



P01

Vr 1 19/07/2007

→ Ressources économiques

MARSEILLE PROVENCE
CHAMBRE COMMERCE ET INDUSTRIE



BILAN DES SOLDES D'ETE 2007





→ Synthèse par thème

>Les commerçants sont satisfaits par le démarrage des soldes d'été 2007.

Leur chiffre d'affaires est supérieur ou égal pour plus des 2/3 des commerçants par rapport à la même période l'année dernière.

>A la deuxième semaine des soldes; 72,5 % des commerçants appliquent leur première démarque

> Des ouvertures dominicale et nocturne peu suivies

Comme en 2006, une petite partie des commerces ont ouvert le dimanche (environ 20%) et surtout dans les grands centres-villes (Aix et Marseille)

>Les commerçants sont unanimement contre une durée des soldes portée à 6 semaines, les dates des soldes d'été 2007 et la multiplication des durées des soldes

>Toujours plus de ventes privées avant soldes

>Les commerçants marseillais attendent peu de la coupe du monde de Rugby mais beaucoup du Tramway.

>Les commerçants aixois sont attentifs à l'ouverture du nouveau centre commercial « Les allées provençales ».

>Les commerçants salonnais plébiscitent « La boutique »

>Les commerçants d'Aubagne connaissent encore peu le site Internet de l'association des commerçants www.boutiquesdaubagne.com



→ Rappels des objectifs et de la méthode

> Objectifs de l'enquête

- Dresser un bilan des soldes d'été 2007 (qui se déroulent du mercredi 04 juillet 2007 au mardi 14 août inclus) :
- > Mesurer la satisfaction globale des commerçants après la première semaine de soldes : évolution de la fréquentation des commerces, évolution du CA enregistré cette année par rapport à l'an dernier,
 - > Connaître l'opinion des commerçants quant à la durée, à la date de démarrage choisie et à la multiplication des périodes de soldes,
 - > Consulter les commerçants en vue de leur participation à un panel.
 - > Sonder les commerçants quant à leur capacité d'adaptation et de préparation à la tenue d'événement monde, en l'occurrence la coupe du monde de Rugby qui se déroulera à Marseille du 8 septembre au 7 octobre 2007.

> Méthode

- > Enquête réalisée par téléphone entre le 11 et le 17 juillet 2007 auprès d'un échantillon de 440 commerces pratiquant les soldes des branches équipement de la personne, équipement de la maison, culture & loisirs, hygiène et soins personnels et grands magasins, localisés dans les centres-villes de Marseille (hyper centre), Aix-en-Provence, Salon-de-Provence et Aubagne.
- > Parallèlement, nous avons sollicité quelques responsables des centres commerciaux.



→ Chiffre d'affaires supérieur ou égal aux soldes d'été 2006 pour plus des 2/3 des commerçants

>A la deuxième semaine des soldes, 42,2 % des commerçants déclarent réaliser un chiffre d'affaire équivalent à celui de l'année passé à la même période.

34% des commerçants Aixois déclarent un chiffre d'affaires en hausse tandis que que 60% des commerçants de Salon déclarent un CA est inchangé.

Egal	42,2%
Inférieur	32,7%
Supérieur	25,1%

>S'agissant des commerçants qui déclarent une baisse de chiffre d'affaires, la baisse moyenne est de 17,3%

>Pour les commerçants qui déclarent une hausse de chiffre d'affaires, l'augmentation moyenne est de 12,7%



→ Les soldes en France

> Pour les consommateurs, les soldes sont « importants » dans la mode et l'habillement

Neuf secteurs d'activité sont actuellement concernés par les soldes: habillement, chaussure, maroquinerie, horlogerie bijouterie, articles de sport, meubles, équipement du foyer, électroménager et aménagement de l'habitat et tous ne sont pas identiquement touchés par le phénomène des soldes.

Les secteurs de l'habillement et de la chaussure sont les plus concernés par les soldes.

Une part non négligeable des achats est réalisée durant les soldes concernant des articles non soldés.

