

ETUDE SUR LA SITUATION ÉCONOMIQUE DES DISQUAIRES INDÉPENDANTS EN FRANCE

Synthèse des travaux

21 Avril 2017





Profil des disquaires



Situation économique



Annexes

LE RESPONSABLE

- Je suis un **homme** (90%) de **plus de 45 ans** (58%)
- J'ai fait des **études** après le bac (60%)
- J'ai eu des **expériences professionnelles extrêmement variées** avant d'être disquaire (86%)
- Je suis le **gérant** de mon magasin (68%)
- Je suis **non-salarié** (78% des gérants)

L'ENTREPRISE

- Je suis une **SARL (38%)** ⁽¹⁾
- J'ai **plus de 10 ans d'ancienneté (64%)** ⁽¹⁾
- Je suis **propriétaire du bail (73%)**, mais **pas propriétaire des murs (83%)**
- Nous ne sommes **pas plus de 2 à gérer le magasin (76%)**
- Parmi mes effectifs, **50% sont en CDI**
- **Je ne dispose pas de logiciels particuliers pour ma gestion quotidienne (80%)**

⁽¹⁾ Information aujourd'hui disponible pour 302 disquaires, soit 90% des disquaires recensés

CATALOGUE

- J'ai entre **2 000 et 20 000 références** (72%)
- Je propose **au minimum 4 genres musicaux** (plus de 80%)
- Je propose plus de **75% de produits neufs** à la vente (45%)

ACTIVITÉ

- Je **ne me limite pas à la vente de produits musicaux** ⁽¹⁾ (80%)
(Vente de produits dérivés liés à la musique ; Vente / réparation de matériel HI-FI ; Label ; Librairie ...)
- Je réalise un **chiffre d'affaires total inférieur à 200 k€** (~70%)
- La **part de CA musique** dans mon chiffre d'affaires total est **supérieure à 50%** (71%)
- Je vends **des vinyles (100%), qui représentent plus de 75% du CA musique** (55%)
- **Mes ventes en ligne** représentent **moins de 25% du CA musique** (90%)
- J'accepte le **dépôt-vente** (80%)

⁽¹⁾ Les disquaires peuvent exercer plusieurs activités parmi celles présentées dans la liste

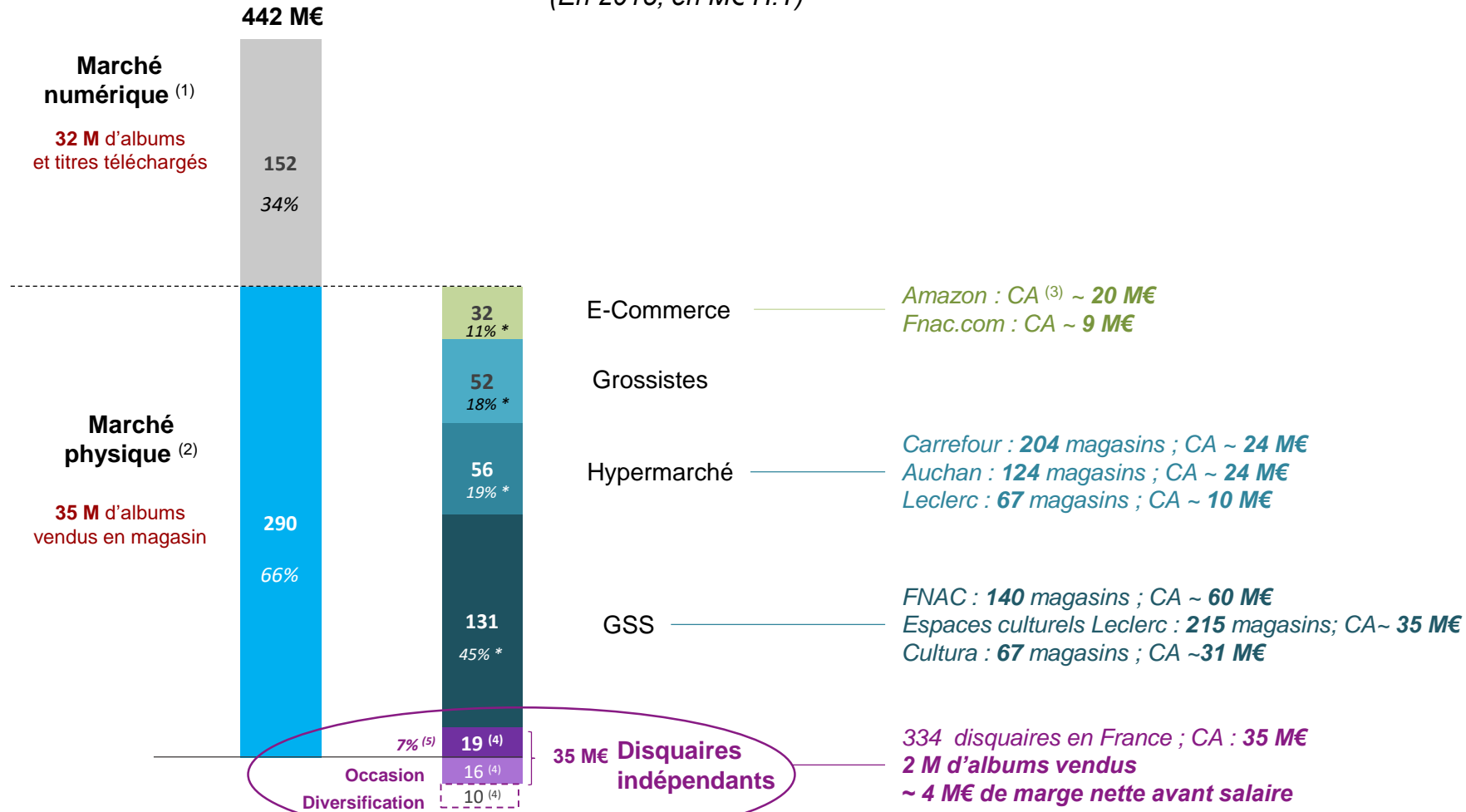
- ▶ Profil des disquaires
- ▶ **Situation économique**
- ▶ Annexes

Situation économique

Marché de la vente de musique enregistrée

Les disquaires indépendants captent une faible partie des ventes de la musique enregistrée.

Marché de la musique enregistrée – hors Droits Voisins - (neuf)
(En 2015, en M€ H.T)



(1) Téléchargements Internet, téléchargement mobile, revenus abonnement, revenus streaming

(2) Total des ventes support

(3) CA Musique

(4) Dont ventes Internet

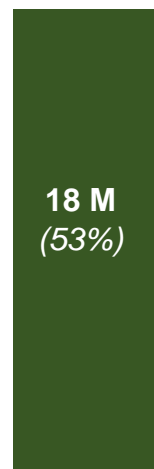
(5) % par rapport à 290 M€

Sources : L'économie de la production musicale – édition 2016 – SNEP; GFK Musique ; Analyses Rise Conseil : 35M € reconstitués à partir du questionnaire et des informations publiques (société.com) vs

Les disquaires indépendants défendent une offre de diversité.

Nombre d'albums physiques vendus
(En 2015)

35 M
d'albums



GSS

Hypermarchés

Grossistes

Internet

Disquaires indépendants

2 M d'albums vendus

Nombre moyen de références proposées à la vente par disquaires : **8 000 références**

Top 20 des meilleures ventes

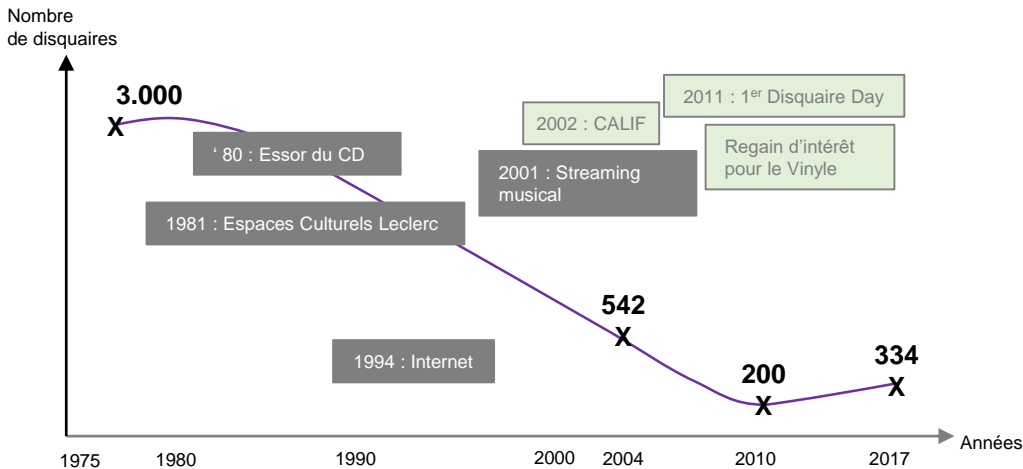
1	Adèle	25	785 300
2	Louane	Chambre 12	772 300
3	Kendji Girac	Kendji	593 000
4	Kendji Girac	Ensemble	461 600
5	Christine and the Queens	Chaleur humaine	417 000
6	Maitre Gims	Mon cœur avait raison	413 000
7	Francis Cabrel	In extremis	381 500
8	Johnny Hallyday	De l'amour	336 000
9	Calogero	Les Feux d'artifice	305 900
10	Mylène Farmer	Interstellaires	281 900
11	Les Enfoirés	Sur le route des Enfoirés	278 500
12	Soprano	Cosmopolitanie	270 800
13	Black M	Les yeux plus gros que le monde	260 900
14	Album de reprises	Corsu Mezu Mezu	250 700
15	Fréro Delavega	Fréro Delavega	244 900
16	Muse	Drones	192 300
17	M. Pokora	RED	188 200
18	Coldplay	A Head Full of Dreams	178 100
19	Marina Kaye	Fearless	167 500
20	BO La reine des neiges	La Reine des neiges	158 800

