

Communiqué de presse

Paris, le 17 avril 2025



## Lieux de commerce : quand le loisir redessine l'expérience client

*Le SIEC 2025 décrypte les grandes tendances et enjeux du secteur*

Face aux mutations profondes de l'immobilier commercial, le SIEC 2025 s'impose comme l'événement incontournable pour comprendre et anticiper ces transformations. Sous le thème "Rassembler", cette édition propose une immersion dans les dynamiques du commerce, avec un focus sur l'expérience client, l'intégration du digital et l'essor du loisir. En avant-première, le [Cahier de tendances](#) du SIEC dévoile les innovations majeures de 2025.

### Les lieux de commerce : un vecteur de lien social et d'émotions

#### Des nouveaux espaces de vie et d'émotions

Aujourd'hui, les lieux de commerce sont bien plus que des espaces de consommation. Ils sont devenus des lieux essentiels pour la socialisation et l'animation des territoires, répondant ainsi à un besoin de reconnecter les individus dans un monde de plus en plus digitalisé. Ils deviennent des lieux de vie et d'interaction sociale, où les visiteurs viennent pour consommer mais aussi pour partager des moments collectifs.

L'évolution repose sur des espaces de convivialité repensés pour favoriser les échanges, des événements encourageant le partage et des aménagements facilitant les rencontres intergénérationnelles et multiculturelles.

**Pour Arnaud Gallet, Directeur du Siec :** « *Le commerce joue un rôle essentiel dans la création de lien social et la dynamisation des territoires. Les lieux de commerce sont plus que de simples lieux d'achat : ils sont des espaces de rencontres, d'échange et de convivialité.* »

**Christophe Noël, Délégué Général de la FACT, poursuit :** « *Les lieux qui abritent du commerce sont également une réponse à la montée de la virtualité dans nos vies quotidiennes. Contrairement aux réseaux sociaux, qui créent des bulles d'opinion et d'appartenance homogènes, les sites commerciaux restent des espaces de mixité, où se croisent des publics d'origines sociales et culturelles variées.* »

## Un modèle hybride : entre shopping, food et loisirs

Les lieux de commerce évoluent vers des **modèles hybrides mêlant retail, restauration et divertissement** pour répondre aux nouvelles attentes des consommateurs. **Le commerce traditionnel** reste au cœur de l'offre, **représentant l'essentiel des surfaces** des centres commerciaux en 2023, selon une étude de Businesscoot. Ce secteur se transforme avec des boutiques plus expérientielles et un personnel formé pour offrir un accompagnement personnalisé. **La restauration, qui peut représenter plus de 20 % des surfaces** dans certains centres urbains, devient un véritable pôle d'attractivité grâce à l'essor des food halls, des concepts culinaires innovants et des ateliers participatifs. Enfin, **le divertissement et la culture** s'imposent comme un levier d'engagement : d'après une étude de Xerfi, **78 % des consommateurs** attendent d'ici 2030 des expériences hybrides mêlant réalité augmentée, événements, espaces sociaux ou bien-être, contribuant à créer une expérience immersive et multisensorielle.

Ce modèle évolutif est soutenu par la digitalisation et l'émergence de nouveaux concepts. Grâce à la digitalisation, les espaces commerciaux deviennent plus interactifs et réactifs aux attentes des consommateurs, offrant ainsi des expériences uniques et personnalisées. **Guillaume Chene, Country Manager France de QubicaAMF, souligne** : « *La digitalisation et l'émergence de concepts hybrides transforment l'industrie des loisirs en centre commercial.* »

Ce développement d'une offre plus diversifiée renforce l'attachement des visiteurs aux centres commerciaux. Une étude McKinsey montre que ces environnements augmentent de 23 % le temps passé et de 17 % les dépenses des visiteurs.

Le loisir ne se limite pas à des expériences commerciales, il va bien au-delà en transformant les lieux de commerce en lieux de socialisation. **Christophe Noël, Délégué Général de la FACT, explique** : "Les centres commerciaux ne sont plus uniquement des lieux d'achat, mais des espaces de rencontre et de socialisation, où l'expérience client est un levier d'attractivité majeur."

Ces stratégies contribuent à l'attachement affectif des visiteurs aux centres commerciaux. Une étude menée par PwC montre que 59% des consommateurs estiment que l'émotion est un facteur clé dans leur décision d'achat. L'intégration de l'émotion dans l'expérience client, qu'il s'agisse de shopping, de restauration ou de loisirs, permet aux centres commerciaux de se distinguer et de créer un lien fort et durable avec leurs visiteurs, transformant ces lieux en véritables espaces de rencontre et de socialisation.

## Le SIEC 2025 : un laboratoire des tendances stratégiques

À l'heure où l'immobilier commercial est en pleine mutation, de nombreuses dynamiques redéfinissent le secteur et imposent de nouvelles stratégies aux acteurs du marché. Le Siec se positionne comme un véritable laboratoire d'innovations, offrant une vision à 360° des enjeux qui façonnent l'avenir du commerce.

**Lien vers les accréditations presse** : <https://badge.siec-online.com>

**À propos du Siec :** Le Siec, salon de la Fédération du Commerce et des Territoires, organisé par Comexposium est le rendez-vous international des espaces commerciaux. Cet événement business incontournable est attendu et reconnu par tous les acteurs français et européens de l'industrie. Il constitue un moment exceptionnel et unique, une rencontre annuelle pour repenser et mettre en œuvre un urbanisme commercial responsable.

**À propos de La Fédération des Acteurs du Commerce dans les Territoires (FACT) :** La Fédération des Acteurs du Commerce dans les Territoires (FACT - Ex-CNCC) réunit plus de 300 adhérents, spécialistes de l'immobilier commercial, principalement des propriétaires et des gestionnaires de sites commerciaux de tous types : centres commerciaux, retail parks, villages de marques, commerces de centre-ville, gares...

La Fédération a pour mission de promouvoir toutes les formes de commerces, de transformer et d'animer la ville et d'accompagner ses adhérents dans la transition écologique. Elle propose depuis 2023, en partenariat avec des acteurs majeurs de l'analyse des flux et des données, un panel d'indicateurs uniques pour évaluer les flux de fréquentation des sites commerciaux, l'activité dans les centres commerciaux et l'évolution des dépenses de consommation des Français.

**À propos de Comexposium :** Le Groupe Comexposium est l'un des leaders mondiaux de l'organisation d'événements et de l'animation de communautés autour de leur business et de leurs passions. Comexposium organise plus de 150 événements professionnels et grand public, mettant en relation 48 000 exposants et 3,5 millions de visiteurs, 365 jours par an. Créateur d'expériences et de rencontres entre les individus, Comexposium organise, dans le secteur du retail, les événements NRF 2025 Retail's Big Show Europe, Siec, One to One Expérience Client, One to One Retail E-commerce et One to One B.Better en Europe, NRF Retail's Big Show Asia Pacific, iMédia et AdTech en Asie-Pacifique et plusieurs salons de la Franchise aux Etats-Unis et au Mexique. [www.comexposium.com](http://www.comexposium.com).

**Le salon Siec** est un produit de la Fédération des Acteurs du Commerce dans les Territoires (FACT), l'organisation professionnelle française fédérant les acteurs participant à la promotion et au développement des sites commerciaux : promoteurs, propriétaires, gestionnaires, enseignes, prestataires et groupements de commerçants

Un salon de la Fédération des Acteurs du Commerce dans les Territoires organisé par

**COMEXPOSIUM**



**Contact presse :**

Agence Open2Europe - Camille Iparraguirre & Tessa Savin - [siec@open2europe.com](mailto:siec@open2europe.com)