La majeure partie des ventes est réalisée dans les tous premiers jours des soldes.

Maroquinerie et articles de voyages: La progression des ventes est moins importante pendant les soldes que pendant les fêtes de fin d'année (des produits que l'on achète pour autrui plus que pour soi même)

Les articles de sport: Ils sont de plus en plus achetés en soldes (le poids des soldes dans le CA est en hausse)

Le panier moyen des français durant les soldes d'été est de 109€ (tous secteurs confondus)

> Pour les commerçants, deux effets indirects à prendre en compte pendant les soldes,

En complément des motivations générales des commerçants à faire des soldes, essentiellement pour déstocker avant la mise en rayon d'une nouvelle collection, la pratique des soldes engendre deux effets indirects pour les commerçants:

> Le premier, négatif est un **effet de report des achats**.

Certains achats auraient pu avoir lieu à un autre moment de l'année au prix d'origine ou dans le cadre d'autres promotions.

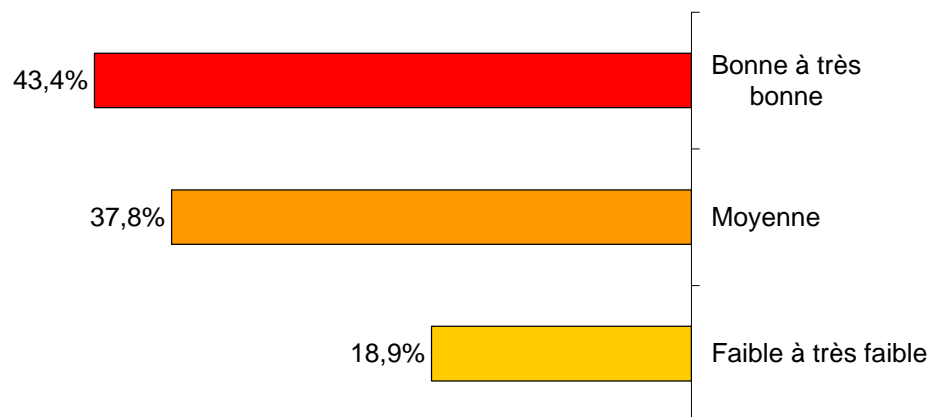
> Le second, positif est un **effet d'aubaine** pour les commerçants.

Les consommateurs attirés par des prix cassés peuvent être attirés par des articles non soldés. Il s'agit d'achats liés aux soldes car ce sont eux qui ont provoqué la visite dans la boutique.



→ Appréciation de la fréquentation

Fréquentation
Appréciation des commerçants durant la 2^{ème} semaine des soldes d'été 2007



>Globalement les commerçants sont satisfaits de la fréquentation : plus de 4 commerçants sur 10 considèrent la fréquentation de leur commerce bonne ou très bonne.

Pour rappel; la fréquentation à j+10 des soldes d'été 2006 était bonne ou très bonne pour une proportion plus faible de commerçants (31,6%) et moyenne pour une part plus élevée (46,6%).

Pour rappel, la fréquentation à j+9 des soldes d'hiver 2007 était bonne ou très bonne pour 31,8% des commerçants, très faible à faible pour 28,8% d'entre eux.

> Ce sont les commerçants salonnais (53,3%) qui sont les plus satisfaits de la fréquentation de leurs commerces devant les aixois (47,7%).

>Les commerçants d'Aubagne jugent plus souvent la fréquentation faible à très faible (22,2%)



→ Niveau de démarque

Première démarque	72,5%
Deuxième démarque	24,8%
Troisième démarque	2,8%

>A la deuxième semaine des soldes, 72,5 % des commerçants proposent toujours leur première démarque

Les commerçants Aixois y sont plus nombreux (79,5%) alors que les commerçants de Salon proposent plus souvent une deuxième démarque (37,5%)