Félix Boisson de Chazournes, fondateur de l'enseigne O'CD, positionnée sur l'occasion et les fonds de catalogues :

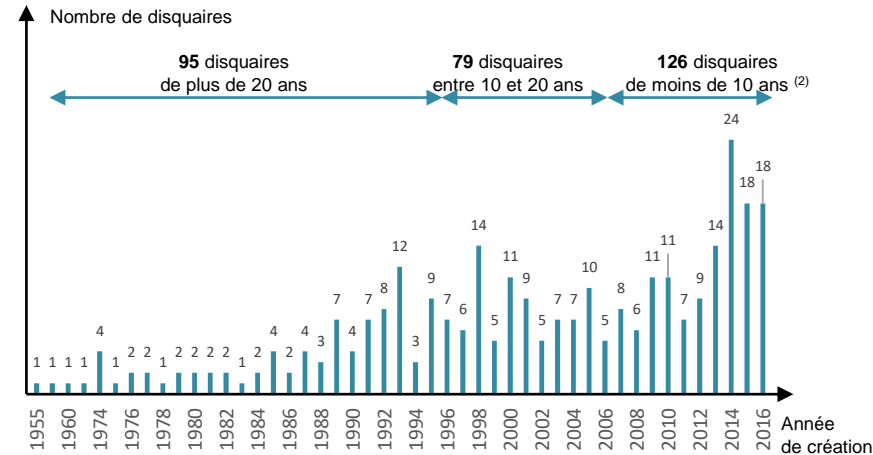
« La Fnac et Cultura vendent les 20% de films et de disques qui font 80% du chiffre d'affaires du secteur. Nous, nous vendons les 80% qui génèrent les 20% restants. Notre business model n'est pas de vendre mille fois un film, mais mille films une fois »

Le nombre de disquaires indépendants, après une forte chute, semble se stabiliser :

Evolution du nombre de disquaires depuis les années 1970



Ancienneté des disquaires actuels⁽¹⁾



Exemples de disquaires ayant fermé :

https://fr.rateyourmusic.com/list/jackpirat/hommage_aux_disquaires_et_distributeurs_de_disques_disparus_et_a_ceux_qui_resistent_a_tribute_to_those_french_record_stores/

Pour comparaison, en France en 2016-2017 :

- Bibliothèques municipales : ~ 7.000
- Librairies indépendantes : ~ 3.000
- Salles de cinéma : ~ 2.200

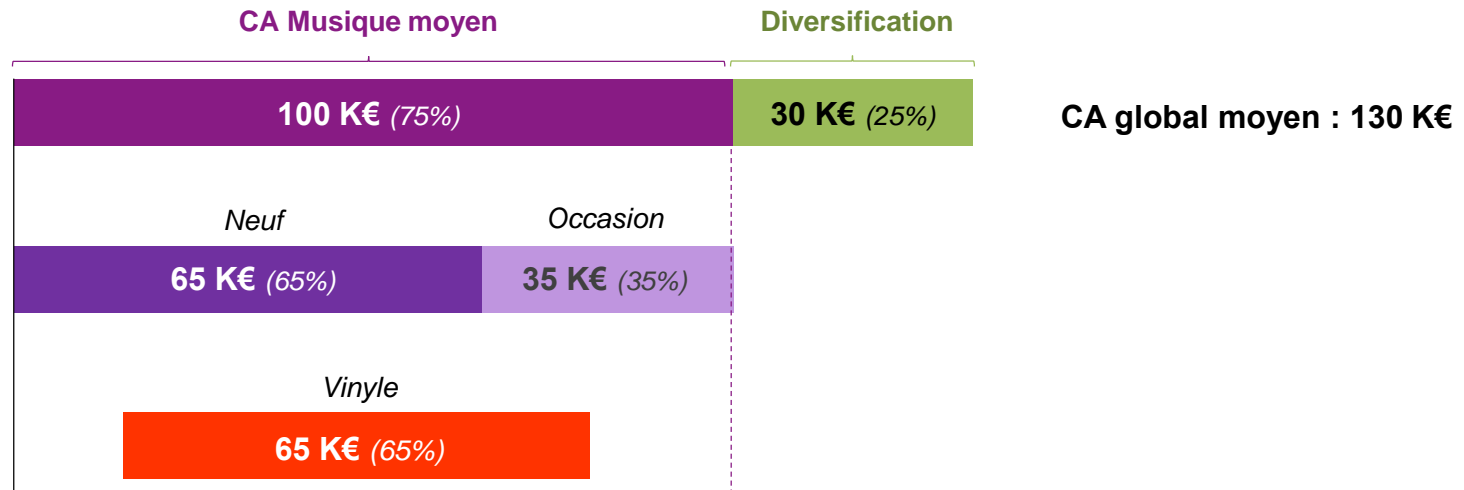
⁽¹⁾ Données disponibles pour 300 disquaires

⁽²⁾ 27% de ces disquaires ont bénéficié de l'aide au loyer du Calif

Sources : L'économie de la production musicale – édition 2016 – SNEP; GFK Musique; Analyses Rise Conseil; L'Observatoire de la Musique ; Rateyourmusic.com.

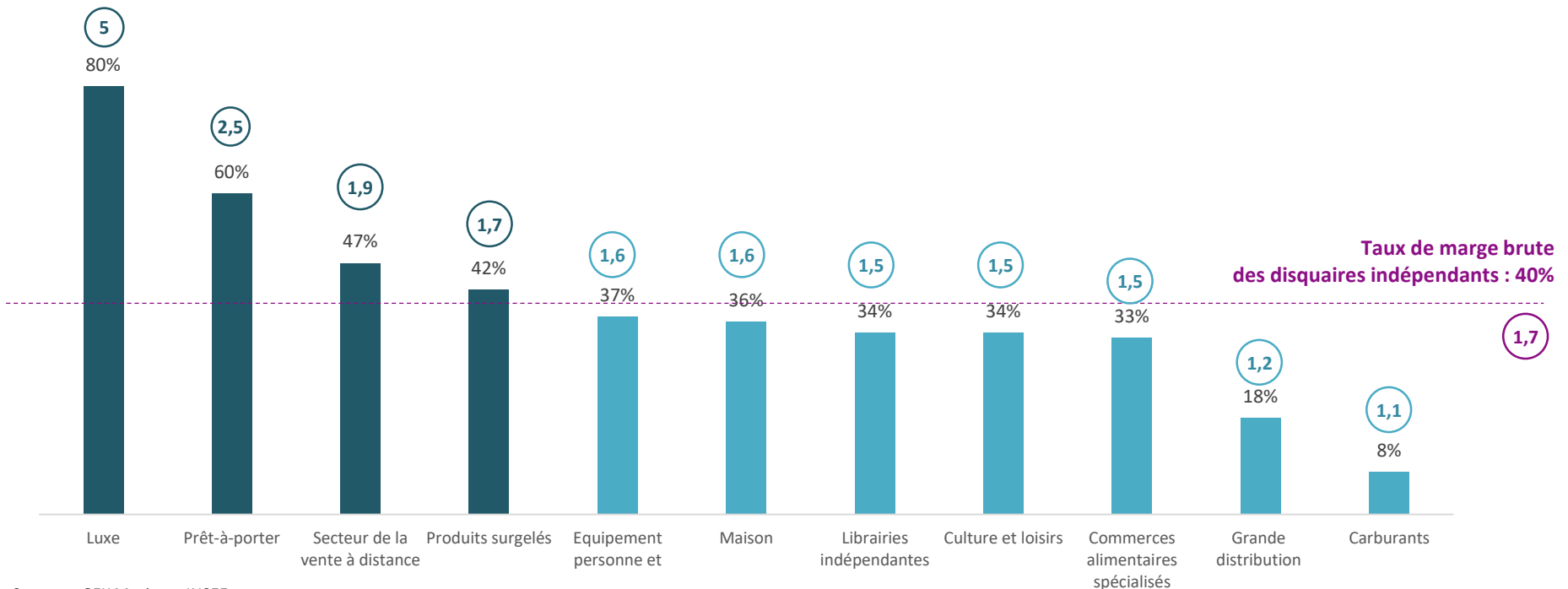
Le neuf et le vinyle sont prépondérants dans l'activité des disquaires.

