



Observatoire avancé

Les commerces de détail des BdR face à la crise

Enquête flash

janvier 2009



→ Contexte

Depuis 2007, la croissance économique française connaît un ralentissement dû à la baisse du pouvoir d'achat résultant de l'augmentation des prix à la consommation et du gel des salaires.

A ce ralentissement économique est venue se rajouter une importante crise financière dont les prémices se sont faits sentir au 2^{ème} trimestre 2008 impactant l'ensemble des économies mondiales.

Outre le coût direct de la crise financière (supérieur à 1000 milliards de dollars selon les dernières estimations), le risque sur l'économie réelle se traduit par : un risque financier, avec un resserrement des conditions de crédit pour les entreprises et les particuliers - un risque de restriction de la consommation des ménages, des entreprises et des collectivités qui anticipent une récession économique.

Dans le contexte actuel de crise, la Chambre de Commerce et d'Industrie Marseille Provence, en lien avec les acteurs économiques et institutionnels des Bouches-du-Rhône a créé un observatoire avancé des PME. Cet observatoire s'intègre dans un plan d'action global : la mise en place d'une hot line « Allo CCI », la création d'un observatoire avancé, et enfin la création de prestations adaptées spécifiquement aux PME.

Cet observatoire avancé fera l'état également des points forts de notre économie locale sur lesquels les PME peuvent capitaliser.



→ Contexte

En France, la consommation est le moteur de la croissance économique, relativement à l'investissement et au commerce extérieur.

Or, la consommation des ménages français est en baisse depuis plus d'un an.

L'indice de consommation des ménages au niveau national (Insee) et la TVA taxable au niveau départemental (baisse de 2,90% du montant collecté en euros constants entre le troisième trimestre 2007 et le troisième trimestre 2008) illustrent cette rupture de tendance à la mi-2007.

C'est la « crise du pouvoir d'achat » dont on parle depuis plus d'un an qui résulte de l'atonie des salaires (selon les données de l'URSAFF le salaire réel a baissé de 2,4% entre le deuxième trimestre 2007 et le deuxième trimestre 2008).

Les récents événements financiers ont grevé la propension à consommer des ménages.

Les anticipations des ménages dans un contexte de récession économique se sont traduites par le report de certains achats en particulier dans les domaines de l'automobile et de l'immobilier réduisant en volume et en valeur le niveau de consommation de biens.

La Chambre de commerce et d'Industrie de Marseille s'interroge sur la manière dont le commerce de détail peut être impacté localement par le ralentissement économique.

Trois mois après avoir sondé les entreprises du département dans le cadre de son dispositif d'enquêtes flash, dont l'objectif est de dresser un tableau régulier de la santé et du moral des entreprises des Bouches-du-Rhône, l'attention est particulièrement portée sur le commerce de détail.



→ L'observatoire avancé pour mesurer et agir

> L'observatoire avancé des PME a trois objectifs principaux :

Anticiper les problèmes et les fragilités à venir par grands secteurs économiques et/ ou par territoires.

Évaluer l'impact de la crise sur le moral et la performance des entreprises locales et sur les investissements privés/publics, leviers de croissance pour le territoire.

Préconiser des actions pour soutenir l'activité économique

> L'observatoire avancé des PME : un dispositif en 5 temps

1- **Dispositif d'enquêtes flash** terrain pour dresser un tableau régulier de la santé et du moral des entreprises des Bouches du Rhône- *Trimestriel*.

2- Analyse d'indicateurs existants et création d'**indicateurs locaux**, projetés pour anticiper les évolutions économiques à attendre sur notre territoire. A coupler avec des avis d'experts - *Mensuel pour partie*.

3- Analyse spécifique du **Baromètre 13**, conjoncture trimestrielle réalisée avec l'UPE 13 et la CCI d'Arles et les fédérations professionnelles - *Trimestriel*.

4- Tableau de bord des **investissements locaux publics et privés, leviers de croissance** - *Semestriel*.

5- Bulletins de **veille** - *Hebdomadaire*.