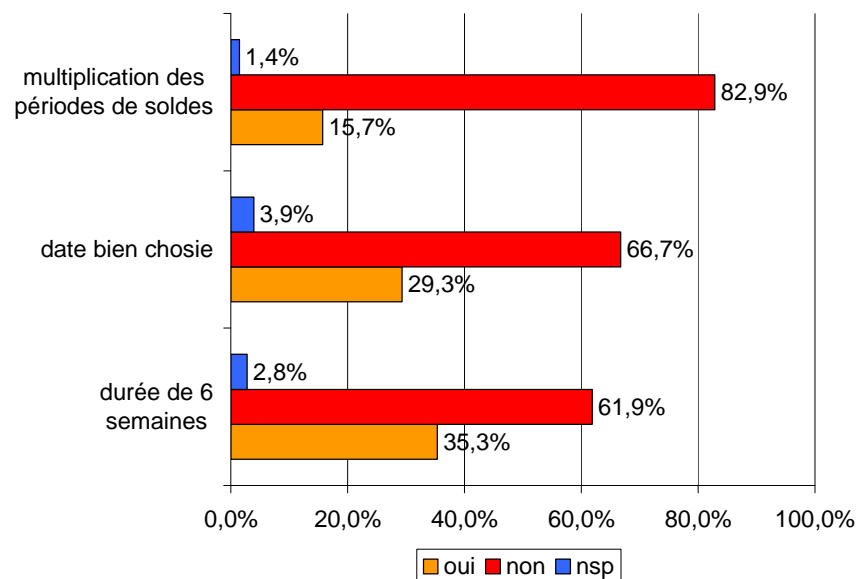
>Le taux de ristourne moyen est inférieur à 50%, il est compris entre 30 et 40%.

Ce sont les commerçants de Salon qui pratiquent les rabais les plus importants.

Cependant les disparités sont très importantes entre les commerces.



→ Date, durée et multiplication des périodes de soldes



>Plus 8 commerçants sur 10 défavorables à une multiplication des périodes de soldes

Opinion très tranchée sur le nombre de périodes de soldes: peu de commerçants ne se prononcent pas.

>2/3 des commerçants sont défavorables au démarrage le 04 juillet.

Près de 3 commerçants sur 10 demeurent satisfaits de ce calendrier.

En 2006, 51.2% des commerçants étaient défavorables à la date choisie.

> Une durée de 6 semaines des soldes qui ne satisfait que 35% des commerçants.

Des résultats cohérents avec l'enquête soldes de 2006 : les commerçants étaient favorables à hauteur de 61,9% aux soldes d'une durée de 4 semaines.



→ Soldes en France et en Europe

>Date des soldes dans les départements métropolitains

>Un démarrage le 27 juin dans la majorité des départements métropolitains.

>Des soldes plus tardives (du 4 juillet au 14 août) dans les départements plus touristiques du littoral dans les départements suivants : Alpes-de-Haute-Provence, Hautes-Alpes, Alpes-Maritimes, **Bouches-du-Rhône**, Charentes-Maritime, Hérault, Pyrénées Orientales, Var,

>Un démarrage encore plus tardif dans les deux départements Corses (du 11 juillet au 21 août)

>Les soldes en Europe

Les soldes sont encore strictement encadrés dans quelques pays européens, comme la France, l'Italie ou la Belgique, mais de plus en plus d'autres laissent les commerçants pratiquer les rabais qu'ils veulent. C'est le cas en Allemagne ou au Royaume-Uni.

Pays	Dates soldes été
Allemagne	Soldes non réglementées pas une loi
Royaume-Uni	Soldes non réglementées pas une loi
Belgique	du 1er juillet au 31 juillet
Espagne	Selon la région, entre le 1er juillet et le 31 août
France	Selon le département, 6 semaines entre juin et juillet.
Italie	Selon la région, normalement à partir du 7 juillet et pendant 30 jours
Pays-Bas	Normalement en Août
Portugal	du 7 aout au 30 septembre



→ Ouvertures dominicale et nocturne

> Les ouvertures en nocturne lors du premier jour des soldes ne concernent que les commerces marseillais (22,6% des commerçants interrogés)

Ce sont les mêmes commerces qui ont cumulé ouverture dominicale et ouverture en nocturne.