Répartition du Chiffre d'affaires global moyen par disquaire



La marge brute des disquaires indépendants est légèrement supérieure aux marges de secteurs similaires (culture et loisirs, librairies indépendantes)

Taux de marge⁽¹⁾ par secteur dans les commerces spécialisés

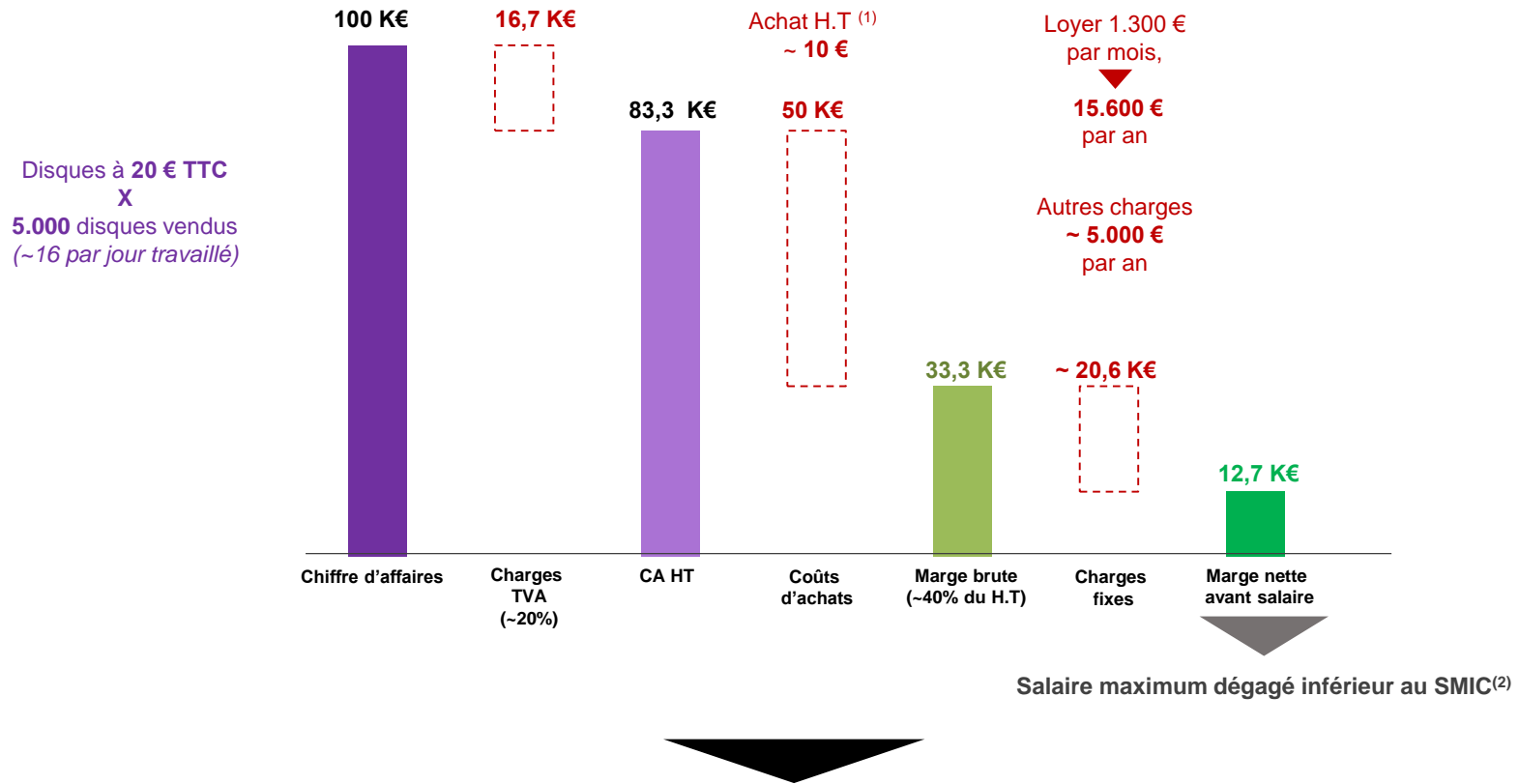


Sources : GFK Musique; INSEE.

⁽¹⁾ Le taux de marge rapporte la marge commerciale (prix de vente HT – coûts des achats HT) au montant des ventes de marchandises

Dans l'hypothèse d'une activité limitée à la vente de disques neufs, le volume d'activité et la marge sur les achats standards ne permettraient pas de dégager un salaire supérieur au SMIC.

Structure de coûts d'un magasin type – vente de disques neufs seulement –



Le principal levier d'optimisation porte sur une augmentation des volumes associé à une maîtrise des charges.

(1) Marge commerciale : Hypothèse de coefficient multiplicateur à 1,7 hors TVA (entre 1,6 et 1,8 selon les disquaires et en fonction de l'intégration de la TVA)

(2) Coût chargé du SMIC : 1.570 € / mois, soit ~ 19 K€ sur l'année



Profil des disquaires



Situation économique



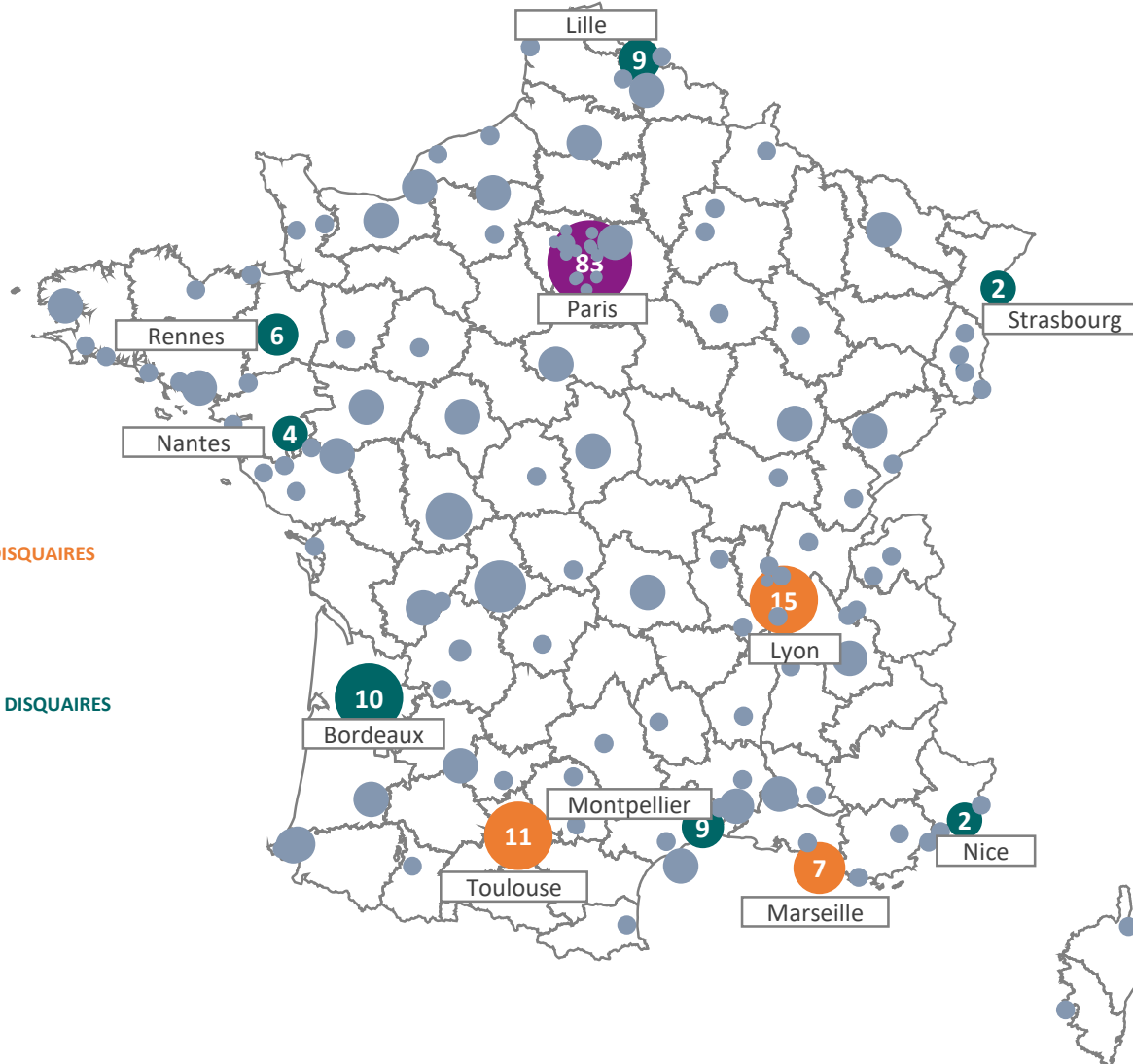
Annexes

- 1. Recensement des disquaires**
2. Questionnaire en ligne
3. Analyses
4. Entretien

1. Recensement des disquaires

Cartographie

334 disquaires recensés en France Métropolitaine

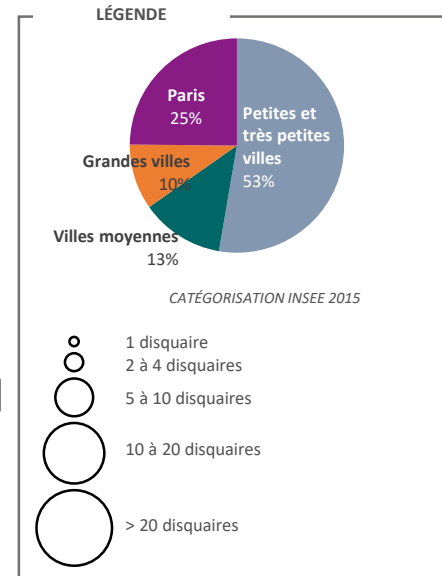


GRANDES VILLES – 33 DISQUAIRES

LYON – 15
TOULOUSE – 11
MARSEILLE – 7

VILLES MOYENNES – 42 DISQUAIRES

BORDEAUX – 10
LILLE – 9
MONTPELLIER – 9
RENNES – 6
NANTES – 4
NICE – 2
STRASBOURG – 2



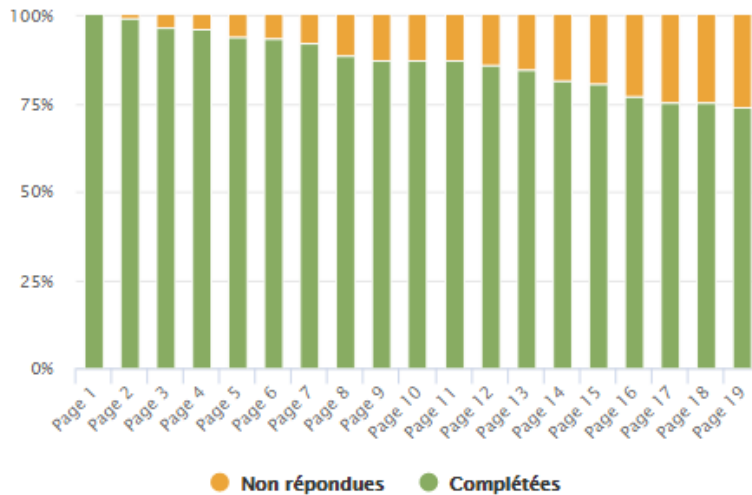
1. Recensement des disquaires
- 2. Questionnaire en ligne**
3. Analyses
4. Entretiens

