

Paris, mardi 30 novembre 2021

82 % des réseaux du Commerce Coopératif et Associé progressent en 2021. Les dirigeants affichent aussi de belles perspectives pour 2022.

Alors que le commerce a été affecté ces derniers mois par la crise sanitaire et que l'activité est actuellement impactée par des problématiques diverses (matières premières, hausse des prix, recrutement) les réseaux du Commerce Coopératif et Associé poursuivent leur croissance en 2021. Les dirigeants des groupements coopératifs interrogés dans le cadre du Baromètre du Moral des Dirigeants de la FCA dressent un constat positif de leur activité, marquée par des performances supérieures à leur marché. Ils portent un regard résolument positif sur une année qui aura vu leurs réseaux accroître leur développement et abordent 2022 avec sérénité.

// LES ENTREPRENEURS DU COMMERCE COOPERATIF ET ASSOCIE CONFIANTS : 2021 SERA SUPERIEURE A 2019 ET 2022 EST ENVISAGEE A LA HAUSSE

Le Commerce Coopératif et Associé, un modèle qui surperforme même en période de crise sanitaire

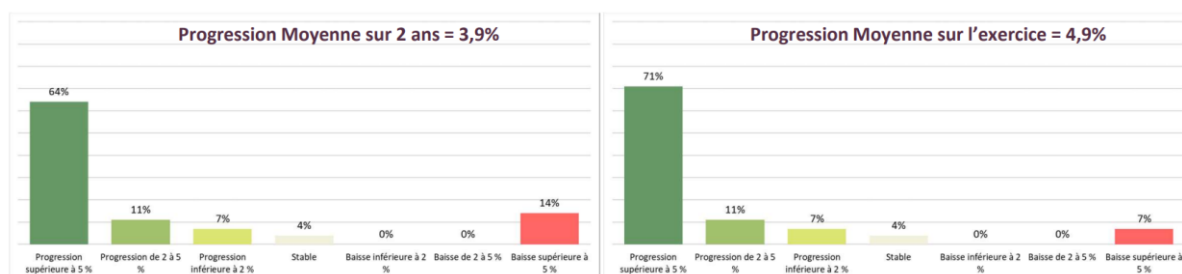
Interrogés, les dirigeants du Commerce Coopératif et Associé confirment le développement continu des réseaux qui affichent pour la grande majorité de belles progressions et présentent des résultats supérieurs à ceux de leur marché de référence.

Alors que les commerces ont été mis à rude épreuve ces derniers mois, que ce soit à travers la mise en place des mesures sanitaires et restrictions mais aussi en raison d'une conjoncture de consommation défavorable, plus de 8 groupements du Commerce Coopératif et Associé sur 10 ont vu leur activité économique augmenter en 2021. Symbole de cette croissance ininterrompue, grâce à leur capacité d'adaptation et une grande flexibilité, les réseaux affichent même des performances en majorité supérieures à la période d'avant-crise, en 2019 (+4 % en moyenne).

- Evolution de l'activité commerciale des réseaux du Commerce Coopératif et Associé

○ 2021/2019

○ 2021/2020



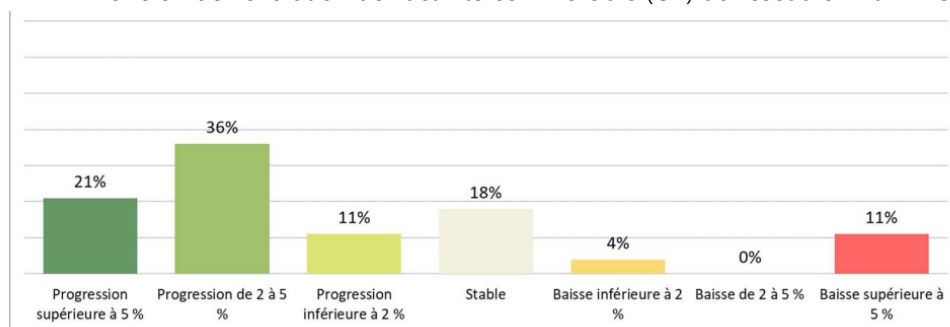
Crise ou pas crise, le Commerce Coopératif et Associé poursuit son déploiement et accroît son parc de points de vente.