> Les ouvertures le premier dimanche des soldes (le 08/07) ne concernent que 18,2% des commerces, principalement aixois et marseillais (en 2006, 18,4% des commerces étaient ouverts)

22,6% des commerçants de Marseille et 17,5 % des commerçants d'Aix-en-Provence ont ouvert leur commerce le premier dimanche des soldes.



→ Les centres commerciaux

- > Jugent favorablement leur fréquentation au démarrage des soldes (première et deuxième semaine).
- > S'interrogent sur la pertinence de l'ouverture dominicale le premier dimanche des soldes d'été, principalement dans la périphérie de Marseille.
- > Un « effet tramway » semble déjà se faire ressentir dans le centre Bourse où l'on remarque une hausse des flux piétonniers grâce à l'arrêt Belsunce/Alcazar.



→ Les soldes, un phénomène qui s'essouffle?

Une récente étude du CREDOC (Centre de Recherche pour l'Étude et l'Observation des Conditions de Vie) montre que les soldes sont un rite social qui s'effrite : la pratique des soldes diminue depuis 1994. En 10 ans, la proportion de personnes déclarant attendre (toujours et parfois) les soldes pour effectuer des achats vestimentaires est passée de 72% à 62%.

>Ce tassement de la pratique des soldes est lié au **développement de formes de commerce low cost**: Ces formes de ventes, qui généralisent une culture du prix bas, en proposant en permanence des prix discount peuvent rendre moins attractives les périodes de soldes.

>Le **cyber-achat en plein développement pèse sur la fréquentation pendant la période des soldes**

Un internaute sur deux effectue ses achats sur le web générant ainsi 12 milliards d'euros de dépenses sur Internet en 2006 (un augmentation de 37% par rapport à 2005) (Source:FEVAD).

Parmi les sites Internet les plus visités, 6 sont des sites de discount.

Rang 2006T1	Site Internet e commerce	Visiteurs Uniques	Rang 2006T1	Site Internet e commerce	Visiteurs Uniques
1	eBay	11 045 000	9	Rue du Commerce	4 715 000
2	voyages-sncf	8 736 000	10	Alapage	4 647 000
3	Cdiscount	8 142 000	11	PIXmania	4 057 000
4	Fnac	7 836 000	12	vente-privée	3 685 000
5	La Redoute	7 394 000	13	Lastminute	3 681 000
6	Amazon	7 037 000	14	3 Suisses	3 522 000
7	Price Minister	6 367 000	15	Mistergooddeal	3 397 000
8	Camif	4 838 000			

Source : Médiamétrie//Net Ratings

Catégories créées spécialement pour la FEVAD-Panel France

En gras les sites en concurrence avec les secteurs pratiquant des soldes

>D'autre part, les soldes sont également présents sur Internet: toute l'année avec des promotions ou ventes privées sur des sites spécialisés mais aussi au moment des périodes de soldes (des rabais très importants sont constatés dans les sites de vente en ligne)



→ Les ventes privées et ventes en ligne : un phénomène qui se généralise.

>20,5 % des commerçants ont réalisé des ventes privées avant les soldes d'été 2007.

Hausse de 2 points de la pratique des ventes privées depuis les soldes d'hiver 2007.

Ils ont été plus nombreux à Salon-de-Provence (25%).

Parmi l'ensemble des commerçants déclarant réaliser des ventes privées avant soldes :

>18,8 % pratiquent des ventes privées pour la première fois en 2007.

>50% pratiquent des ventes privées depuis 2005,

>80% pratiquent des ventes privées depuis 2002.

>Parmi les commerçants qui ne pratiquent pas de ventes privées,

25% d'entre eux pensent que leur activité est impactée par les soldes privées de leur concurrents.

22% estiment que les soldes et ventes privées sur Internet ont un effet sur leur chiffre d'affaires.

19,3% estiment que les soldes dans les autres villes ont un effet sur leur chiffre d'affaires.