2. Questionnaire en ligne

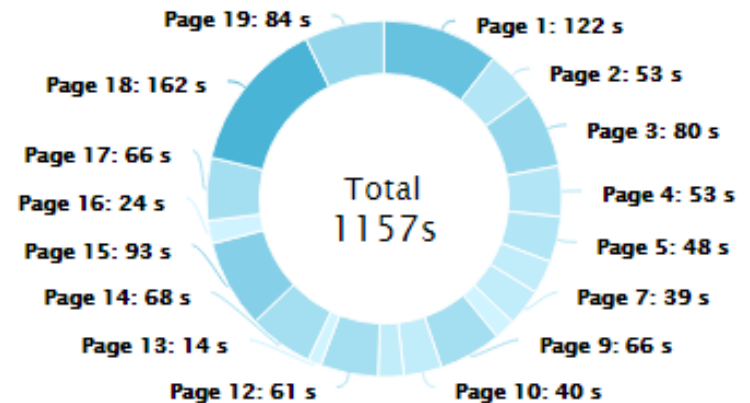
Qualité des réponses

- Les dernières pages sont moins renseignées avec **un taux de remplissage par page dégressif tout au long du questionnaire**
- Lorsqu'elles sont remplies, **les dernières pages ont demandé un temps de réponse supérieur**

Taux de remplissage du questionnaire
Détail par page



Temps moyen par page



Questionnaire en ligne :

- **123 réponses complètes**, soit 37% des sociétés interrogées
- **24 réponses incomplètes**, soit 7 % des sociétés interrogées
- **165 disquaires n'ont pas commencé à remplir** le questionnaire, soit 49% des sociétés interrogées
- **22 disquaires ne souhaitent pas répondre** au questionnaire (pas le temps, frustration, ...)

Méthodologie

- Nous avons considéré complets les questionnaires validés par les répondants et non vides (7 questionnaires ont été validés mais sans aucune réponse)
- La taille de l'échantillon peut varier selon la question. Elle est rappelée pour chaque donnée, graphique ou tableau

1. Recensement des disquaires
2. Questionnaire en ligne
- 3. Analyses**
4. Entretiens

3. Analyses

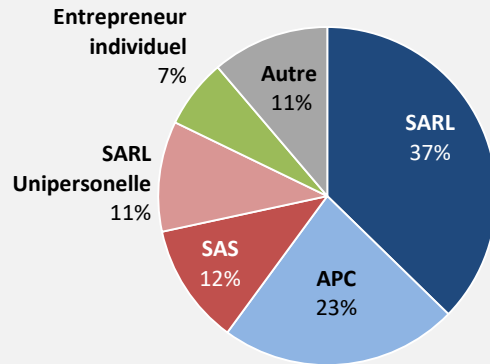
Profil de l'entreprise

Périmètre

123 réponses complètes, soit 37%
des disquaires interrogés

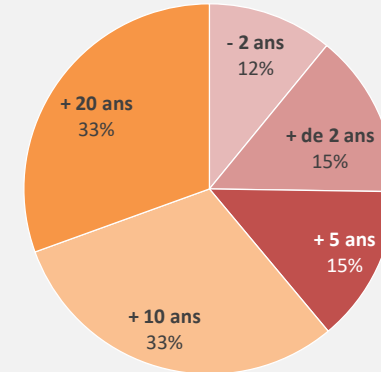


Les formes juridiques privilégiées sont
les **SARL (37%)**
et les **Affaires Personnelles Commerçantes (23%)**



Information disponible pour 303 disquaires (90% des disquaires)

Plus de **60%** des sociétés
ont au minimum **10 ans d'ancienneté**



Information disponible pour 300 disquaires (90% des disquaires)

- Plus de **75%** des sociétés ont un effectif compris entre **1 et 2 personnes** ⁽¹⁾.
- Parmi les effectifs, **50%** sont en **CDI** ⁽²⁾.

⁽¹⁾ Information disponible pour 123 disquaires (100% des questionnaires complets)

⁽²⁾ Information disponible pour 105 disquaires (85% des questionnaires complets)

- Plus de **70%** des répondants sont **propriétaires du bail**.
- Plus de **80%** des répondants **ne sont pas propriétaires des murs**.
- **Seulement 10%** des répondants sont **à la fois propriétaire du bail et des murs**.

120 répondants (98% des questionnaires complets)

3. Analyses

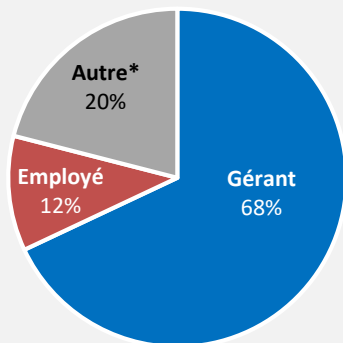
Profil du gérant

Périmètre

123 réponses complètes, soit 37%
des disquaires interrogés

Direction générale
des médias et des
industries culturelles

~70% des répondants sont les **gérants de leur magasin**

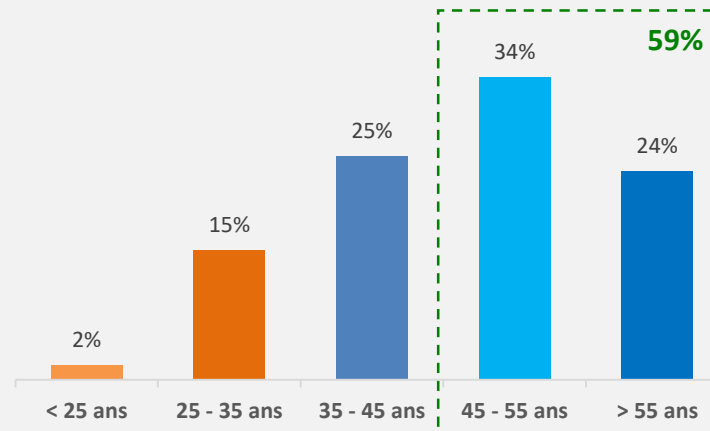


Zoom sur les gérants :
84% des gérants
sont **non-salariés**

* **Autre** : Administrateur, animateur responsable, auto-entrepreneur, co-gérant, commerçant indépendant, Directrice, Dirigeant, Entrepreneur individuel, PDG, Président, Propriétaire,....

120 répondants (98% des questionnaires complets)

~60% des répondants ont **plus de 45 ans**



122 répondants (99% des questionnaires complets)

- **90%** des répondants sont des **hommes**.
- **60%** des répondants **ont fait des études post-bac ; pour 1/3 ils ont des études en gestion et management**.
- **85%** des répondants ont eu des **expériences professionnelles extrêmement variées** avant d'être disquaire.

123 répondants (100% des questionnaires complets)

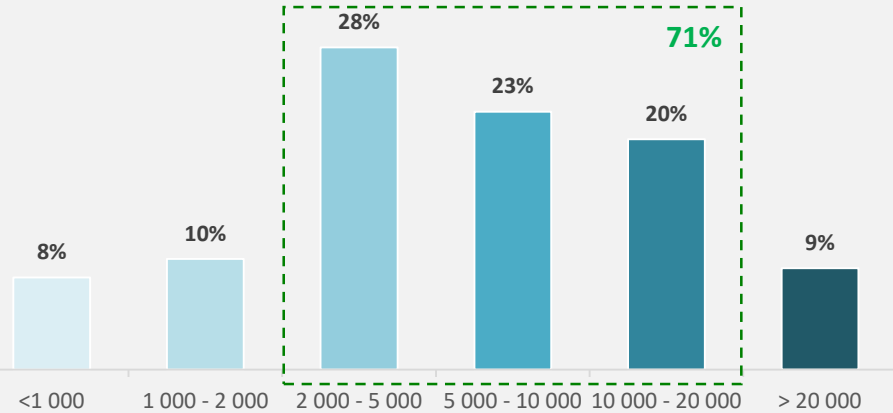
3. Analyses Catalogue

Périmètre

123 réponses complètes, soit 37%
des disquaires interrogés

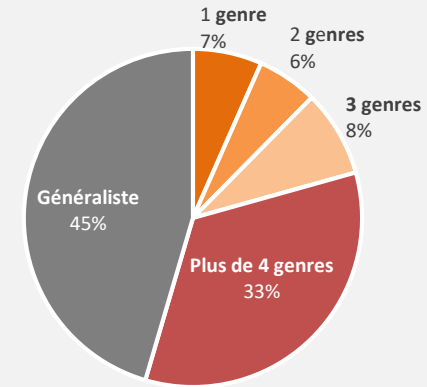


La plupart des disquaires proposent
entre 2 000 et 20 000 références



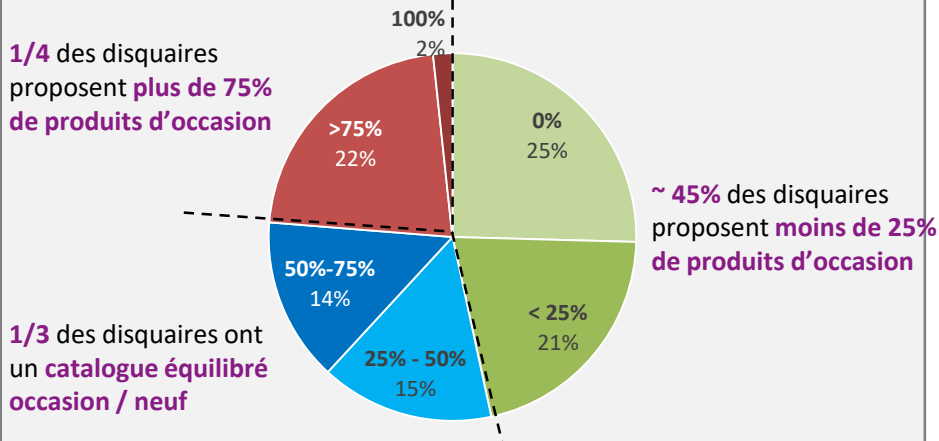
123 répondants (100% des questionnaires complets)