Ce dispositif peut être complété par des analyses spécifiques complémentaires



Méthodologie de l'enquête flash spéciale commerce de détail

> L'enquête a été réalisée du 12 au 15 janvier 2009 : 552 commerces sondés

Elle comprend une vague d'enquête téléphonique : 500 réponses

et une vague d'enquête web : 52 réponses

Cette enquête constitue la deuxième vague de l'observatoire avancé des effets de la crise sur les PME des BdR.

Elle fait suite à une enquête réalisée à la mi octobre 2008 auprès de 800 entreprises de la circonscription de la CCIMP tous secteurs d'activité confondus.

> L'échantillon

Source : Fichier consulaire CCIMP au 15/09/08 qualifié par Clientis, outil de marketing direct de la CCIMP

Les commerces interrogés sont des **commerces de détail** repérables par les codes NAF 47....

Ils ont été regroupés par familles d'activité : Équipement de la personne, Équipement de la maison, Loisirs et Beauté et Grandes Surfaces Despécialisées.

Famille d'activité

	Nb	% cit.
Grandes Surfaces Déspécialisées	11	2,0%
Équipement de la maison	100	18,1%
Équipement de la personne	290	52,5%
Loisirs et Beauté	151	27,4%
Total	552	100,0%

Pour plus de précisions sur la composition des familles d'activités se reporter à l'annexe.



Synthèse de l'enquête flash Spéciale commerce de détail (janvier 2009)

33,6% des commerçants de détail ressentent dorénavant et déjà les effets de la crise. Il n'y a pas de différence notable selon les familles d'activité.

Pour un commerçant sur dix, le ralentissement économique n'aura pas du tout d'impact sur son activité. Près de deux commerçants sur dix n'ont pas de visibilité sur l'effet du ralentissement économique sur leur activité.

Les commerçants de la CPA et de l'Agglomération sont les plus confiants, ceux de MPM le sont moins.

C'est surtout depuis septembre-octobre (41,3%) que les commerçants ressentent les effets du ralentissement économique sur leur activité.

Les effets de la crise sont moins ressentis dans les deux derniers mois de l'année (23,6%) en raison des achats de Noël.

Pourtant, pour 53% des commerçants interrogés, le panier moyen a baissé par rapport à 2007. Le panier moyen des achats de Noël s'établit à 179 euros en 2008.

Au total, les CA 2008 seront en dessous des prévisions pour 46% des commerces de détail. 17% déclarent toutefois un CA supérieur à leurs prévisions.

A 60%, les commerçants pensent que le ralentissement est amené à durer.

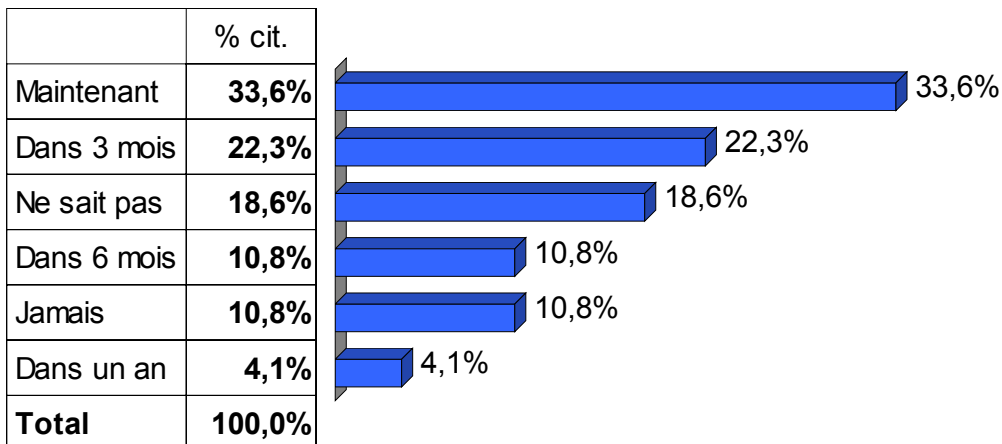
Pour 80% des commerçants, la principale préoccupation est le maintien de leur activité.

