoute l'APUR.

"La clientèle parisienne est devenue de plus en plus exigeante et les magasins bio sont à même de répondre à une demande se concentrant avant tout sur la qualité", souligne **Olivia Polski**, adjointe à la maire de Paris (PS) chargée du commerce.

Adapter l'offre aux besoins

L'arrivée des grands distributeurs sur le marché parisien met toutes les enseignes face à l'obligation permanente d'adapter et d'ajuster l'offre sur le besoin. Pour se maintenir, les épiceries doivent se réinventer. Proposer quelque chose en plus mais leur superficie et leur isolement leur permettent-ils de multiplier les services comme le font les réseaux de supérettes?

Pour **Alexis Roux de Béziers**, auteur du livre « *l'arabe du coin* » publié en 2008, les épiciers ont une carte à jouer : l'aide aux personnes âgées. Rallonger les horaires ne suffit plus à résister, *"il faut aller plus loin"*, estime-t-il. Leur véritable force se joue sur le plan de la proximité. Certains épiciers proposent aujourd'hui un service arrosage des fleurs ou donnent à manger aux chats.

D'autres revisitent les classiques : les produits frais. Certains ont compris que la fraîcheur faisait défaut à la grande distribution. Ils font donc des efforts sur leur offre de fruits et légumes.



La profession a encore de l'avenir. Cinq épiciers venus de toute la France ont récemment été reçus par le centre de formation IFOPCA pour présenter leur concept. Et chacun avait une recette bien établie à soumettre.

Témoignage de Brahim Outanna, gérant du bourdonnais primeur dans le VIIe

Mais tout le monde ne pourra pas se moderniser. Quand il voit défiler les gens sur la grande allée de la Tour Eiffel, Brahim Outanna, qui a élu domicile dans le VIIe à quelques encablures de la tour mythique, réagit avec une pointe d'amertume : "*les épiciers arabes, c'est fini y'en aura plus*".

A 80 ans, Brahim a une longue carrière derrière lui. La moitié de sa vie, il l'a passée dans ce coin tandis que sa femme et ses enfants sont restés au Maroc.

Dans le quartier, tout le monde le connaît. Ils l'appellent familièrement « Tonton Michel. Dandy, Brahim ne va pas tarder à fermer. En quatre ans, son chiffre d'affaires a chuté de son 60%, et pour cause, l'implantation de deux franprix dont l'un se trouve juste à quelques mètres de son magasin a largement compromis ses affaires. « *Ils sont ouverts 7 jours sur 7, ils ne nous laissent plus travailler* », se désole Brahim.

Brahim n'arrive plus à couvrir toutes les dépenses. Le loyer est à 2400 euros et les caisses sont presque vides. « *Tonton Michel* » a toujours mis un point d'honneur à ne rien laisser pourrir dans ses rayons.



Pour améliorer la situation, le gérant du bourdonnais primeur a tenté la livraison à domicile. Un fiasco. "*C'est ça qui nous bousille le travail*", dit-il. La seule marge qui lui reste est sur le fuseau horaire du soir. Contrairement au franprix qui ferme ses portes à 21h, le bourdonnais est ouvert 7 jours sur 7 et sa lumière est allumée jusqu'à minuit.

D'après un article vu dans "Le Parisien"

[#épicerie \(/recherche?terms=%C3%A9picerie\)](#)

[#supérette \(/recherche?terms=sup%C3%A9rette\)](#)

[#marketing \(/recherche?terms=marketing\)](#) [#concept \(/recherche?terms=concept\)](#)

2  1 



Vous devez être connecté pour pouvoir

Connexion

commenter

Connexion



Commenter



(/membre/jeansamper)

JeanSamper (/membre/jeansamper) Consultant Expert en Franch...

L'épicerie au bout de ma rue était 8àHuit puis Proxi puis sans enseigne puis fermée. L'épicerie de la rue d'à côté suit le même chemin, elle est au stade de saleté précédant la fermeture. J'y ai même vu des dates de péremption corrigées à la main !!! Dans le même temps notre Intermarché de quartier est devenu très grand sa... [Voir plus](#) ()

♥ Répondre • 14/05/2018

Recommandations d'article

(/article/de-l-interet-pour-une-franchise-de-faire-evoluer-son-concept-2-9-bis) (/membre/jeansamper)

Article

De l'intérêt pour une franchise de faire évoluer son concept 2/9 bis

5 ♥

[1](#) (/article/de-l-interet-pour-une-franchise-de-faire-evoluer-son-concept-2-9-bis)

(/article/l-e-mailing-mode-d-emploi-pour-convertir) (/membre/martinadmini)

Article

L'e-mailing : mode d'emploi pour convertir !

(/article/l-e-mailing-mode-



[1](#) (/article/l-e-mailing-mode-d-emploi-pour-convertir)

(/article/lancement-du-podcast-pop-in-pour-un-marketing-d-influence) (/membre/ceciletauvel)

Article

Lancement du Podcast "Pop In !" pour un marketing d'influence

2 ♥

[1](#) (/article/lancement-du-podcast-pop-in-pour-un-marketing-d-influence)

05
novem
2021



[Mentions légales](#) • [Conditions générales d'utilisation](#) • [Politique de confidentialité \(/confidentialite\)](#)