Après une année 2020 qui a naturellement connu un léger ralentissement de l'ouverture de nouveaux magasins, plus de 60 % des groupements coopératifs et associés observent une augmentation du nombre de points de vente en 2021. Il est intéressant de constater que cette tendance est aussi observable en comparaison avec 2019, avec un nombre de créations et de ralliements en hausse significative pour une grande majorité de dirigeants, signe de la bonne santé actuelle de leurs réseaux.

Le Commerce Coopératif et Associé est confiant pour 2022 et mise sur une hausse moyenne de 2 % de son activité commerciale

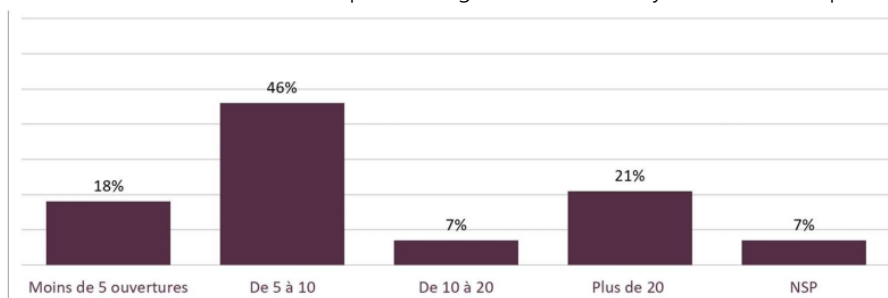
Difficile de nier que l'enthousiasme est de mise pour les dirigeants du Commerce Coopératif et Associé. Malgré une sortie de crise qui tarde à se matérialiser et les différentes problématiques affectant l'activité commerciale mondiale, les réseaux estiment majoritairement (68 %) que l'année 2022 sera marquée par une hausse de leur activité commerciale. La croissance moyenne prévisionnelle de l'année à venir est même de l'ordre de 2 %.

- Prévision de l'évolution de l'activité commerciale (CA) du réseau en 2022 VS 2021



Dans le même ordre d'idée, une augmentation moyenne de 10 à 12 nouveaux points de vente par réseau est estimée en 2022.

- En 2022, les réseaux coopératifs augmenteront en moyenne de 10 à 12 points de vente



// LE COMMERCE COOPERATIF ET ASSOCIE INVESTIRA MASSIVEMENT EN 2022

Recrutement, approvisionnement et hausse des prix : les 3 préoccupations majeures pour 2022

La grande majorité des réseaux du Commerce Coopératif et Associé terminent donc l'année avec confiance et sérénité. Cette confortable situation n'empêche toutefois pas les dirigeants d'identifier certaines menaces pour leur activité. Le recrutement, l'approvisionnement et la hausse des prix des

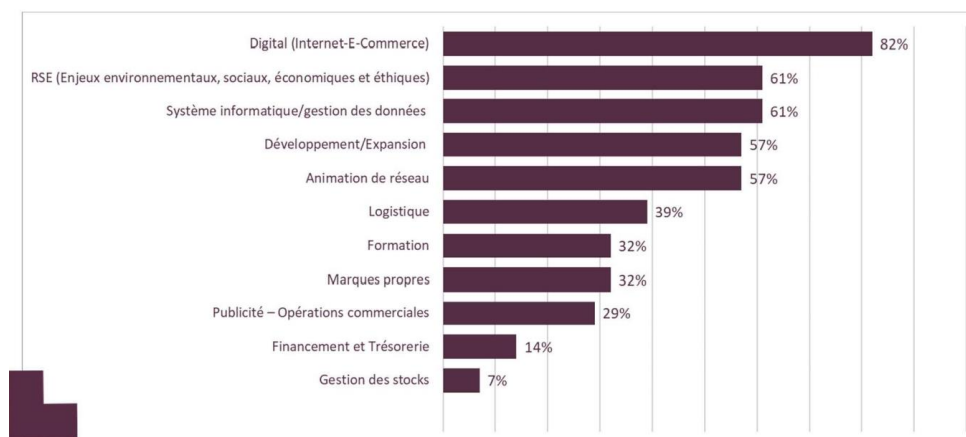
matières premières ressortent clairement comme étant leurs principales préoccupations au vu des problématiques actuelles qui impactent le marché mondial du commerce. Sujet épineux dans de nombreux secteurs d'activité, le recrutement de nouveaux collaborateurs est identifié comme la principale difficulté rencontrée par les réseaux (pour 79 % d'entre eux) suivi par les délais d'approvisionnement, pour 7 dirigeants sur 10. Une difficulté qui touche différents secteurs comme la construction, le bricolage ou encore l'optique.

