



la Lettre du Commerce et des Services en MOSELLE

n°3 - décembre 2011

Lors de la précédente parution de la « Lettre du Commerce et des Services », nous évoquions la façade et l'accessibilité extérieure d'un magasin. Dans ce troisième numéro, nous nous intéresserons à son organisation intérieure. En effet, les espaces de vente sont aussi des lieux de vie ; les commerçants doivent pouvoir y associer les notions d'esthétisme, de fonctionnalité, mais également de sécurité.

Deux grands thèmes seront abordés dans ce sens : **la mise en scène intérieure** (éclairage, plan de circulation, PLV, ...), et **la vidéosurveillance**. Notre but sera de rappeler quelques notions-clés à connaître sur chacun de ces sujets, afin de contribuer au sentiment de bien-être des clients dans nos magasins.

Concernant les questions juridiques, nous donnerons l'essentiel de la réglementation relative aux différentes opérations commerciales que peut pratiquer un commerçant.

Enfin, je réitère mon invitation à vous inscrire sur notre site : www.moselle.cci.fr/lettre-commerce, afin de recevoir la prochaine lettre sous format électronique, directement dans votre messagerie. Vous bénéficierez des liens vers des sites ou informations complémentaires relatifs aux sujets traités, et contribuerez à un effort en faveur de l'environnement.

En cette fin d'année 2011, je m'associe à toute l'équipe de rédaction de la « Lettre du Commerce et des Services » pour vous souhaiter d'excellentes fêtes... et une bonne lecture !



Nicole Muller-Becker

Vice-Présidente Commerce

Chambre de Commerce, d'Industrie et de Services de la Moselle

AGENDA

CCI de la Moselle :

Retrouvez l'agenda complet sur www.moselle.cci.fr

Associations de commerçants :

RAPPEL DES MARCHÉS ET ANIMATIONS DE NOËL :

METZ-METZ CAMPAGNE :

Metz : **jusqu'au 28 décembre 2011**

MOSELLE EST :

Sarreguemines : **jusqu'au 24 décembre 2011**

Forbach : **jusqu'au 24 décembre 2011**

Saint-Avold : **jusqu'au 24 décembre 2011**

MOSELLE NORD :

Thionville : **jusqu'au 24 décembre 2011**

Yutz : **jusqu'au 24 décembre 2011**

SALONS DU MARIAGE :

MOSELLE EST :

Forbach : **14 et 15 janvier 2012**

Sarreguemines : **4 et 5 février 2012**

MOSELLE SUD :

Sarrebouurg : **22 janvier 2012**

Autres manifestations :

MOSELLE EST :

Sarreguemines : Braderie - **14 mars 2012**

Saint-Avold : 14^{ème} Salon de l'Habitat et Marché du terroir -

les 30, 31 mars et 1^{er} avril 2012

Divers :

« Les Etats Généraux du Commerce - Metz Métropole »

lundi 27 février 2012, dès 8h30 à l'Arsenal de Metz

60%
Part des décisions
d'achats
déclenchées
par des émotions
ou une sensation
de bien-être.

40%
Taux d'impact d'un
bon éclairage sur la
réalisation d'un acte
d'achat.

1200 : Nombre
de commerces (hors banques)
équipés de vidéosurveillance
en Moselle.



Dates de soldes **EN MOSELLE** :
du lundi 2 janvier
au samedi 4 février 2012

Dates des soldes **SUR INTERNET** :
du mercredi 11 janvier
au mardi 14 février 2012

Ont collaboré à ce numéro :

Nicole Muller-Becker, Fabienne Fixaris, Jérôme Vanel, Service Commerce, Service Communication.

Contact CCI : commerce@moselle.cci.fr -

Tél. 03 87 52 31 00 - Edition : décembre 2011 -

17 000 exemplaires. Photos : © Mitarart

Nickolay Khoroshkov - beawolf, Fotolia.fr,

Jacques Quartier - Philippe Gisselbrecht, DR.