>Impact des ventes privées et des ventes sur Internet sur le chiffre d'affaires

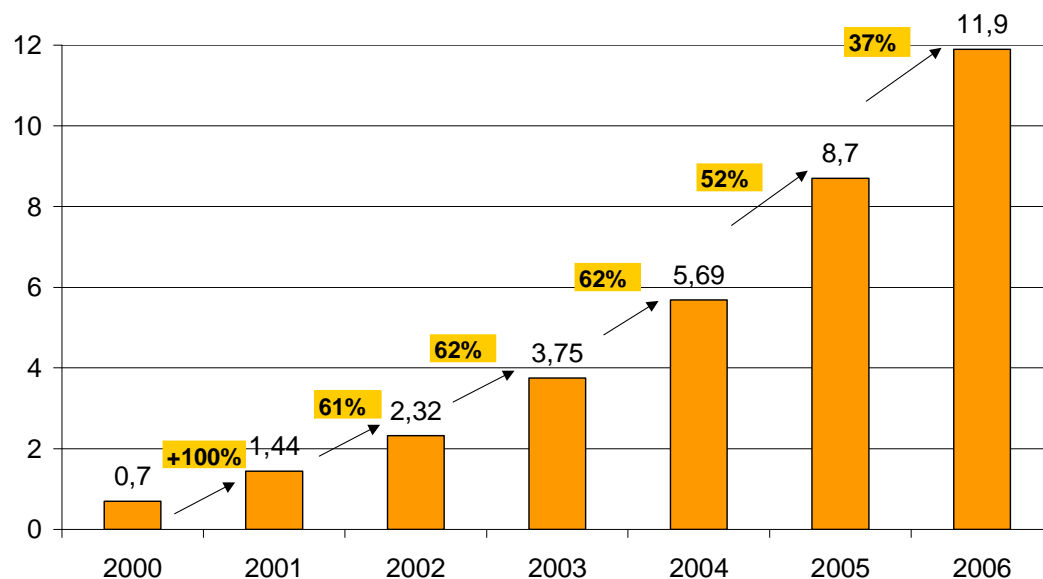
La moitié des commerçants interrogés ne pensent pas que ces formes de vente (privées ou Internet) aient un impact négatif sur leur chiffre d'affaires.

40% d'entre eux pensent qu'au contraire leur CA est impacté (à la baisse) par ces nouvelles pratiques de vente.



→ Soldes et ventes par Internet

Chiffre d'Affaires du e-commerce (en milliards d'euros)



Source: Fédération des Entreprises de Vente à Distance (FEVAD)

- > Concurrence dématérialisée, 24 heures sur 24 et 7 jours sur 7 et sans attendre les dates légales pour solder toute l'année
- > Actuellement création d'un nouveau site d'e-commerce toutes les heures - 6 000 nouveaux sites d'e-commerce en 2006
- > Les 15 sites d'e-commerce français les plus visités drainent plus de 80 % des internautes
- > Le montant du panier moyen est d'environ de 90 €



→ A Marseille, les commerçants attendent peu de la coupe du monde de Rugby

Coupe du Monde de Rugby	Impact positif	Part dans les commerces enquêtés
non	128	51,6%
oui	83	33,5%
nsp	37	14,9%

Préparations mises en œuvre par les commerçants pour la Coupe du Monde de Rugby	Nombre de citations
Achat d'articles liés à l'événement	10
Augmentation des stocks	7
Décoration spéciale du magasin	7
Recrutement de personnel	2
Campagne de publicité dans la presse	1
Modification des horaires d'ouverture (soirée, dimanche etc.)	1

Pas de préparations spécifiques	Nombre de citations
Mon activité ne s'y prête pas	140
Je n'y ai pas encore réfléchi	55
Autre précisez	28
Mon commerce est trop éloigné géographiquement	18

>Peu d'effet coupe du monde attendu

La moitié des commerçants pense que la Coupe du Monde de rugby n'aura pas d'impact sur leur chiffre d'affaires.

>Peu de commerçants marseillais préparent la venue de la Coupe du Monde

Ainsi, seuls 6,5% des commerçants (16) ont pris des dispositions particulières qui consistent essentiellement à des achats d'articles liés à l'événement.