Plus de 80% des répondants proposent
au minimum 4 genres musicaux



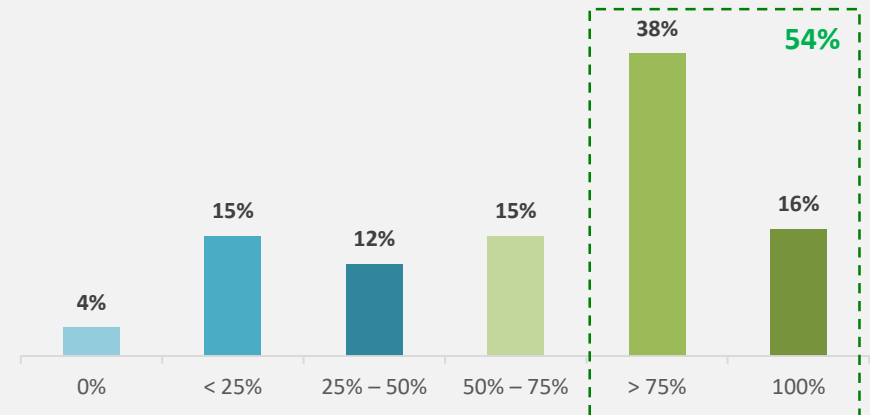
123 répondants (100% des questionnaires complets)

Une présence de **neuf** et **d'occasion** équilibrée



120 répondants (98% des questionnaires complets)

Tous les disquaires **vendent des vinyles**, qui représentent
plus de 75% du CA dans **55% des cas**



113 répondants (92% des questionnaires complets)

3. Analyses

Emplacement

Périmètre
123 réponses complètes, soit 37%
des disquaires interrogés

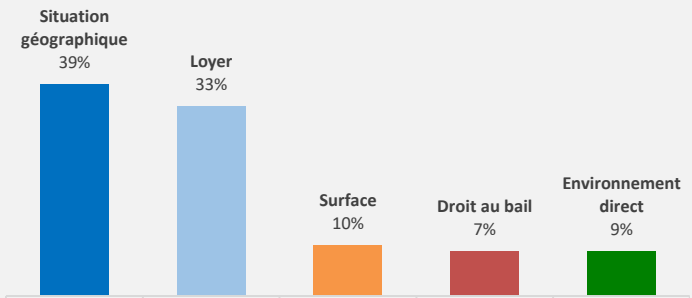


- **84%** des répondants sont **satisfaits de leur emplacement.**
- **Pour plus de 50%** des répondants **non satisfaits**, la cause évoquée est la **situation géographique (peu de passage)**

114 répondants (93% des questionnaires complets)

La situation géographique et le loyer sont les 2 critères les plus importants dans le choix d'un magasin

Répartition des réponses pour le critère principal



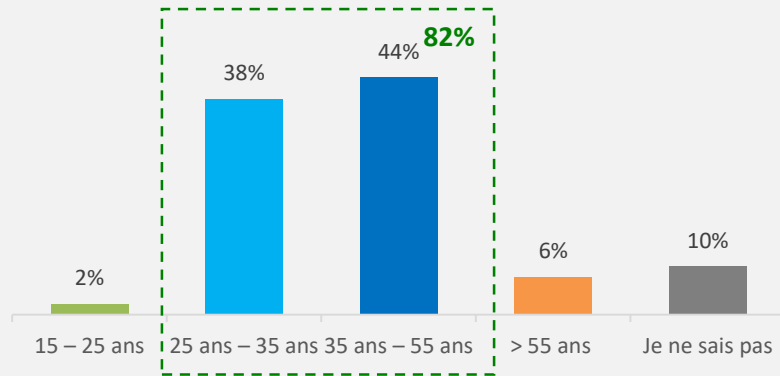
114 répondants (93% des questionnaires complets)

3. Analyses Clientèle

Périmètre
123 réponses complètes, soit 37%
des disquaires interrogés

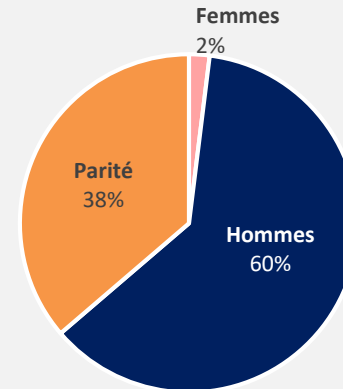


82% des clients ont entre 25 et 55 ans,
la distribution étant équilibrée entre les 25 – 35 ans
et les 35 – 55 ans



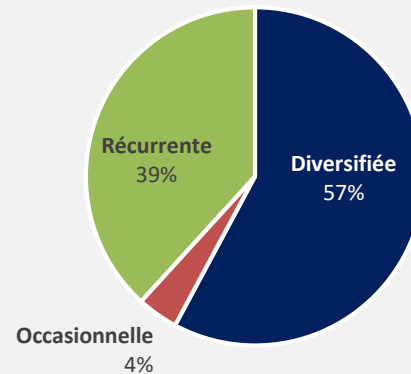
120 répondants (98% des questionnaires complets)

60% des répondants perçoivent leur clientèle
comme **majoritairement masculine**



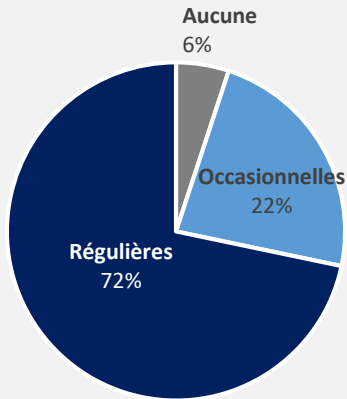
120 répondants (98% des questionnaires complets)

Pour **40%** des répondants, leur clientèle est **récurrente**



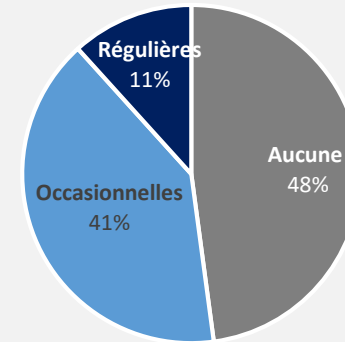
120 répondants (98% des questionnaires complets)

Plus de 70% des répondants mènent régulièrement des actions de communication



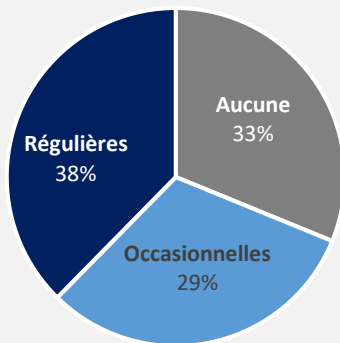
116 répondants (94% des questionnaires complets)

Peu de répondants (12%) ont régulièrement recours à la publicité payante



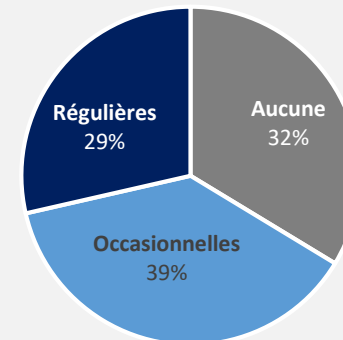
111 répondants (90% des questionnaires complets)

- 1/3 des répondants **ne lance aucun programme de fidélisation**
- 1/3 des répondants en lance **occasionnellement**
- 1/3 des répondants en lance **régulièrement**



110 répondants (89% des questionnaires complets)

- 1/3 des répondants **n'organise aucun évènement en boutique**
- 1/3 des répondants en organise **occasionnellement**
- 1/3 des répondants en organise **régulièrement**



115 répondants (93% des questionnaires complets)

3. Analyses

Internet et concurrence

Périmètre

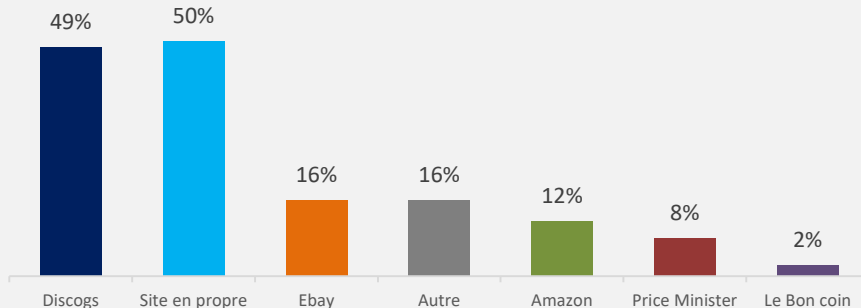
123 réponses complètes, soit 37%
des disquaires interrogés

Direction générale
des médias et des
industries culturelles

- 62% des répondants ont un **site internet**.
- 92% des répondants ont une **page Facebook**.

