



## → Bilan des soldes d'hiver 2007 à J+10

*Fréquentation à la baisse, tendances sectorielles confirmées, et nouvelles concurrences.*

Marseille, le 1<sup>er</sup> février 2007

**Jean-Marc Avram, Vice-Président de la CCI Marseille Provence en charge du commerce, a présenté jeudi 1<sup>er</sup> février les résultats d'une étude de la CCI Marseille Provence auprès des commerçants du territoire sur le bilan des 10 premiers jours de soldes d'hiver 2007.**

*\* enquête réalisée par téléphone auprès d'un échantillon représentatif selon la méthode des quotas (Branches d'activités, localisation) de 500 commerces pratiquant les soldes des branches équipement de la personne, équipement de la maison, culture & loisirs, hygiène & soins personnels et grand magasins, localisés à Marseille – hypercentre ou noyaux villageois des 5 avenues, Mazargues, St-Barnabé – ou dans l'une des 10 principales autres communes de la circonscription : Aix-en-Provence, Aubagne, Gardanne, La Ciotat, Marignane, Martigues, Miramas, Salon de Provence, Vitrolles. Parallèlement, quelques responsables de centres commerciaux ont été sollicités.*

### UNE FREQUENTATION MITIGEE

---

**Près d'un tiers des commerçants (31,8%) connaissent une fréquentation bonne à très bonne de leurs points de vente, près de 40% la considèrent comme moyenne, et près de 29% la jugent faible à très faible.**

*Les commerces dont la fréquentation est la plus faible sont ceux de l'hypercentre de Marseille et ceux du secteur de l'équipement de la maison.*

#### ◆ Evolution 2006/2007 à la baisse

Pour rappel, la fréquentation à J+9 des soldes d'hiver 2006 était bonne à très bonne pour 40% des commerces.

#### ◆ Tendances

Comme lors des soldes d'été, c'est le territoire d'Aix-en-Provence (*hors Plan de Campagne*) qui bénéficie de la meilleure fréquentation (près de la moitié des commerces ont une fréquentation bonne à très bonne). Tendance confirmée également pour les grands magasins (80%) et les enseignes nationales (50%).

**On peut également évoquer la possibilité d'un phénomène de rattrapage lié au climat d'après les témoignages des commerçants.**



→ **IMPACT SUR LE CHIFFRE D'AFFAIRES**

***Seuls les grands magasins (100%) se distinguent par des résultats supérieurs à ceux de l'an dernier. Parmi ceux qui déclarent un CA en hausse, celui ci connaît une évolution de 15% en moyenne, à l'inverse la moyenne de la baisse du CA pour ceux qui la constatent est de 21%.***

◆ **Evolution 2006/2007 à la baisse**

41,2% des commerçants indiquent que le CA des soldes de cet hiver est égal à celui de l'an dernier et 37,8% déclarent que le CA est en baisse.

→ **ENGOUEMENT POUR LES PREMIERS JOURS DE SOLDES**

***Les 4 premiers jours de soldes sont les plus fréquentés.***

A la question du jour le plus fréquenté, 28,4% des commerçants interrogés ont cité le 1<sup>er</sup> jour, mercredi 10 janvier, et 28,2% le 4<sup>ème</sup> jour, samedi 13 janvier.

◆ **Tendances**

Le premier jour est le jour le plus fréquenté pour les enseignes nationales et l'équipement de la personne. Les commerçants indépendants et les commerces en équipement de la maison n'ont pas observé de jour de plus forte fréquentation.

→ **DEMARQUES : UN POURCENTAGE DE RISTOURNE PLUS ELEVE**

**A J+10, 65,4% des commerces proposent toujours leur 1<sup>ère</sup> démarque, qui en moyenne atteint 35,41%.**

◆ **Evolution 2006/2007**

Le pourcentage de ristourne est plus élevé que l'an dernier à J+10, évolution qui s'explique notamment car 29,6% des commerces affichent des démarques de plus de 50% contre 15% l'an dernier.

◆ **Les démarques en 2007**

- 1<sup>ère</sup> démarque : 30 à 40% de ristourne
- 2<sup>ème</sup> démarque : 40 à 50% de ristourne
- 3<sup>ème</sup> démarque : 50% en moyenne



## POUR LA PRESERVATION DES SPECIFICITES TRADITIONNELLES DES SOLDES

---

### → POUR DES SOLDES DE 4 SEMAINES

***Une majorité (54,9%) de commerces sont défavorables à 6 semaines de soldes quelque soit leur activité, leur localisation, et le fait d'être enseigne nationale ou indépendant.***

#### ◆ Tendances

Pour rappel, 61,9% des commerçants s'étaient prononcés favorablement pour 4 semaines de soldes lors de l'enquête « soldes d'été 2006 », et 57% s'étaient prononcés contre l'allongement des soldes lors de l'étude « Soldes d'hiver 2006 » réalisée auprès des seuls commerçants de l'hypercentre de Marseille.

### → CONTRE LA MULTIPLICATION DES PERIODES DE SOLDES

***Près de 8 commerces sur 10 sont défavorables à cette éventuelle mesure quelque soit leur activité, leur localisation, et le fait d'être enseigne nationale ou indépendant.***

#### ◆ Tendances

Cette opinion avait déjà été exprimée dans les mêmes proportions l'an dernier.

### → OPINION PARTAGEE SUR LA DATE DE DEBUT DES SOLDES

***48,4% des commerçants sont favorables à la date choisie (contre 46,2%).***

***Alors qu'elle a été harmonisée à l'ensemble du territoire français, on aurait pu s'attendre à une proportion plus important de commerces satisfaits.***

#### ◆ Evolution 2006/2007

Lors de l'enquête « soldes d'été 2006 », les Bouches-du-Rhône ont débuté les soldes une semaine après la majorité des départements français. 51,2% des commerçants interrogés étaient alors défavorables à la date choisie. Le reproche étant lié au manque d'harmonisation des dates. L'explication avancée était que le consommateur, très mobile, n'hésitait pas à se déplacer pour consommer. Cela favorisait donc les départements qui commençaient tôt.



## NOUVELLES CONCURRENCES ?

---

### → LES POLES COMMERCIAUX EXTERIEURS : DES CONCURRENTS ?

*L'étude révèle que l'impact des soldes dans d'autres villes de France sur le commerce local est faible. Seuls 12,1% des commerces en ressentent la concurrence. Pour la majorité d'entre eux (56,7%), il s'agit d'un effet significatif conséquent.*

### → LES VENTES PRIVEES : UN PHENOMENE ENCORE MARGINAL

*Les ventes privées sont encore peu répandues puisque 18,5% des commerces interrogés déclarent en proposer à leurs clientèles.*

29% des commerces considèrent que cette pratique impacte leurs résultats pendant les soldes et pour 57,3% d'entre eux, cet impact est significatif sur leur chiffre d'affaires.

#### ◆ Evolution 2006/2007

Concernant l'évolution de cet impact comparativement aux soldes d'hiver 2006, près de 46% considèrent qu'il est en hausse, près de 46% jugent celui-ci identique.

**On peut donc considérer qu'il s'agit d'un phénomène encore marginal mais qui prend de l'ampleur.**

### → SOLDES SUR INTERNET : L'IMPACT SUR LES FORMES TRADITIONNELLES DE COMMERCE

*Plus d'un quart des commerces est impacté par les soldes sur internet. Parmi eux, 71,8% jugent cet impact significatif.*

#### ◆ Evolution 2006/2007

**Un phénomène dont l'impact augmente.**

C'est l'avis de près de 65% des commerces impactés par rapport aux soldes d'hiver 2006.