>La majorité des commerçants marseillais n'a pris aucune disposition particulière

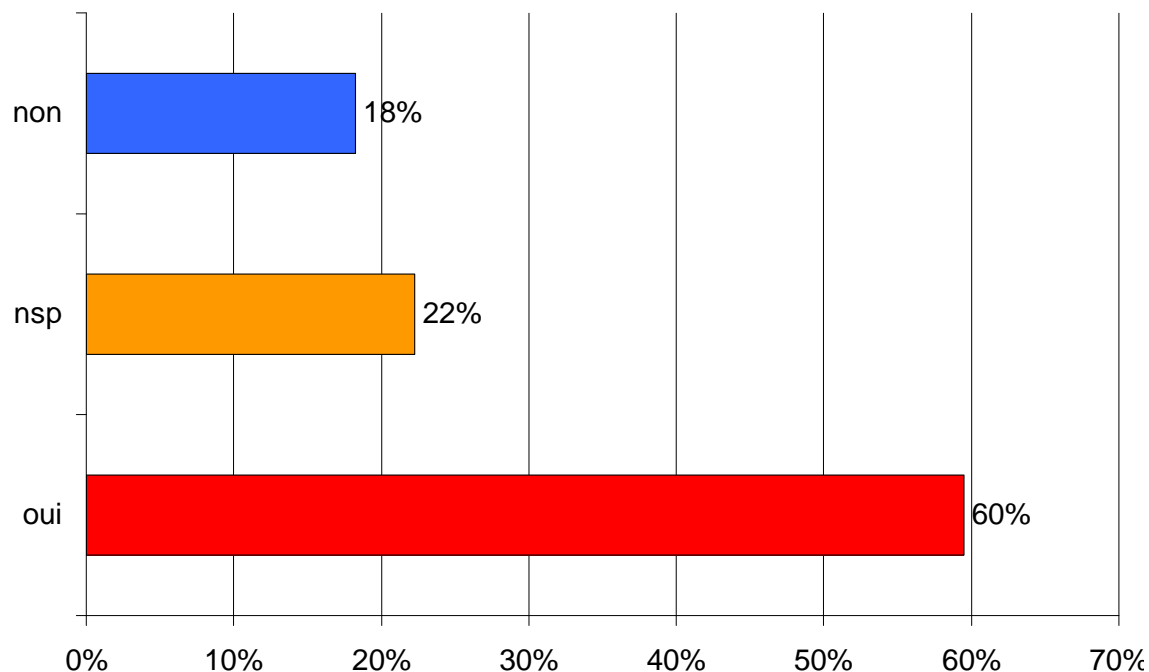
Parmi les commerçants qui n'ont pris aucune disposition particulière (232) c'est d'abord parce qu'ils pensent que leur activité a peu de rapport avec le Rugby, ensuite parce qu'ils n'y ont pas réfléchi ou encore parce que les décisions sont prises par le siège pour les enseignes nationales.



→ A Marseille, le tramway devrait booster le commerce

>Pensez-vous que la mise en circulation du tramway aura un effet bénéfique sur la fréquentation des commerces du centre ville?

Effets bénéfiques du tramway sur la fréquentation des commerces du centre-ville de Marseille?



> Inauguration du tramway le 30/06/2007

> Début des soldes le 04/07/2007

>Les commerçants et les consommateurs marseillais accueillent favorablement la première ligne de tramway.

Les commerçants interrogés pensent que ce nouveau mode de transport urbain aura un effet positif sur les commerces de centre ville.