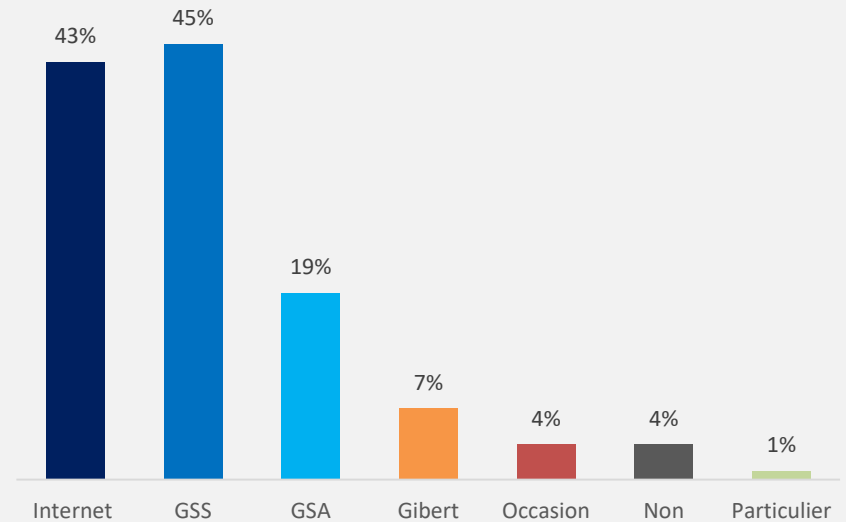
120 répondants (98% des questionnaires complets)

- 75% des répondants font de la **vente en ligne**.
- La moitié des répondants, proposant la vente en ligne, utilisent **Discogs et/ou leur site**.



113 répondants (92% des questionnaires complets)

Les principaux concurrents sont
Internet et les GSS (FNAC, Cultura).
Ils sont cités par 40% des répondants.



109 répondants (89% des questionnaires complets)

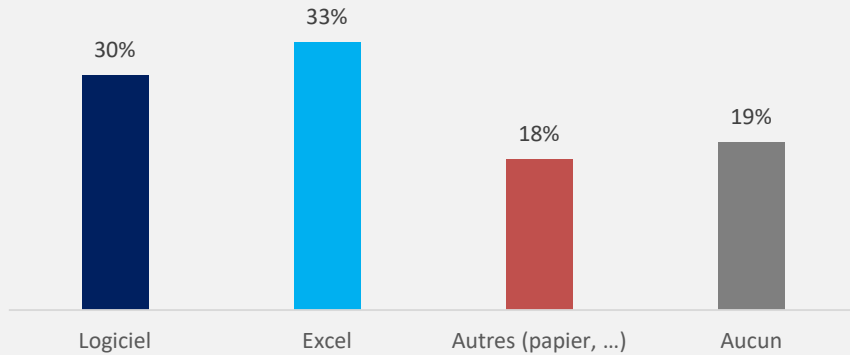
3. Analyses

Outils de gestion

Périmètre
123 réponses complètes, soit 37%
des disquaires interrogés

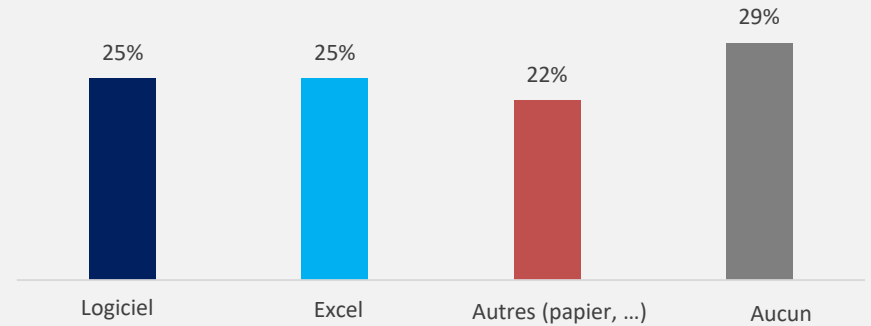


Gestion des stocks



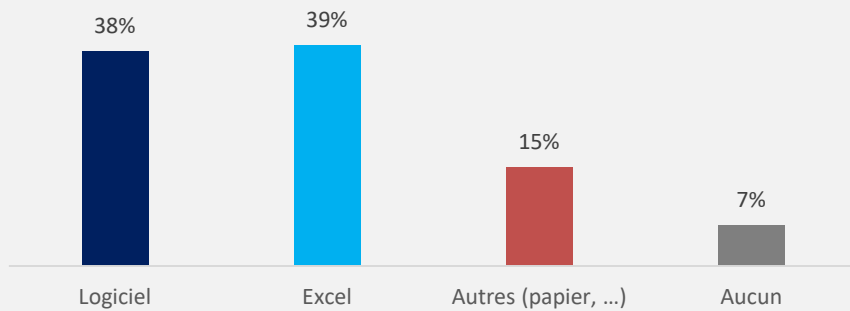
116 répondants (94% des questionnaires complets)

Données clients



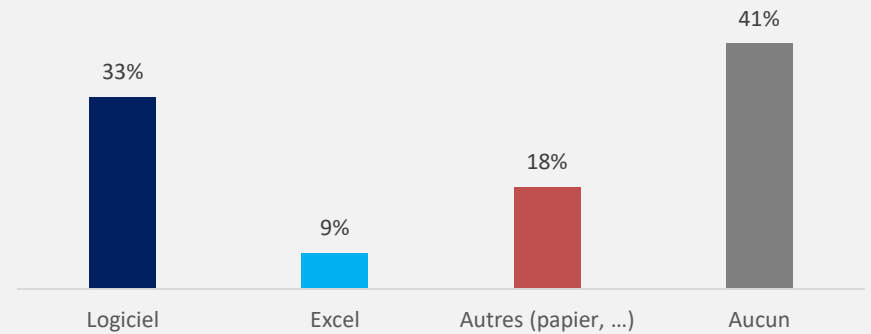
116 répondants (94% des questionnaires complets)

Comptabilité



116 répondants (94% des questionnaires complets)

Paie



116 répondants (94% des questionnaires complets)

3. Analyses

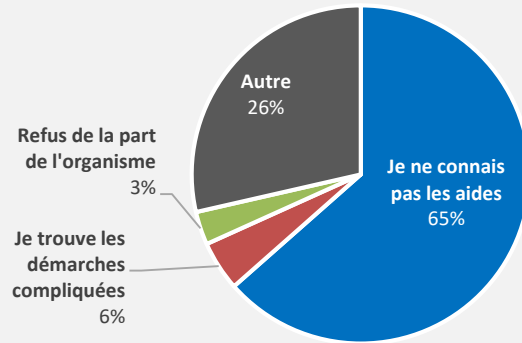
Aides perçues et réseau

Périmètre

123 réponses complètes, soit 37%
des disquaires interrogés

Direction générale
des médias et des
industries culturelles

- Plus de 60% des répondants n'ont pas perçu d'aides.
- Parmi ces répondants, plus de 60% ne connaissent pas les différentes aides proposées.

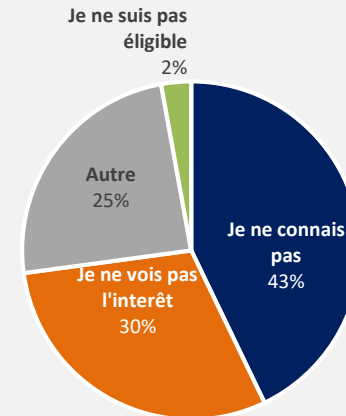


Pour les disquaires ayant perçu une aide (39% des répondants), les aides reçues sont les suivantes :

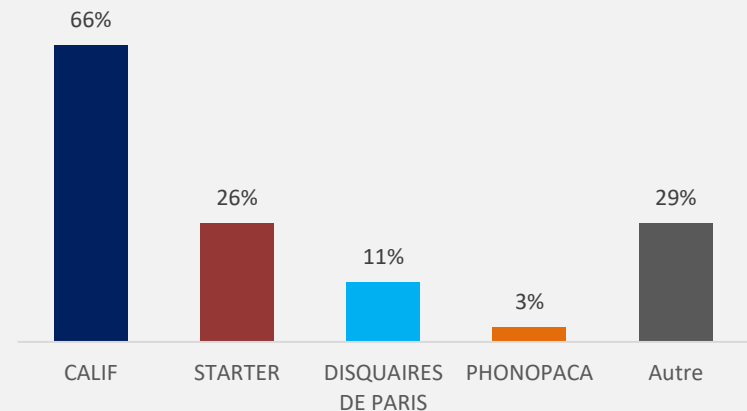
- ACCRE
- CALIF
- Aide à l'embauche d'un handicapé
- Aides à la création d'entreprise
- Aides régionales
- CNL
- ADELIC
- Initiative CLE Lille
- IFCIC
- Subvention Coup'd'pouces
- Défi jeunes
- APH21
- DGMIC
- Subventions municipales / Conseil régional

117 répondants (95% des questionnaires complets)

- 70% des répondants ne font pas partie d'un réseau.
- Parmi ces répondants, plus de 43% ne connaissent pas les réseaux déjà en place.



