



## → Bilan des soldes d'hiver 2008 à J+5

*Commerces traditionnels ou enseignes nationales: deux perceptions du phénomène solde*

Marseille, le 22 Janvier 2008

**Jean-Marc Avram, Vice-Président de la CCI Marseille Provence en charge du commerce, a présenté mardi 22 Janvier 2008, les résultats d'une étude de la CCI Marseille Provence auprès des commerçants du territoire sur le bilan des 5 premiers jours de soldes d'hiver 2008.**

*\* enquête réalisée par téléphone les 14 et 15 janvier 2008 auprès d'un échantillon représentatif selon la méthode des quotas (Branches d'activités, localisation en centre ville et dans les centres commerciaux périphériques) de 500 commerces pratiquant les soldes sur l'ensemble du territoire de la CCI Marseille Provence.*

### OBJECTIFS

---

Cette étude, réalisée par **le Centre Ressources Economiques** de la CCI Marseille Provence permet de dresser un bilan des soldes d'hiver 2008 à J+5. **Elle a été effectuée sur un échantillonnage modifié puisque les commerçants des centres commerciaux périphériques ont été pour la première fois interrogés.**

Objectifs :

- Mesurer la satisfaction globale des commerçants au cours de la première semaine des soldes : évolution de la fréquentation des commerces, évolution du CA par rapport aux soldes d'hiver 2007 ;
- Connaître l'opinion des commerçants quant à la durée, à la date de démarrage choisie et à la multiplication des périodes de soldes ;
- Apprécier l'impact des nouvelles formes de démarques (ventes privées, soldes sur Internet) sur le CA réalisé lors des soldes des commerces « traditionnels ».

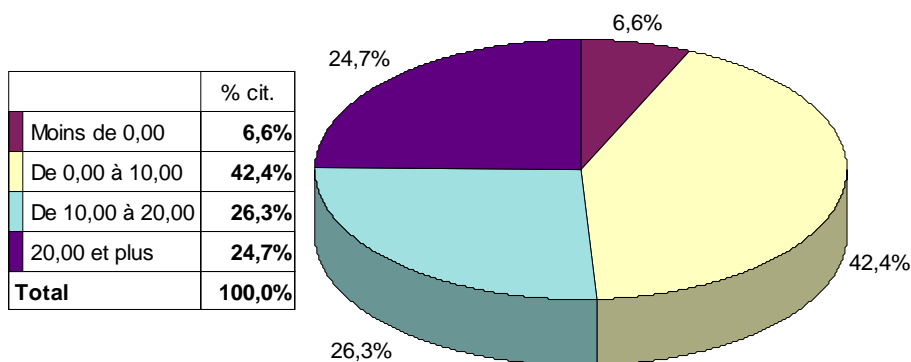
**Synthèse générale : L'implantation territoriale du commerce n'a pas d'incidence sur les résultats de l'étude.** Plus que la localisation géographique, en centre-ville ou en centre commercial périphérique, **c'est l'appartenance des commerces à une enseigne nationale et le secteur d'activité qui expliquent le plus souvent les différences significatives constatées dans l'enquête soldes d'hiver 2008.**



**94% DES COMMERÇANTS DECLARENT UN CHIFFRE D'AFFAIRE EN PROGRESSION PAR RAPPORT A 2007**

**Environ 50 % des commerçants connaissent une progression du chiffre d'affaire supérieure à 10% par rapport aux soldes d'hiver 2007.**

Quel est le % de variation du CA ?

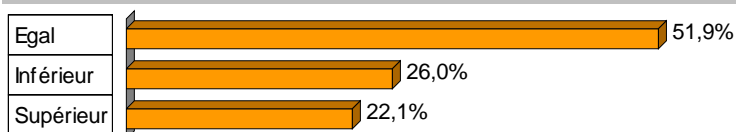


→ **Evolution du chiffre d'affaires** : avantage aux centres commerciaux périphériques qui sont les moins nombreux à déclarer un chiffre d'affaire inférieur aux soldes d'hiver 2007 ;

→ **L'équipement de la personne est en plus forte progression.**

**Cette augmentation du chiffre d'affaire peut être notamment attribuée à l'état des stocks saisonniers.** 74% déclarent un stock équivalent ou supérieur par rapport à l'hiver dernier quelle que soit la localisation du commerce et son type (enseigne ou non)

Evolution du stock d'hiver 2008 avant le démarrage des soldes ?  
(par rapport au stock hiver 2007)

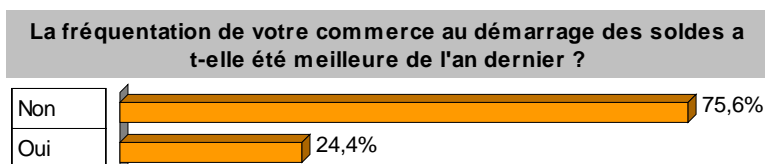


Dans le secteur de l'équipement de la personne, les stocks sont plus souvent supérieurs. A l'inverse, dans le secteur de l'équipement de la maison, les stocks sont significativement stables.