Aménagement du point de vente : l'intérieur du magasin

Après l'aménagement extérieur du magasin évoqué lors de notre précédent numéro, nous vous présentons ci-après quelques éléments-clés pour travailler l'organisation intérieure d'un point de vente, à partir de deux grandes thématiques : la mise en scène et la vidéosurveillance. Les notions d'accessibilité intérieure seront développées lors du prochain numéro.

FAITES DE VOTRE MAGASIN UNE SCÈNE DE THÉÂTRE !

L'aménagement d'un magasin, son ambiance, et sa vitrine jouent un rôle essentiel dans les décisions d'achats. Un point de vente ne doit pas être seulement beau ; il doit avant tout traduire le positionnement adopté par le commerçant et la nature de son offre.

Plus de 60% des décisions d'achats sont déclenchées par des émotions ou une sensation de bien-être.

Quelques notions sont indispensables à connaître, pour une mise en scène pertinente de votre point de vente.



L'éclairage : un facilitateur de ventes.

Un éclairage réussi impacte pour 40% dans la réalisation d'un acte d'achat. En adoptant de nouvelles technologies de lampes, il est possible d'améliorer son éclairage tout en réduisant ses frais de consommation et de maintenance (qui totalisent entre 25 et 50% de la facture d'électricité des commerces).

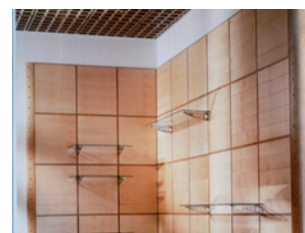
Il existe 2 types d'éclairage à travailler : général (tubes fluorescents, lampes fluo-compactes) et ponctuel, ciblé sur le produit (spot Très Basse Tension, Iodure métallique). Quelques éléments sont à vérifier :

- l'Indice de Rendu de Couleur ou IRC (excellent entre 90 et 100),
- la température de couleur (en degré Kelvin « K »), qui se traduit en teinte dite chaude (jaune - orangé), intermédiaire (neutre) ou froide (blanc-bleuté),
- le nombre de points lumineux et la puissance (en Watt « W ») nécessaires par m² de surface de vente.

N'hésitez pas à jouer du contraste entre une source de lumière vive et une autre plus terne. Ainsi le client est-il invité à se diriger vers tel ou tel produit que vous souhaitez mettre en valeur.

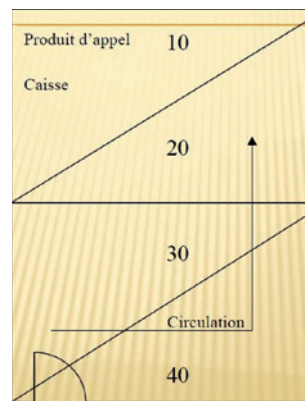
LA MODULARITÉ DU MOBILIER

Pour permettre le renouvellement des produits et le changement régulier dans la présentation, afin d'être réactif et surprendre son client, le mobilier doit être maniable, ajustable et modulable.



LE PLAN DE CIRCULATION INTÉRIEURE

L'idéal est de partager la surface en plusieurs « zones » de vente. D'abord, le client quitte la rue pour pénétrer un nouvel espace, celui du magasin ; il lui faut quelques secondes pour s'adapter. Il n'est donc pas judicieux de mettre trop de produits à l'entrée, afin que le client ne se sente pas « agressé », et puisse avoir un regard d'ensemble sur le magasin. Ensuite seront mis en scène (zone 40 sur le schéma) les produits les plus « difficiles » à vendre. Les produits d'appel (ceux dont le taux de rotation est le plus rapide) seront exposés plutôt en fond de magasin (comme la caisse – zone 10 sur le schéma), ce qui obligera vos clients à circuler dans tout le point de vente. Enfin, il faut essayer de couper la circulation en ligne droite (faire bifurquer vos clients permettra de solliciter leur attention sur ce que vous voulez mettre en valeur). A l'inverse, vous veillerez à éviter un plan de circulation trop complexe (sensation de « labyrinthe »).