66 % des commerçants déclarent ne pas ressentir les effets de la crise dans leur relations avec leurs banques.



33,6% des commerçants ressentent dès aujourd'hui les effets du ralentissement économique

Quand pensez-vous ressentir l'impact le plus fort sur votre activité ?



> Un tiers des commerçants déclarent ressentir dès aujourd'hui l'impact le plus fort de la crise économique.

> Un tiers des commerçants déclarent qu'ils ressentiront l'impact le plus fort de la crise économique dans les 3 à 6 mois à venir.

> Pour 10,8% des commerçants, la crise économique n'aura pas d'impact sur leur activité.

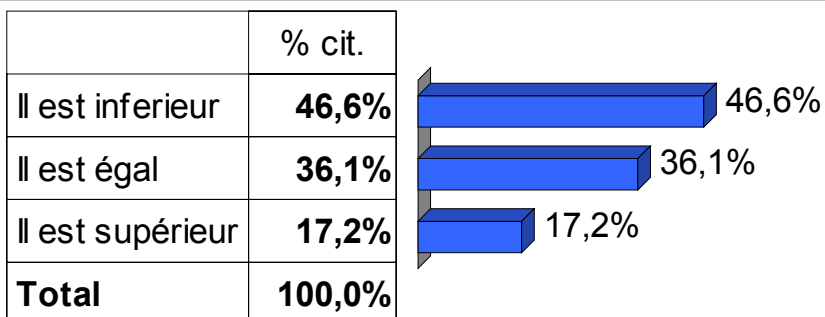
> Enfin, près de 2 commerçants sur 10 n'ont pas de visibilité sur le pic de l'impact (18,6%).

> En résumé, 71% des commerçants déclarent qu'ils ressentiront l'impact du ralentissement économique sur leur activité (entre maintenant et dans un an).



Près de la moitié des commerçants affichent des CA 2008 en dessous de leurs prévisions

Par rapport à vos prévisions 2008, comment se situe votre CA ?



En moyenne, le CA 2008 est en deçà des prévisions pour moins d'un commerçant sur deux (46,6%).

Pour 71 % de commerçants qui déclarent ressentir l'impact du ralentissement économique sur leur activité (entre maintenant ou dans un an), cette proportion est plus importante : le CA 2008 est en dessous des prévisions pour 58,3%

L'entrée dans l'année 2009 avec les soldes d'hiver confirme la tendance en matière de prévision de CA:

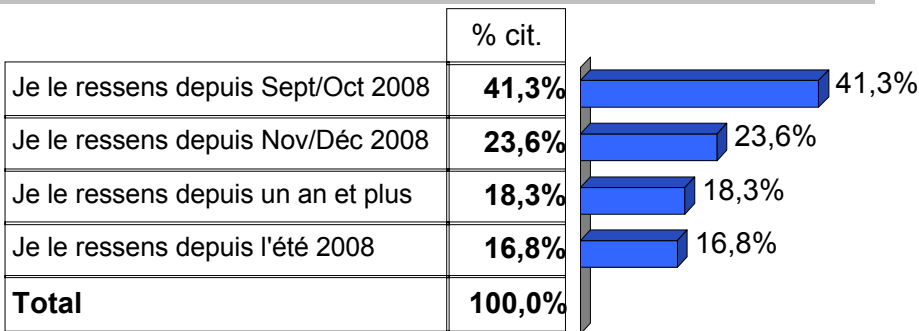
l'enquête Bilan des Soldes d'Hiver réalisée par le Centre de Ressources Économiques montre que les commerçants s'attendent à un chiffre d'affaires lié aux soldes en baisse : 47,6 % déclarent réaliser un chiffre d'affaires inférieur à celui réalisé pendant les soldes de l'hiver dernier.

