Le bulletin de l'armature commerciale urbaine

Commerce vert : un moteur pour l'attractivité et la vitalité des centres-villes

Un texte de Pierre Laflamme. Président de DEMARCOM inc, une firme dédiée à la gestion de l'armature commerciale urbaine depuis 2008.

Pourquoi en parler maintenant ?

La durabilité est devenue un enjeu incontournable pour nos villes, face aux défis climatiques, sociaux et économiques. Les citoyens sont de plus en plus sensibles à l'impact environnemental des commerces qu'ils fréquentent, tandis que les réglementations se renforcent pour encadrer ces pratiques. Dans ce contexte, le commerce vert ne se limite plus à une tendance : **il constitue un véritable levier pour attirer et fidéliser une clientèle exigeante et engagée.**

Pour les villes, il est essentiel de comprendre comment soutenir et stimuler cette transition, afin de renforcer l'attractivité et la vitalité de leurs centres urbains.

Enjeux et opportunités pour les villes

Un centre-ville perçu comme durable bénéficie d'une image positive, attirant aussi bien les visiteurs que les investisseurs. Cette attractivité se traduit par une fréquentation accrue, un dynamisme commercial renforcé et une meilleure compétitivité face aux grandes surfaces ou au commerce en ligne.

De plus, les pratiques vertes s'inscrivent parfaitement dans les politiques municipales existantes, qu'il s'agisse de mobilité durable, de gestion des déchets, de qualité de vie ou de développement économique local. Soutenir le commerce durable permet ainsi une cohérence globale dans la stratégie de la ville.

Pratiques vertes concrètes dans le commerce de détail

Le commerce vert se déploie à travers toutes les étapes du cycle de vie des marchandises, intégrant aussi bien des actions visibles pour le client que des pratiques de gestion internes (*back office*).

- **Approvisionnement responsable** Privilégier les fournisseurs locaux et éthiques, réduire le nombre d'intermédiaires et sélectionner des matières premières durables (bois certifié, coton biologique, matériaux recyclés) permettent de limiter l'empreinte carbone et de soutenir l'économie locale.
- **Transport et logistique optimisés** Mutualiser les livraisons, utiliser des véhicules à faible émission et privilégier les emballages réutilisables pour le transport contribuent à réduire les nuisances et les déchets liés à la logistique.
- **Mise en marché écoresponsable** Utiliser des emballages recyclables ou compostables, limiter le suremballage et aménager les espaces de vente avec des matériaux durables et une ambiance naturelle (lumière naturelle, végétation) améliorent l'expérience client tout en respectant l'environnement.
- **Expérience client engagée** Informer clairement sur la durabilité des produits, proposer des incitatifs comme des réductions pour l'usage de sacs réutilisables, instaurer des programmes de fidélité verte, et former le personnel







Fin 2022, DCbrain a réalisé une enquête sur les attentes des consommateurs en matière de livraison, en Allemagne, en France et au Royaume-Uni.

DEMARCOM
Cibler l'essentiel

Le bulletin de l'armature commerciale urbaine

à ces enjeux sont des leviers puissants pour fidéliser une clientèle sensible.

- **Gestion de la fin de vie des produits** Mettre en place des services de reprise, de réparation et de recyclage visibles en magasin, proposer des produits issus de la seconde main ou de l'*upcycling* favorisent l'économie circulaire et réduisent les déchets.
- **Économie circulaire intégrée** Encourager le réemploi, valoriser les invendus par le recyclage ou la transformation, et nouer des partenariats avec des filières spécialisées garantissent une boucle vertueuse et durable.

Cette distinction entre pratiques visibles et service d'appui est essentielle : les premières créent un lien direct avec le consommateur et renforcent la crédibilité du commerce, tandis que les secondes assurent l'impact environnemental réel et durable.

Le rôle clé des villes dans la transition verte

Les municipalités peuvent agir comme catalyseurs de cette transformation grâce à plusieurs leviers :

1. **Incitatifs financiers** Subventions pour les investissements verts, allègements fiscaux ou aides à la formation encouragent les commerçants à adopter des pratiques durables.
2. **Facilitation logistique** La mutualisation des livraisons, la création de zones de déchargement adaptées et le développement d'infrastructures vertes (bornes de recharge, stations de tri) améliorent l'efficacité tout en réduisant l'empreinte écologique.
3. **Aménagement du territoire** La végétalisation des rues, l'amélioration de l'éclairage naturel et la promotion d'espaces publics conviviaux participent à créer un environnement propice au commerce vert.
4. **Accompagnement et communication** Proposer des formations, organiser des rencontres et partager les bonnes pratiques permettent de mobiliser les acteurs. Valoriser publiquement les commerces engagés dans la transition

Cycle de vie durable en commerce de détail

Approvisionnement
Produits durables et éthiques
Fournisseurs locaux
Matières premières responsables
Réduction des intermédiaires

Mise en marché
Emballages recyclables/compostables
Réduction du suremballage
Gestion optimisée des stocks
Aménagement écoresponsable

Fin de vie produits
Reprise et recyclage
Programmes de réparation
Compostage (produits biodégradables)
Partenariats avec filières spécialisées

Transport & Logistique
Optimisation des livraisons
Transport à faible émission
Emballages de transport réutilisables

Vente & Expérience client
Information claire sur la durabilité
Incitatifs pour achats durables
Programmes de fidélité verte
Formation du personnel

Économie circulaire
Réemploi (seconde main, location)
Upcycling (nouveaux produits à partir d'anciens)
Valorisation des déchets

Le bulletin de novembre 2025 :

Que peut faire une ville pour transformer la fonction commerciale selon sa vision ? Rejoignez-nous pour le prochain bulletin dont le thème sera : *L'IA et l'armature commerciale*.

Ne manquez pas cette occasion de vous informer et d'anticiper les tendances à venir dans la fonction commerciale urbaine. Soyez au rendez-vous !

Créer des synergies pour un avenir plus prospère !

Pierre Laflamme : plaflamme@demarcom.ca

Cellulaire : 450.672.1101

DEMARCOM
Cibler l'essentiel