Evidemment, tout n'est pas aussi simple, notamment pour les petites surfaces !

- **La Publicité sur le Lieu de Vente (PLV)** et l'Information sur le Lieu de Vente (ILV) : quelque soit le secteur d'activité, ces supports restent des sources d'information essentielles. Ils créent un visuel, une atmosphère liée à l'objet mis en avant. L'objectif est d'attirer le regard, comme un clin d'œil (couleurs vives, images fortes, PLV au sol, graphisme simple). Mais ces outils doivent être utilisés avec parcimonie, pour ne pas agresser le client.

- **D'autres éléments sont également à travailler** : les couleurs, la musique, les parfums d'ambiance, ... Concernant la vitrine, ce sujet sera spécifiquement abordé lors d'un prochain numéro.

Important : en cas de projet de rénovation intérieure ou d'installation de vidéosurveillance, renseignez-vous auprès de la CCI de la Moselle pour savoir s'il existe des aides possibles.

Vidéosurveillance dans votre magasin : mode d'emploi

De plus en plus de commerces ont recours à l'installation de caméras afin d'assurer la sécurité de leur personnel, des clients et des marchandises. Néanmoins, ce type d'installation est soumis à certaines règles.

L'installation de systèmes de vidéo-protection dans des lieux accueillant du public nécessite une autorisation délivrée par le Préfet, après avis de la Commission Départementale des Systèmes de Vidéosurveillance.

L'ensemble du dossier à constituer et à adresser à la Préfecture, est disponible sur le site internet : www.moselle.gouv.fr (rubrique Police Administrative).



Vous avez la possibilité d'effectuer une télé-déclaration ou d'envoyer votre dossier par courrier à l'adresse suivante :

PRÉFECTURE DE LA MOSELLE
D.L.P / Bureau de la Réglementation
B.P. 71014
57034 METZ CEDEX 1

SYSTÈME AVEC MOINS DE 8 CAMÉRAS

- Formulaire CERFA à remplir
- Attestation de conformité
- Un modèle d'affiche

SYSTÈME AVEC AU MOINS 8 CAMÉRAS

- Formulaire CERFA à remplir
- Rapport de présentation justifiant la mise en place du système et mentionnant les risques et faits d'agressions ou de vols connus et toute autre information susceptible de motiver la demande.
- Plan de détail montrant le nombre et l'implantation des caméras ainsi que les zones couvertes par celles-ci
- Attestation de conformité
- Un modèle d'affiche

Depuis le 24 janvier 2006, les systèmes de vidéosurveillance sont autorisés pour une durée de 5 ans renouvelable.

EXIGENCES MINIMALES À RESPECTER PAR LES INSTALLATEURS

(arrêté du 5 janvier 2011)

L'installateur doit :

- connaître et comprendre les exigences réglementaires de l'administration sur la vidéo-protection (loi n°95-73, décret n°2008-1401 et l'arrêté d'exigences techniques du 3 août 2007).
- faire un devis avec un descriptif technique précis.
- disposer des compétences techniques pour la mise en place des caméras (floutage, éclairage, adéquation des caméras, adéquation des liaisons réseaux, niveau de sécurisation, extension possible, durée d'enregistrement, procédure d'effacement, ...)

COMMISSION DE VIDÉOSURVEILLANCE

La Commission de vidéosurveillance, composée d'un magistrat, d'un représentant des maires, d'un représentant de la CCI de la Moselle et d'une personnalité qualifiée, donne un avis au Préfet. Elle a compétence pour contrôler les conditions de fonctionnement des systèmes de vidéosurveillance (article 10 de la loi n°95-73 du 21 janvier 1995 renforcé par l'article 18 de la loi LOPPSI).

L'article 18 de la loi LOPPSI permet au Préfet de fixer une durée minimale de conservation des images de 4 à 10 jours. La Commission propose une conservation minimale de 7 jours. Ce même article permet au Préfet d'appliquer des sanctions (fermeture de l'établissement pendant 3 mois) pour non-respect de la réglementation.