On remarquera l'équivalence des réponses par rapport à l'enquête flash d'octobre 2008 réalisée auprès de 800 entreprises du département tous secteurs d'activité confondus.



Des commerçants impactés plus fortement en septembre-octobre 2008 ...

Ressentez-vous l'impact du ralentissement économique sur votre activité ?



> Parmi les commerçants impactés par le ralentissement économique, la part la plus élevée est exprimée en septembre-octobre : 41,3% des commerçants ont ressenti l'impact du ralentissement économique sur leur activité à la rentrée de septembre.

> Selon les territoires, les commerçants ressentent différemment les effets du ralentissement économique sur leur activité. Les commerçants de détail de la CPA et de l'Agglopolé sont davantage confiants que ceux de MPM.

> Les effets de la crise sont moins ressentis (23,6%) dans les deux derniers mois de l'année, en raison des achats de Noël.

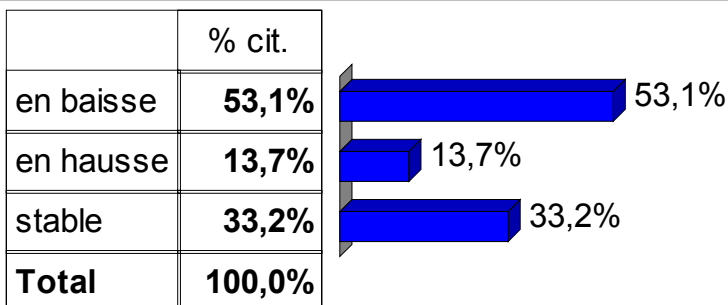
Pourtant pour 53,1% des commerçants interrogés, le panier de dépense moyen de Noël a baissé par rapport à 2007.

La baisse est de 20% pour la moitié d'entre eux.

Pour les 13,7% des commerçants qui ont vu le panier moyen augmenter dans leur boutique, la hausse est de 10% pour la moitié d'entre eux.

Le panier moyen des achats de Noël est de 179 euros.

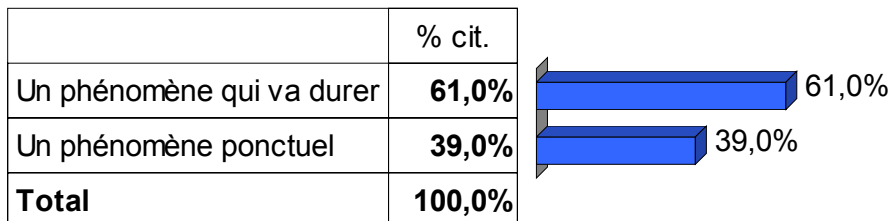
Par rapport à la dépense moyenne pour les achats de Noël 2007, vous diriez que celle de Noël 2008 est





→ ...et qui pensent que le ralentissement est amené à durer.

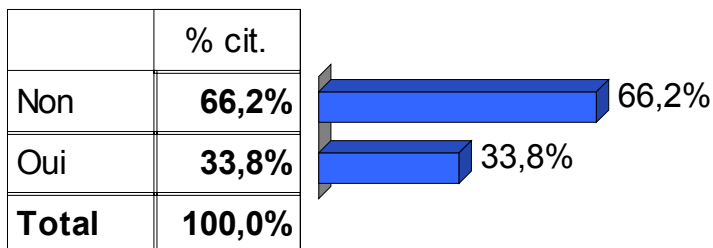
Selon vous, ce ralentissement économique est ?



Le ralentissement économique est un phénomène durable pour plus de 60% des commerçants.

Les commerçants qui ressentent les effets de la crise depuis plus d'un an sont davantage enclin à penser que le ralentissement économique est amené à durer (78,9% contre 61% en moyenne).

Ressentez-vous dans les relations avec votre banque, les effets de la crise financière ?



La crise a-t-elle un effet sur les relations entre les commerçants et les banques ?

> 66,2% des commerçants ne ressentent pas les effets de la crise dans leurs relations avec les banques.