Cet « effet tramway » semble déjà se faire ressentir sur l'activité dans le centre Bourse (arrêt Belsunce/Alcazar)



→ A Salon de Provence, le bon accueil de « La boutique »

>Le 15 mars dernier la CCIMP a ouvert à Salon en partenariat avec la Chambre de Métiers un nouvel espace qui s'adresse aux commerçants « La Boutique » qui est localisée cours Gimmon. Cette boutique, qui offre un panel de services décentralisés et qui permet de faciliter les échanges entre les commerçants est **accueillie très favorablement par les commerçants du centre ville de Salon.**

Elle bénéficie en outre d'**un fort taux de notoriété** puisque la quasi totalité des commerçants interrogés connaissent « La boutique »

Connaissance de "La Boutique"	Nombre de citations	Part dans les commerces enquêtés
non	3	7%
oui	40	93%
<i>dont favorable</i>	36	90%
<i>dont défavorable ou aucun avis</i>	4	10%



→ A Aix-en-Provence, des commerçants attentifs suite à l'ouverture des Allées Provençales

>Concurrence accrue ou augmentation de l'offre de commerces?

Avec l'arrivée de nouvelles enseignes nationales, le débat est loin d'être tranché puisque exactement la moitié des commerçants du centre-ville d'Aix-en-Provence pense que le nouveau centre commercial urbain qui a ouvert dans le quartier Sextius-Mirabeau à Aix en Provence en avril 2007 aura un impact négatif sur leur activité.

Les allées provençales ont-elles un impact sur votre activité?	Nombre de citations	Part dans les commerces enquêtés
oui, cet impact est négatif	52	50%
oui, cet impact est positif	11	11%
non, pas d'impact	36	35%
nsp	4	4%



→ A Aubagne, peu de commerçants connaissent le site de l'association des commerçants d'Aubagne.

>La ville d'Aubagne, le Région PACA et la CCIMP sont les partenaires d'un site Internet qui permet de localiser les commerces par quartier. Malgré la convivialité de cet outil qui utilise la technologie « Flash » et permet de naviguer par quartier, puis dans les rues de la ville, les commerçants du centre-ville connaissent encore peu cet outil, destiné il est vrai aux consommateurs.

Connaissance boutiquesdaubagne.com	Nombre de citations	Part dans les commerces enquêtés
non	23	58%
oui	17	43%
Total	40	100%



→ Près de 300 commerçants disposés à intégrer un panel

> 68,2% des commerçants interrogés sont disposés à participer à un panel, c'est à dire un groupe de commerçants interrogé deux fois par an au moment des soldes sur ses opinions et attitudes.

Ce panel serait actuellement composé de :

>220 commerces de l'équipement de la personne

>43 commerces du secteur de l'équipement de la maison

>33 autres commerces (culture et loisir et hygiène et soins du corps)

Avec la répartition suivante pour les centres-ville enquêtés:

Panel	Nombre de commerçants désireux de participer à un panel	Part dans les commerces enquêtés
Marseille	164	66,1%
Aix-en-Provence	70	68,0%
Salon-de-Provence	32	74,4%
Aubagne	30	75,0%
Ensemble	296	68,2%



> Questionnaire/tronc commun

Soldes et Chiffre d'affaires

1-Les soldes ont débuté depuis ... jours. Comment qualifiez-vous la fréquentation de votre commerce ?

- Très bonne
 Bonne
 Moyenne
 Faible
 Très faible

2-A quelle démarque en êtes-vous ?

- 1^{ère} démarque
 2^{ème} démarque
 3^{ème} démarque

3-Quel est actuellement le % de votre ristourne (en moyenne sur le magasin) ?

4-Concernant votre CA dû aux soldes, diriez vous qu'il est :

- Supérieur
 Inférieur
 Égal à celui enregistré lors des soldes d'été 2006 ?

5-Si le CA lié aux soldes est différent, à combien estimez-vous sa variation en % ?

État des stocks

6-Votre stock d'été 2007 avant le démarrage des soldes est-il ?

- Supérieur Inférieur Égal à celui de l'an dernier au même moment ?

Date et durée des soldes

7-Êtes-vous favorable à la multiplication des périodes de soldes durant l'année (plus de 2 périodes) ?

- Oui
 Non
 Neutre
 NSP

8-La date de démarrage des soldes d'été est-elle bien choisie ?

- Oui
 Non
 Neutre
 NSP

9-Êtes-vous favorable à une durée des soldes de 6 semaines ?