La hausse des prix des matières premières vient compléter le podium (68 %) : pénurie croissante des matières premières, hausse de la demande ou encore tensions logistiques mondiales sont autant de raisons qui expliquent cette hausse de prix qui pourrait naturellement impacter l'activité des commerces.

Le digital et la RSE en tête des priorités stratégiques

Pour anticiper les nouveaux modes de consommation, les dirigeants identifient 5 grands axes stratégiques : le digital arrive largement en tête (82 %), conformément à l'essor du e-commerce constaté pour la plupart des commerces durant la crise. Le volet RSE sera lui aussi prioritaire pour des réseaux soucieux de s'adapter aux enjeux sociaux et environnementaux. L'optimisation du système informatique et la gestion de données, le développement et l'expansion du réseau ainsi que l'animation du réseau complètent ce Top 5 des axes stratégiques vers lesquels s'orienteront les groupements.

- Principaux axes d'orientation stratégique des réseaux du Commerce Coopératif et Associé



En matière de budget, le constat est le même : la plupart des réseaux prévoient une hausse des budgets (50 %) ou à minima une stabilité (39 %). Ces hausses généralisées contribueront notamment à la mise en place des axes stratégiques exprimés par les groupements du secteur coopératif et associé dans ce baromètre.

En parallèle, il ressort que la situation financière saine des acteurs du Commerce Coopératif et Associé facilite nettement les conditions d'accès au financement (crédit, trésorerie etc.).

Des entrepreneurs confiants pour leur activité mais interrogatifs sur le moral de leurs collaborateurs

L'optimisme affiché par les dirigeants pour l'activité de leurs réseaux se retrouve aussi à l'échelle de la société : ces derniers sont résolument confiants quant à une amélioration de la situation économique du pays (61 %). Ils restent toutefois plus circonspects concernant le moral et la motivation des collaborateurs, après des mois relativement difficiles pour les commerces.

Malgré ces interrogations, ces derniers sont unanimes sur la fidélité que vouent les adhérents au système coopératif. Une tendance qui peut s'expliquer par la réussite et les bons résultats du Commerce Coopératif et Associé, un modèle qui connaît depuis près de 20 ans une croissance continue et supérieure à celle de son marché de référence, le commerce de détail.

Méthodologie de l'étude :

Baromètre du moral des dirigeants / Une enquête réalisée par la Fédération du Commerce Coopératif et Associé et Lugaxis via un questionnaire en ligne en novembre 2021, adressé à l'ensemble de ses adhérents au niveau des responsables d'enseignes. 28 responsables de réseaux répartis sur 6 grands secteurs forment cet échantillon représentatif du Commerce Coopératif et Associé.

La carte d'identité du Commerce Coopératif et Associé 2020



A propos :

Le Commerce Coopératif et Associé est le leader du commerce indépendant en France. Cette forme de commerce en réseau (points de vente, services, etc.) permet à des entrepreneurs indépendants de se regrouper et de mutualiser leurs moyens et leurs savoir-faire dans le but de mettre en place des actions et des outils communs. Propriétaires de leurs affaires ainsi que de leur réseau/enseigne, les chefs d'entreprise du Commerce Coopératif et Associé en sont les acteurs et les décideurs. En grande majorité, ces groupements sont organisés sous forme coopérative.

La Fédération du Commerce Coopératif et Associé (FCA) est l'instance représentative du Commerce Coopératif et Associé en France. Elle a pour mission de représenter, de développer et de promouvoir les groupements de commerçants, notamment auprès des pouvoirs publics. La FCA conseille ses adhérents, leur permet de développer des échanges d'expériences inter-groupements et accompagne également les réseaux/enseignes en création. En 2020, **le Commerce Coopératif et Associé** a réalisé 156 milliards d'euros de chiffre d'affaires, soit 30 % du commerce de détail en France. Plus de 30 000 entrepreneurs ont fait le choix de cette forme de commerce.

En savoir plus : <https://www.commerce-associe.fr/>

CONTACT PRESSE :

Jonathan Castagna // Responsable communication externe // Tél : 01 53 95 15 61 // Mail : jcastagna@fca-commerce-associe.fr