→ La première préoccupation des commerçants: maintenir leur niveau d'activité

Les commerçants ont les mêmes préoccupations, selon qu'ils ressentent ou non les effets de la crise sur leur activité.

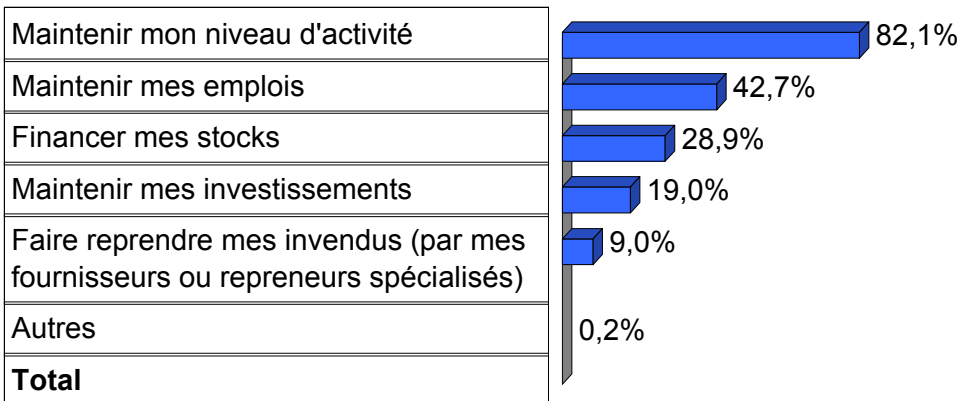
Leur principale préoccupation est de maintenir leur niveau d'activité.

Dans une moindre mesure, le maintien de l'emploi les préoccupe aussi.

Le maintien des investissements n'arrive qu'au 4^{ème} rang des préoccupations.

La tendance à la poursuite des investissements en cours et au gel des investissements à venir est exprimée notamment par les responsables locaux des centres commerciaux ou des grands magasins (voir baromètre 13 présenté à la presse le 3 février 2009).

A court terme, quelles sont vos 2 principales préoccupations liées à la crise :





→ Annexe

Equipement de la maison	4743Z	Commerce de détail de matériels audio et vidéo en magasin spécialisé
	4752A	Commerce de détail de quincaillerie, peintures et verres en petites surfaces (moins de 400 m ²)
	4752B	Commerce de détail de quincaillerie, peintures et verres en grandes surfaces (400 m ² et plus)
	4753Z	Commerce de détail de tapis, moquettes et revêtements de murs et de sols en magasin spécialisé
	4754Z	Commerce de détail d'appareils électroménagers en magasin spécialisé
	4759A	Commerce de détail de meubles
	4759B	Commerce de détail d'autres équipements du foyer
	4763Z	Commerce de détail d'enregistrements musicaux et vidéo en magasin spécialisé
Equipement de la personne	4751Z	Commerce de détail de textiles en magasin spécialisé
	4771Z	Commerce de détail d'habillement en magasin spécialisé
	4772A	Commerce de détail de la chaussure
	4772B	Commerce de détail de maroquinerie et d'articles de voyage
	4777Z	Commerce de détail d'articles d'horlogerie et de bijouterie en magasin spécialisé
Grandes surfaces des spécialisées	4711D	Supermarchés
	4711E	Magasins multi-commerces
	4711F	Hypermarchés
	4719A	Grands magasins
Loisirs et beauté	4761Z	Commerce de détail de livres en magasin spécialisé
	4762Z	Commerce de détail de journaux et papeterie en magasin spécialisé
	4764Z	Commerce de détail d'articles de sport en magasin spécialisé
	4765Z	Commerce de détail de jeux et jouets en magasin spécialisé
	4775Z	Commerce de détail de parfumerie et de produits de beauté en magasin spécialisé
	4778A	Commerces de détail d'optique
	4778C	Autres commerces de détail spécialisés divers



Observatoire avancé

Les commerces de détail des BdR face à la crise

Le Centre de Ressources Économiques de la CCIMP remercie les 560 entreprises qui ont répondu à cette enquête.