- Oui
 Non
 Neutre
 NSP

10- Avez-vous ouvert votre commerce en nocturne le premier jour des soldes ?

- Oui
 Non

11-Avez-vous ouvert votre commerce le dimanche 08/07/2007 ?

- Oui
 Non

Ventes privées

12- Avez-vous réalisé des ventes privées ?

- Oui
 Non

Si Oui

12 bis) Depuis quand pratiquez-vous des ventes privées ?

12 ter) Année :

Si Non

12bis) Pensez-vous que le chiffre d'affaires de votre commerce est impacté :

- Par les ventes privées d'autres boutiques avant la date des soldes
 Par les soldes et ventes privées sur Internet
 Par les soldes dans d'autres villes de France (Paris ou autres)

13-Ces formes de ventes (Internet et ventes privées) ont-elles selon vous des conséquences négatives sur votre CA pendant la période de soldes ?

- Oui
 Non
 NSP



P22

> Questionnaire spécifique

Marseille : Coupe du monde de Rugby

La ville de Marseille accueille des matches de la Coupe du Monde de Rugby en septembre 2007, pensez-vous que cet événement aura un impact positif sur votre chiffre d'affaires ?

- Oui
- Non
- NSP

14- La ville de Marseille accueille des matches de la Coupe du Monde de Rugby en septembre 2007, avez-vous pris des dispositions particulières pour préparer cet événement ?

- Oui
- Non

Si oui, quelles sont les préparations mises en œuvre ? (plusieurs réponses possibles)

- Achat d'articles liés à l'événement
- Décoration spéciale du magasin
- Augmentation des stocks
- Modification des horaires d'ouverture (soirée, dimanche etc.)
- Autre précisez

Si non, pourquoi ? (plusieurs réponses possibles)

- Mon activité ne s'y prête pas
- Je n'y ai pas encore réfléchi
- Mon commerce est trop éloigné géographiquement
- Autre précisez

Marseille : tramway

15-Pensez-vous que la mise en circulation du tramway aura un effet bénéfique sur la fréquentation des commerces du centre-ville?

- Oui
- Non
- NSP

Aix-en-Provence : Les allées provençales

Depuis avril 2007, le nouveau centre commercial du centre ville " les allées provençales " a ouvert dans le quartier Sextius-Mirabeau. Pensez-vous que l'arrivée de ces enseignes a un impact sur votre activité ?

- Oui
- Non
- NSP

Si oui, vous jugez l'impact sur votre CA :

- Positif
- Négatif

Salon : La boutique CCIMP/CMA

Le 15 mars dernier, la CCIMP en partenariat avec la Chambre de Métiers, a ouvert un nouvel espace qui s'adresse aux commerçants : " La boutique " (cours Gimmon à Salon) qui offre un panel de services décentralisés et permet de faciliter les échanges entre les commerçants. Connaissez-vous cette " boutique " ?

- Oui
- Non

Si Oui, comment accueillez-vous cette initiative ?

- Favorablement
- Défavorablement
- Je n'ai pas d'avis

Aubagne : cartographie du CV d'Aubagne

La ville d'Aubagne, la Région PACA et la CCIMP sont les partenaires d'un site Internet " les boutiques d'Aubagne " qui permet de localiser les commerces par quartier. Avez-vous entendu parler de ce site ?

- Oui
- Non

Seriez-vous disposé à participer à un panel de commerçants ? (c'est à dire un groupe de commerçants interrogé deux fois par an, au moment des soldes sur ses opinions ou attitudes).

- Oui
- Non



→ Bibliographie et sources

- > Fédération des entreprises de vente à distance (FEVAD). Chiffres clés 2005 et 2006 vente à distance e-commerce
- > Médiamétrie / Net rating. Bilan du e-commerce français.
- > Centre de Recherche pour l'Étude et l'Observation des Conditions de Vie (CREDOC). Les Soldes ; un rite social qui s'effrite, un impact économique difficile à mesure, février 2006.
- > IPSOS, L'image des soldes en Europe
- > European Consumer Center-Soldes en Europe.