- 65% des disquaires faisant partie d'un réseau déclarent faire partie du CALIF



116 répondants (94% des questionnaires complets)

3. Analyses

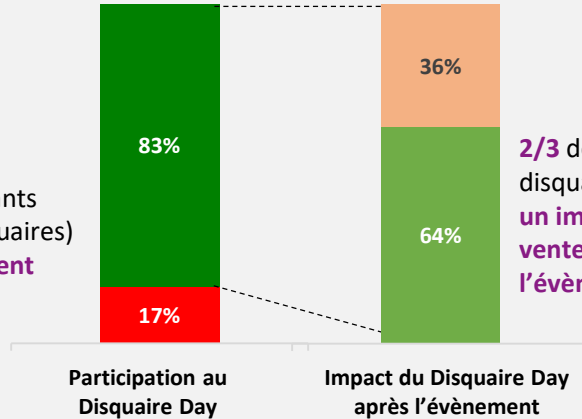
Disquaire Day

Périmètre

123 réponses complètes, soit 37%
des disquaires interrogés

Direction générale
des médias et des
industries culturelles

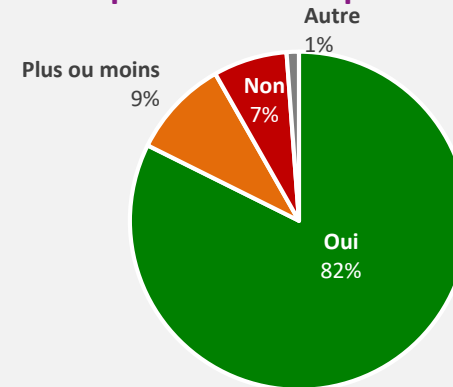
83% des
répondants
(85 disquaires)
participent



2/3 des participants (53 disquaires) constatent un impact direct sur les ventes après l'évènement

118 répondants (96% des questionnaires complets)

Plus de 80% des participants au Disquaire Day vendent des références hors catalogue pendant le Disquaire Day



98 répondants (100% des répondants qui participent au Disquaire Day)

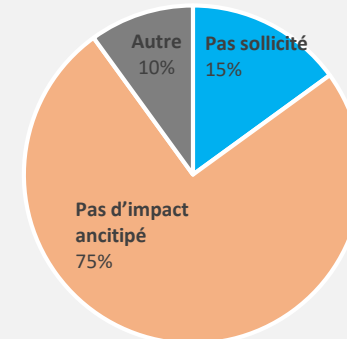
3 axes d'amélioration du Disquaire Day apparaissent :

- **Modifier le catalogue** : intégrer des genres pas encore assez représentés (jazz, classique, ...), privilégier les indépendants, ...
- **Baisser les prix** : baisser les prix des disques liés à l'évènement
- **Augmenter la part d'exclusivités** : proposer moins de références mais plus de tirages limités, disponibles uniquement chez les indépendants

48 répondants (49% des répondants qui participent au Disquaire Day)

16% des répondants (20 disquaires) ne participent pas au Disquaire Day.

La majeure partie de ces disquaires déclarent ne pas anticiper d'impact significatif sur leur activité.



20 répondants (100% des répondants qui ne participent pas au Disquaire Day)

3. Analyses

Activité (1/2)

Périmètre

123 réponses complètes, soit 37%
des disquaires interrogés



Plus de 80% des répondants proposent du dépôt-vente

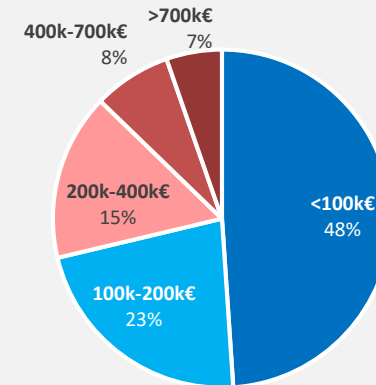
80% des répondants ne se limitent pas à la vente de produits musicaux ⁽¹⁾ :

- Vente de produits dérivés liés à la musique (37%)
- Vente / réparation de matériel HI-FI (18%)
- Label (13%)
- Librairie (17%)

⁽¹⁾ Les disquaires peuvent exercer plusieurs activités parmi celles présentées dans la liste

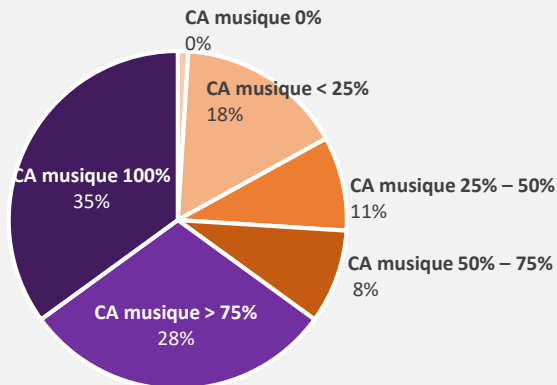
120 répondants (98% des questionnaires complets)

~70% des répondants réalisent un chiffre d'affaires inférieur à 200 k€



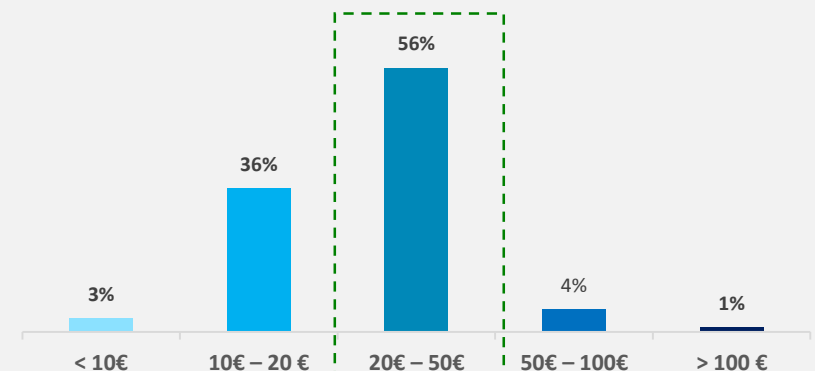
106 répondants (86% des questionnaires complets)

Pour 71% des répondants, la part de CA musique dans le chiffre d'affaires total est supérieure à 50%



113 répondants (92% des questionnaires complets)

Le panier moyen de vente se situe majoritairement entre 20€ et 50€, très rarement au-dessus de 50€



112 répondants (91% des questionnaires complets)

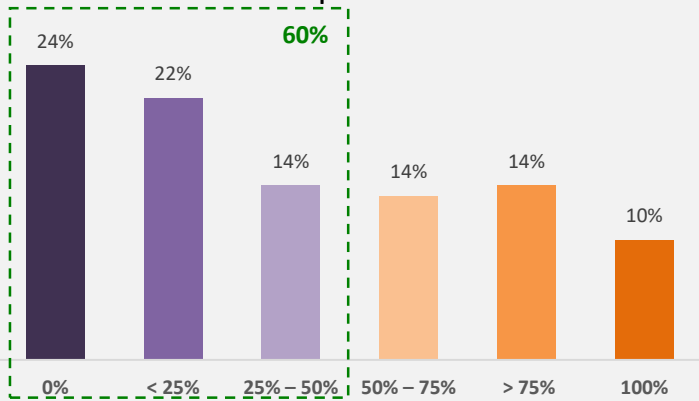
3. Analyses

Activité (2/2)

Périmètre
 123 réponses complètes, soit 37%
 des disquaires interrogés

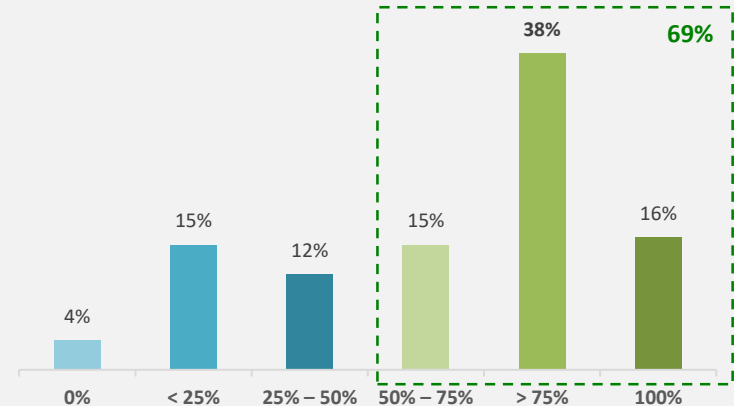


Pour **60%** des répondants, la part d'occasion dans le CA musique est **inférieure à 50%**



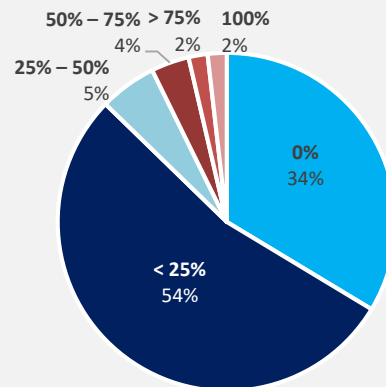
111 répondants (90% des questionnaires complets)

Pour **69%** des répondants, la part de vinyles dans le CA musique est **supérieure à 50%**



113 répondants (92% des questionnaires complets)

Pour **~90%** des répondants, les ventes en ligne représentent **moins de 25%** du CA musique



110 répondants (89% des questionnaires complets)

3. Analyses

Charges

Périmètre

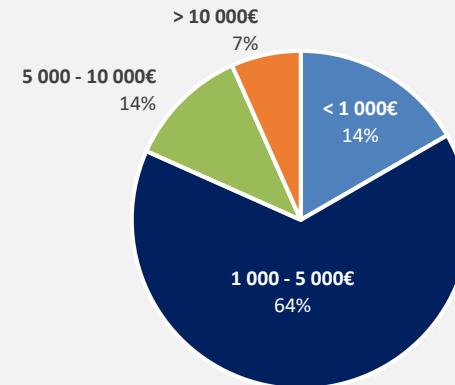
123 réponses complètes, soit 37%
des disquaires interrogés

Direction générale
des médias et des
industries culturelles

- 67% des répondants ont recours à des prestataires extérieurs.
- Pour les disquaires ayant recours à des prestataires extérieurs:
 - 95% pour la Comptabilité
 - 20% pour les Conseils juridiques

112 répondants (91% des questionnaires complets)

Pour 64% des disquaires, une prestation de comptabilité, coûte entre 1 000€ et 5 000€ mensuels



69 répondants (97% des répondants ayant recours à une prestation de comptabilité)

- 55% des répondants ne rencontrent aucune difficulté à obtenir des financements bancaires⁽¹⁾.
- 65% des répondants ont une autorisation de découvert bancaire⁽²⁾.