QUI PEUT VOUS CONSEILLER ?

Pour vous permettre de bien organiser votre protection, le Ministère de l'Intérieur met à la disposition de tous les acteurs économiques des **Référents Sureté** (Police Nationale ou Gendarmerie). N'hésitez pas à solliciter leur intervention avant toute action visant à protéger vos biens ou vos personnes.

Leurs coordonnées sont disponibles auprès du Service Commerce de la CCI de la Moselle.

DES ATELIERS SÉCURITÉ POUR LES COMMERÇANTS

En partenariat avec la Gendarmerie et la Police Nationale, et à la demande des commerçants ou de leur association, le Service Commerce de la CCI de la Moselle propose des ateliers d'information sur la Sécurité dans les Commerces.

Ces réunions sont gratuites et organisées dans tout le département. Chaque atelier regroupe entre 8 et 20 participants.

LE GUIDE « COMMERCE ET SÉCURITÉ »

Les CCI lorraines ont édité, en collaboration avec les services de Police et de Gendarmerie, un guide à destination des commerçants qui rappelle quelques conseils pour **prévenir, faire face et réagir efficacement à toutes agressions** auxquelles la tenue d'un commerce vous expose.

Il est disponible gratuitement auprès du Service Commerce de votre CCI de la Moselle.

N'hésitez pas à nous le demander.



Pour plus d'informations, contactez la CCI de la Moselle :

Christian DENYS - Tél : 03 87 52 31 88 ou cdenys@moselle.cci.fr

Céline DELLA LIBERA - Tél : 03 82 82 06 95 ou cdellalibera@moselle.cci.fr

Les opérations commerciales en magasin

Dans le cadre de la politique de simplification en faveur des entreprises menée par le législateur, certaines ventes et pratiques réglementées ont fait l'objet, au cours de ces dernières années, d'allègements significatifs.

VENTE EN LIQUIDATION

Définition : « Les ventes accompagnées ou précédées de publicité et annoncées comme tendant, par une réduction de prix, à l'écoulement accéléré de la totalité ou d'une partie des marchandises d'un établissement commercial à la suite d'une décision, quelle qu'en soit la cause, de cessation, de suspension saisonnière ou de changement d'activité, ou de modification substantielle des conditions d'exploitation » (Article L310-1 du Code de Commerce).

Durée de l'opération : Deux mois maximum, réduite à 15 jours en cas de suspension saisonnière d'activité du déclarant.

Démarches à accomplir : déclaration préalable à la Préfecture par lettre recommandée avec demande d'avis de réception, deux mois au moins avant la date prévue pour le début de la vente. (Art L310-1 du Code de Commerce) - Modèle de déclaration préalable disponible à la Préfecture de la Moselle et téléchargeable à partir de leur site www.moselle.pref.gouv.fr

SOLDES

Définition : « Ventes accompagnées ou précédées de publicité et annoncées comme tendant, par une réduction de prix, à l'écoulement accéléré de marchandises en stock, durant les périodes définies ». « Les produits annoncés comme soldés doivent avoir été proposés à la vente et payés depuis au moins un mois à la date de début de la période de soldes considérée » (article L310-3 du Code de Commerce). Pour plus d'informations, voir la Lettre du Commerce n°1 (mai 2011 : téléchargeable sur www.moselle.cci.fr rubrique Commerce).

Précision : Depuis Mai 2011, les entreprises de vente à distance doivent respecter les dates nationales des soldes, indépendamment de la localisation géographique du siège social de l'entreprise.

PROMOTIONS

Définition : Il s'agit de mettre en avant des produits ou services visant à dynamiser les ventes (exemple : tête de gondole), mais sans nécessairement correspondre à une offre de réduction de prix.

Lorsqu'une réduction de prix est consentie, la réglementation sur les annonces de réduction de prix s'applique (arrêté ministériel du 31 / 12 / 2008 consultable sur legifrance.gouv.fr).

Il ne s'agit pas d'un écoulement accéléré des stocks.