## UNE PERCEPTION DE LA FREQUENTATION MOINS BONNE QU'EN 2007

Malgré une hausse de leur chiffre d'affaire, près des ¾ des commerçants interrogés déclarent une fréquentation moins bonne qu'en 2007.



L'appartenance à une enseigne nationale et la localisation du commerce n'ont pas d'incidence sur la fréquentation. Le secteur d'activité reste par contre discriminant :

- > Equipement de la personne : 30% des commerces déclarent une meilleure fréquentation qu'en 2007
- > Equipement de la maison : 17 % des commerces déclarent une meilleure fréquentation qu'en 2007, soit en baisse par rapport à 2007.

**L'indicateur déclaratif de la fréquentation est en baisse constante depuis 2006 (40% bonne à très bonne en 2006, 32% en 2007 et 24,4% en 2008). Il ne s'agit pas d'une baisse de l'engouement des consommateurs mais de l'émergence de nouvelles concurrences : internet et ventes privées.**

### COMMERCE ELECTRONIQUE ET VENTE PRIVEES : DES CONCURRENTS SERIEUX

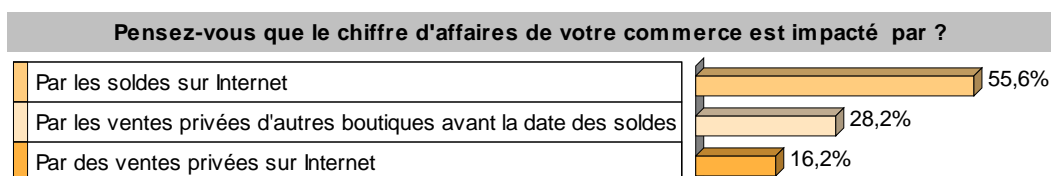
#### → **LES VENTES PRIVEES : UN PHENOMENE EN PROGRESSION**

**Les ventes privées sont un phénomène en progression puisque 20% des commerces interrogés déclarent en proposer à leur clientèle cette année contre 18,5% l'an dernier..**

Cette tendance est plus affirmée dans les enseignes nationales (26% contre 16% pour les indépendants). Les ventes privées constituent une pratique récente : environ 40% des commerces interrogés les pratiquent depuis 2006. **On ne constate pas de différence significative selon la localisation du commerce, son appartenance à une enseigne ou encore son secteur d'activité.**

#### → **LES COMMERCANTS JUGENT LE COMMERCE ELECTRONIQUE COMME UNE NOUVELLE MENACE CONCURENTIELLE**

Globalement dans les nouvelles formes de commerce ce sont les soldes et les ventes privées sur internet qui sont le plus redoutées (72% d'impact sur le CA).



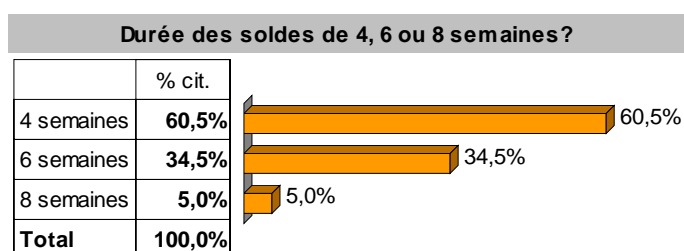


**Ces nouvelles formes de vente et de démarque menacent plus les formes de commerces traditionnels (oui à 43%) que les enseignes nationales (oui à 34%), qui sont souvent présentes sur internet en vente par correspondance (complémentarité).**

On ne constate pas de différence selon la localisation du commerce.

**DUREE, PERIODE, DEMARRAGE DES SOLDES ET OUVERTURE LE DIMANCHE : DES INDICATEURS STABLES**

→ **6 COMMERCANTS SUR 10 FAVORABLES A UNE DUREE DES SOLDES DE 4 SEMAINES**

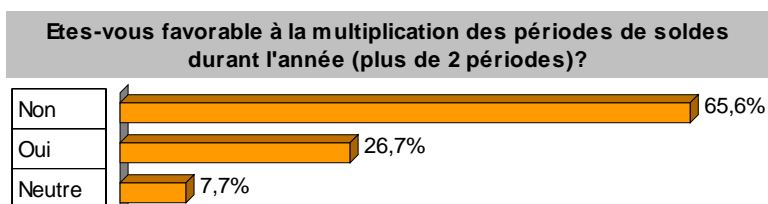


**Plus de la majorité des commerces est défavorable à 6 semaines de soldes quels que soient leur activité, leur localisation, et le type de commerce : Enseigne nationale ou pas.**

#### ◆ Tendances

Pour rappel, ils étaient 54,6% en 2007 à être défavorables à 6 semaine de soldes, et 57% en 2006 à s'être prononcés contre l'allongement des soldes lors de l'étude « Soldes d'hiver 2006 » réalisée auprès des seuls commerçants de l'hyper-centre de Marseille.