⁽¹⁾ 106 répondants (86% des questionnaires complets)

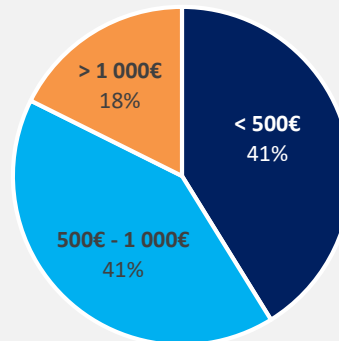
⁽²⁾ 108 répondants (88% des questionnaires complets)

- 51% des répondants sont concernés par l'Impôt sur la Société⁽³⁾.
- 39% des répondants sont concernés par la Contribution Economique Territoriale (CET)⁽⁴⁾.

⁽³⁾ 104 répondants (85% des questionnaires complets)

⁽⁴⁾ 94 répondants (76% des questionnaires complets)

82% des répondants paient
une CET inférieure à 1 000€



34 répondants (92% des répondants payant une CET)

3. Analyses

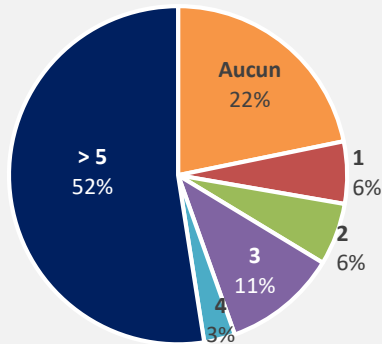
Comptes fournisseurs (1/2)

Périmètre

123 réponses complètes, soit 37%
des disquaires interrogés

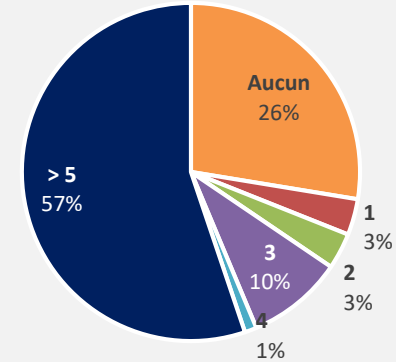
Direction générale
des médias et des
industries culturelles

- ¼ des répondants n'ont **aucun compte** chez les **distributeurs indépendants**.
- ¼ des répondants ont **entre 1 et 4 comptes**.
- ½ des répondants ont **plus de 5 comptes**.



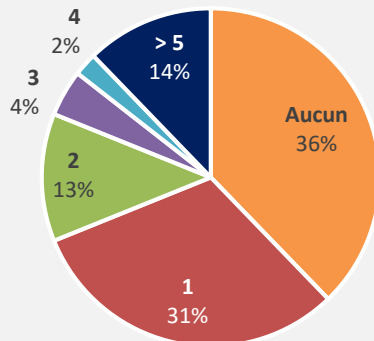
101 répondants (82% des questionnaires complets)

- ¼ des répondants n'ont **aucun compte** chez les **labels indépendants**.
- ¼ des répondants ont **entre 1 et 4 comptes**.
- ½ des répondants ont **plus de 5 comptes**.



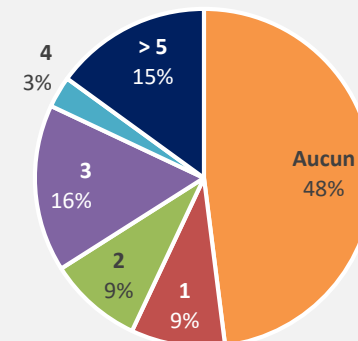
93 répondants (76% des questionnaires complets)

- 1/3 des répondants n'ont **aucun compte** chez les **grossistes**.
- 1/3 des répondants ont **1 compte**.
- 1/3 des répondants ont **plus de 2 comptes**.



96 répondants (78% des questionnaires complets)

- **Presque la moitié** des répondants n'ont **aucun compte** chez les **majors**



100 répondants (81% des questionnaires complets)

3. Analyses

Comptes fournisseurs (2/2)

Périmètre

123 réponses complètes, soit 37%
des disquaires interrogés

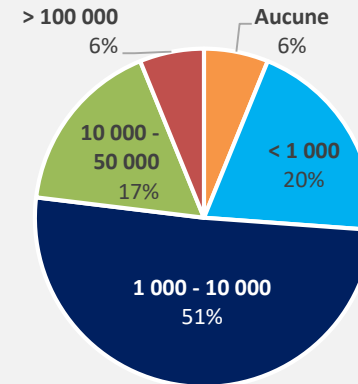
Direction générale
des médias et des
industries culturelles

- Pour **65%** des répondants, **l'ouverture d'un compte fournisseur est facile** ⁽¹⁾ .
- **64%** des répondants **n'ont pas de droit de retour auprès des fournisseurs** ⁽²⁾ .

⁽¹⁾ 102 répondants (83% des questionnaires complets)

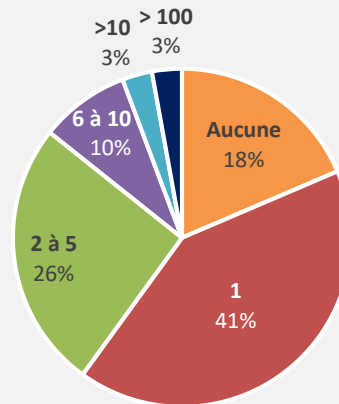
⁽²⁾ 95 répondants (77% des questionnaires complets)

- **1/2** des répondants **achètent entre 1 000 et 10 000 disques annuellement**



65 répondants (53% des questionnaires complets)

60% des répondants utilisent **moins d'une base de données**



73 répondants (59% des questionnaires complets)

3. Analyses

Approvisionnement

Périmètre

123 réponses complètes, soit 37%
des disquaires interrogés

Direction générale
des médias et des
industries culturelles

Poids des fournisseurs dans l'approvisionnement

	0	<25%	25% - 50%	50% - 75%	>75%	100%
Distributeurs indépendants ⁽¹⁾	18%	39%	22%	16%	5%	-
Labels ⁽²⁾	23%	52%	18%	5%	2%	-
Grossistes ⁽³⁾	35%	27%	22%	10%	4%	2%
Majors ⁽⁴⁾	44%	26%	21%	5%	5%	-
Importation ⁽⁵⁾	31%	41%	17%	8%	2%	-

⁽¹⁾ 93 répondants (76% des questionnaires complets)

⁽²⁾ 84 répondants (68% des questionnaires complets)

⁽³⁾ 82 répondants (67% des questionnaires complets)

⁽⁴⁾ 85 répondants (69% des questionnaires complets)

⁽⁵⁾ 83 répondants (67% des questionnaires complets)

Taux de satisfaction selon le type de fournisseurs

	Oui	Non	Non concerné
Distributeurs indépendants	69%	10%	21%
Labels	75%	1%	24%
Grossistes	49%	17%	33%
Majors	40%	22%	38%
Importation	40%	22%	38%

94 répondants (76% des questionnaires complets)

1. Recensement des disquaires
2. Questionnaire en ligne
3. Analyses
- 4. Entretiens**

1 Introduction

Durée : 10'

- **Quel est votre parcours personnel et professionnel ?**

→ *Motivations pour devenir disquaire, parcours professionnel et personnel, ...*

Informations à recueillir

→ *Aucune information en particulier*

2 Description de l'activité

Durée : 30'

- **Quels sont les points forts du magasin et comment les amplifier ?**

→ *Offre (genre, autres activités, ...), emplacement, relations avec les fournisseurs, connaissances en gestion, outils, ...*

- **Quelles sont les principales difficultés rencontrées et comment y remédier ?**

→ *Gestion au quotidien (outils, formations,...), relation avec les banques, recherche de financement, approvisionnement, transition numérique, concurrence, ...*

- **Quelle sont les relations avec les différents partenaires ?**

→ *Commande, accès à l'information, nouveautés, promotion des ventes, livraison, rapidité, ...*

- **Quelles sont les grandes tendances du marché et leurs impacts sur l'activité ?**

→ *Internet, GSS, nouveaux clients, fidélisation des clients, ...*

Informations à recueillir

→ *Superficie du magasin*

→ *Autres activités proposées*

→ *Evolution du modèle d'activité (part de vinyle, part d'occasion, genre proposé,...)*

→ *Ressenti sur la pression fiscale et les loyers*

→ *Compréhension des raisons de l'importation*

3

Dispositifs de soutien

Durée : 20'

- **Diagnostic sur les aides reçues**

→ ACCRE, CALIF, Aide à l'embauche, Aides à la création d'entreprise, Aides régionales, ...

- **Proposition de dispositifs :**

→ Modernisation des outils, aide à la transition numérique, formation, code NAF, ...

Informations à recueillir

→ Nature des dispositifs pertinents

NB : les dispositifs d'aides et les pistes d'amélioration pourront être abordés avec les points forts / difficultés