Durée de l'opération : Durée limitée avec périodes définies. Les articles ou familles d'articles visés par l'opération doivent être disponibles à la vente pendant toute la durée.

Démarches à accomplir : Aucun formalisme spécifique n'est exigé, sinon le respect de la réglementation actuelle concernant les annonces de réduction de prix.

OPÉRATIONS OU PROMOTIONS DE DÉSTOCKAGE

Définition : Il s'agit d'une réduction de prix ayant pour objectif d'épuiser les stocks, et réalisable tout au long de l'année sans autorisation préalable du Préfet. La revente à perte est interdite, ainsi que l'utilisation du mot « soldes ». Ces opérations relèvent des dispositions de l'arrêté du 31/12/2008 sur les réductions de prix.

Durée de l'opération : Le commerçant indique le début de la période et précise « jusqu'à l'épuisement des stocks » ou « dans la limite des stocks disponibles ».



Démarches à accomplir : Aucun formalisme spécifique n'est exigé, sinon le respect de la réglementation actuelle concernant les annonces de réduction de prix (arrêté ministériel du 31 / 12 / 2008).

VENTES PRIVÉES

Définition : Publicités nominatives offrant des avantages à une partie de la clientèle, sous forme d'une réduction de prix offerte à cette catégorie, comme par exemple, des personnes figurant dans le fichier clients du magasin, ou détentrices d'une carte de fidélité.

Durée de l'opération : Durée limitée avec périodes définies. Les articles ou familles d'articles visés par l'opération doivent être disponibles à la vente pendant toute la durée.

Démarches à accomplir : Aucun formalisme spécifique n'est exigé. En outre, les ventes privées n'ont pas à respecter les dispositions des articles 1 et 2 de l'arrêté du 31/12/2008 concernant l'annonce de réduction de prix et le prix de référence.

MODIFICATION DU RÉGIME DES VENTES AVEC PRIMES ET DES VENTES LIÉES :

La Loi de simplification et de l'amélioration de la qualité du droit du 17 mai 2011 a modifié le droit de la consommation français en mettant fin à l'interdiction de principe de certaines pratiques commerciales :

VENTES AVEC PRIMES

Ventes annoncées comme donnant droit pour le consommateur à un produit ou à un service gratuit (autre qu'un service ou un produit identique à celui acheté) (Article L121-35 du Code de la Consommation). Cette pratique, qui était interdite (sauf remise au client d'objets ou de services de faible valeur ou d'échantillons), est devenue licite dès lors qu'elle ne présente pas un caractère déloyal, c'est-à-dire mise en place dans des conditions trompeuses ou agressives.

VENTES LIÉES

Elles consistent à regrouper dans un lot ne comportant qu'un prix, plusieurs produits ou services, sans qu'il soit possible de se les procurer séparément (l'article L122-1 du Code de la Consommation).

Ce procédé de vente jusqu'alors interdit (sauf exceptions) est aujourd'hui autorisé s'il ne constitue pas une pratique déloyale, c'est-à-dire mise en place dans des conditions trompeuses ou agressives.

Vos contacts :

Pour les ventes en liquidation :

PREFECTURE DE LA MOSELLE

Service de Coordination de l'Action Départementale
Bureau de l'Economie et de l'Emploi
9, Place de la Préfecture - 57034 METZ CEDEX 1
Tél : 03.87.34.88.60 - Fax : 03.87.34.87.72

Pour les autres opérations commerciales :

Direction Départementale de la Protection des Populations

(D.D.P.P.)
Cité administrative
Rue du Chanoine Collin - BP 61 011
57036 METZ
Tél. : 03 87 39 75 00

Pour plus d'informations, contactez la CCI de la Moselle :

Stéphanie CATANESE - Tél : 03.87.52.31.86 ou scatanese@moselle.cci.fr
Emilie FOISSEY - Tél : 03.87.52.31.13 ou efoissey@moselle.cci.fr

Ou consulter notre site : www.moselle.cci.fr

Les informations présentes sur cette page sont non contractuelles, non exhaustives et données à titre indicatif.