



→ Bilan des soldes d'été 2010 :

Après une année 2009 maussade, un redémarrage en douceur

Marseille, le 19 juillet 2010

La CCI Marseille Provence a réalisé une enquête auprès d'un échantillon représentatif de 500 commerces pratiquant des soldes, qui s'inscrit sur un suivi de tendance des soldes de 2006 à 2010*.

Après une année 2009 marquée par la crise, les indicateurs liés aux soldes redémarrent doucement. Indicateurs et attitudes des commerçants face aux soldes ne sont pas les seuls enseignements de cette enquête.

En 2010, la CCI Marseille Provence s'est attachée à sonder les commerçants sur leur perception de la clientèle touristique, mais aussi sur les événements à venir susceptibles de booster leur activité : Marseille Provence 2013 recueille la majorité des suffrages, devant l'Euro 2016 et le forum mondial de l'eau en 2012 !

Les principaux enseignements de cette enquête sont :

- **Une politique de gestion des stocks identique** : Avant le démarrage des soldes, les stocks sont stables par rapport à 2009.
- **La fréquentation des commerces et le chiffre d'affaires lié aux soldes en hausse** : Après un été 2009 particulièrement maussade sur le plan de la consommation des ménages, l'été 2010 connaît donc logiquement une légère hausse. Conséquence logique d'une meilleure fréquentation qu'en 2009, le CA lié aux soldes d'été sera stable ou en hausse pour 57% des commerçants.
- **Le même niveau de démarque qu'en 2009** : 30% des commerçants ont effectué une démarque de -30% aux premiers jours des soldes. Et près d'1 commerce sur 4 pratiquait un taux de remise supérieur ou égal à 50%.
- **Les paniers moyens des soldes d'été 2010 dans les Bouches-du-Rhône** : 110 € dans le secteur de l'équipement de la personne, 100 € dans le secteur loisirs et beauté.
- **Les soldes d'été ne représentent pas le même enjeu pour tous les commerçants** : le poids des soldes d'été dans le CA est plus faible en périphérie et dans l'équipement de la maison. A l'inverse, selon leur activité et leur degré d'indépendance, la période des soldes est un rendez-vous à ne pas manquer dans le secteur de l'équipement de la personne.

**Les commerçants et les soldes :**

- **Les ventes privées progressent encore** : Près d'un commerce sur 3 les pratiquent (vs ¼ en 2009). La pratique des ventes privées concerne davantage le secteur de l'équipement de la personne et les commerçants appartenant à un réseau de succursalistes. Elles sont très peu utilisées par les commerces du secteur de l'équipement de la maison (9,6% d'entre eux).
- **31% des commerçants ont ouvert le 1^{er} dimanche des soldes (11.07.10)**, un taux qui progresse mais qui reste en deçà du taux d'ouverture dominical des soldes d'hiver (39% en hiver 2010). Cette pratique est davantage suivie par les commerçants appartenant à un réseau de succursalistes.
- **Soldes flottants : 1 commerçant sur 4 (26%) a eu recours aux soldes flottants dans les BdR.** L'enquête permet de confirmer la tendance observée lors de l'enquête soldes d'hiver 2010 (25%). Le recours aux soldes flottants permis par la LME est encore timide et les périodes choisies le sont en ordre dispersé sauf en centres commerciaux.
- **Date de démarrage des soldes** : Plus que la date de démarrage des soldes, ce qui semble compter c'est que tout le monde démarre les soldes le même jour. Confusion de date pour les consommateurs, trop tôt pour les uns, trop tard pour les autres, la fixation de la date de démarrage des soldes demeure un exercice délicat qui fait toujours beaucoup d'insatisfaits. Les commerçants se distinguent selon 2 facteurs : l'appartenance ou non à une zone touristique et l'appartenance ou non à un réseau national.

Cette enquête est également une opportunité pour sonder l'impact du développement touristique sur le territoire auprès des commerçants. Elle révèle que les commerçants du territoire sont désormais sensibles à leur clientèle touristique et largement convaincus que le développement touristique impactera positivement leur activité (72%). Les touristes identifiés par les commerçants sont principalement les touristes étrangers. Une perception qui va à l'encontre des statistiques : 16% de clientèle étrangère vs. 64% de clientèle française hors PACA, et 20% PACA – source CDT des BdR..

Enfin, parmi les événements à venir – cités aux commerçants interrogés – susceptibles d'impacter favorablement le CA des commerces, c'est Marseille Provence 2013 qui recueille le plus d'avis positif (57%), devant l'Euro 2016 (36%) et le forum mondial de l'eau (7%) qui est mal identifié.

* Une enquête téléphonique a été réalisée les 12 et 13 juillet 2010 auprès d'un échantillon représentatif selon la méthode des quotas de 500 commerces pratiquant les soldes, localisés dans les centres-villes et centres commerciaux périphériques de l'ensemble de la circonscription de la CCIMP (BdR hors Pays d'Arles). Un recul de 5 ans permet d'analyser les tendances sur la fréquentation, l'état des stocks et le chiffre d'affaires liés aux soldes.