→ **CONTRE LA MULTIPLICATION DES PERIODES DE SOLDES**



**Cette année encore, la majorité des commerçants se prononce contre la multiplication de la période des soldes.**

En 2006 et en 2007 près de 8 commerces sur 10 étaient défavorables à la multiplication de la période des soldes quels que soient leur activité, leur localisation, et le type de commerce (enseigne nationale ou commerce indépendant traditionnel).

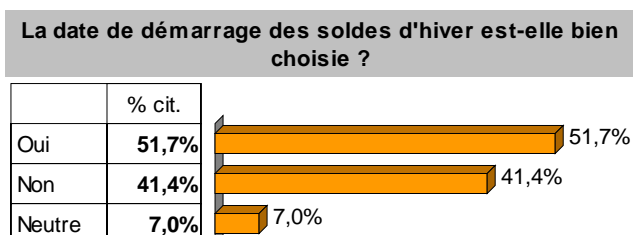
→ **Même si 2/3 des commerçants souhaitent conserver le système actuel de deux périodes de soldes dans l'année quelle que soit leur localisation, les enseignes nationales sont sensiblement**



plus favorables à la multiplication des périodes de soldes **que les commerçants indépendants traditionnels.**

→ **Le secteur d'activité le moins favorable à la multiplication des périodes de soldes** est l'équipement de la personne (oui à 22%). Cette réponse est cohérente avec le fait que ce secteur est celui qui enregistre une plus grande progression du chiffre d'affaire et une meilleure fréquentation. **Les soldes « saisonnières » représentent les meilleures opérations commerciales de l'année. Une multiplication des périodes nuit à l'impact événementiel des soldes.**

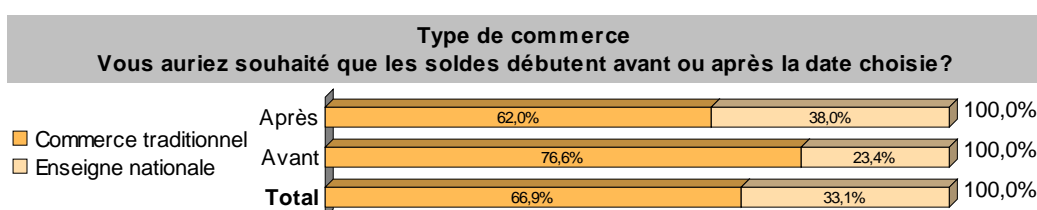
→ **OPINION UNANIME SUR LA DATE DE DEBUT DES SOLDES**



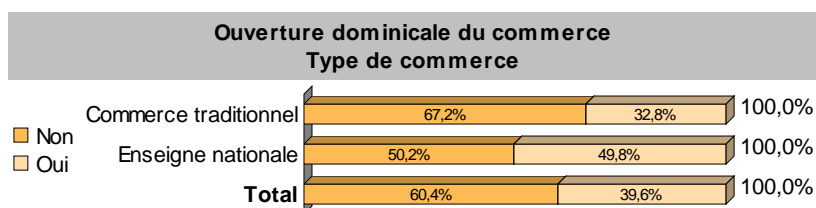
**En 2007, 48,4% des commerçants étaient favorables à la date choisie (contre 46,2% en 2006).**

Concernant la date, les commerçants appartenant aux enseignes nationales sont plus souvent d'accord avec la date choisie (60% contre 46% pour les commerçants indépendants traditionnels).

→ **Démarrage des soldes d'hiver 2008 : trop tôt pour les enseignes nationales, trop tard pour les commerçants traditionnels.** Les commerçants non satisfaits par la date choisie auraient préféré un démarrage plus tardif surtout les enseignes nationales alors que les commerçants indépendants traditionnels se prononcent davantage pour un démarrage antérieur.



→ Plus d'enseignes nationales ouvertes le premier dimanche des soldes (le 13/01/2008) et près de 70% des commerçants traditionnels fermés.





Une plus grande tendance à l'ouverture dominicale le 13/01 dans les commerces d'équipement de la personne (54,3%) et une moindre tendance dans l'équipement de la maison (13,2%).

En synthèse, ces indicateurs révèlent une différence de conception entre les commerçants traditionnels et les enseignes nationales. Ces dernières sont globalement plus favorables à la multiplication des périodes de soldes, préféreraient commencer plus tard et sont ouvertes le premier dimanche des soldes.

**Les tendances s'expliquent par la force de l'appartenance à un réseau national. Les soldes sont préparées, organisées et les commerces élargissent leurs plages d'ouverture. Une communication adaptée est mise en œuvre. En regard les commerçants traditionnels ne disposent pas de ces facilités.**

**L'adhésion à une association de commerçant est un des moyens pour arriver à fédérer les commerces et à préparer les différents évènements commerciaux de l'année, dont les soldes.**

*Contacts presse CCI Marseille Provence :*

*Caroline Fusella – Tél. 04.91.39. 33. 29 – 06.30.38.37.42 - caroline.fusella@ccimp.com*

*Stéphanie Gaudreault - 04.91.39.34.06 – stephanie.gaudreault@ccimp.com*