

# Bilan des soldes d'hiver 2011

**Janvier 2011**

## → Sommaire

### > Benchmark national

- > Au niveau national un bilan plutôt morose
- > Mais un bon démarrage des soldes en ligne (+ 11%),
- > un secteur luxe qui tire son épingle du jeu

### > Enquête CCIMP

- > Rappel des objectifs et de la méthode
- > Synthèse de l'enquête « Bilan soldes d'hiver 2011 sur le territoire Marseille Provence »
  
- > Des stocks importants avant soldes
- > Les ventes privées progressent
  
- > Une fréquentation des commerces au démarrage des soldes qui remonte
- > Un taux d'ouverture dominical en progression
- > Un chiffre d'affaires lié aux soldes en hausse
- > Un niveau de démarque équivalent à celui de 2010
  
- > Les soldes flottants toujours peu pratiqués dans les Bouches-du-Rhône...
- > Une clientèle touristique mal identifiée
- > Marseille CEC 2013 et L'Euro 2016 des boosters pour le commerce local

## → Benchmark national

### **Au niveau national un bilan plutôt morose**

(Source : [www.lefigaro.fr](http://www.lefigaro.fr) du 17/01/10)

Un chiffre d'affaires au 2ème jour des soldes en baisse de 4% selon la FEH (Fédération des enseignes de l'habillement)

En revanche, Internet tire son épingle du jeu et continue sa progression avec + 11% de vente (Source Fevad).

2,71 milliards d'€ devrait être dépensés sur le net soit 10% du budget « Soldes »

Dans le secteur du luxe le démarrage des soldes semble bon, avec des ventes qui augmentent de 6% au Printemps Haussman tirés par les accessoires (+20%) et notamment petite maroquinerie.

## → Enquête CCIMP: Rappel des objectifs et de la méthode

### > Objectifs de l'enquête

Dresser un bilan des soldes d'hiver 2011 (qui se déroulent du mercredi 12 janvier au 16 février 2011 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 le niveau de démarque au premier jour des soldes et le comparer avec les années précédentes.
- > Sonder les commerçants sur leurs prévisions de pratique des deux semaines de soldes complémentaires autorisées dans le cadre de la loi de modernisation de l'économie (LME).

### > Méthode

> Enquête réalisée par téléphone les 17 et 18 janvier 2011 auprès d'un échantillon redressé selon la méthode des quotas de 335 commerces pratiquant les soldes, localisés dans les centres-villes et centres commerciaux de la circonscription de la CCIMP.

>Un recul de 6 ans pour analyser les tendances liées aux soldes sur la fréquentation, l'état des stocks et le chiffre d'affaires liés aux soldes.

## → Synthèse du bilan des soldes hiver 2011

**Que retenir du bilan à J+10 de la CCIMP sur les soldes d'hiver 2011 ?**

### **1- Globalement le cru 2011 est plutôt bon**

**> Au premier chef, les stocks sont supérieurs à l'année précédente .**

37% des commerçants déclarent avoir un stock supérieur à l'année précédente

**> Un CA lié aux soldes stable ou en hausse pour 60 % des commerçants.**

Après 2 dernières années maussades, la croissance du CA se confirme pour atteindre peu à peu son niveau d'avant crise

**> Une fréquentation qui s'améliore au démarrage des soldes.**

Pour plus de 4 commerçants sur 10, la fréquentation des premiers jours des soldes est meilleure que l'an dernier et retrouve une dynamique comparable à la période d'avant crise (2006)

**> Une date de démarrage des soldes plutôt satisfaisante**

Une date de démarrage des soldes jugée satisfaisante par 6 commerçants sur 10

### **2- Un niveau de démarque équivalent à celui de 2010**

**> Pour 9 commerçants sur 10 le niveau de démarque est équivalent ou supérieur à celui de 2010**

**> Il est peu élevé les premiers jours (de -20% à -30%) pour la majorité des commerces (6 sur 10)**



## → Synthèse du bilan des soldes hiver 2010

### **3- Le recours aux soldes flottants : Une pratique toujours timide**

- > Pour la 2ème année consécutive seuls un quart des commerçants ont utilisé les soldes flottants . Les franchisés et succursalistes sont les plus nombreux à utiliser les soldes flottants (36,8%).
- > Une pratique qui ne remporte pas l'adhésion des commerçants indépendants

### **4- Un taux d'ouverture dominical en progression de 5 points par rapport à 2010**

Le secteur de l'équipement de la personne possède le taux d'ouverture dominical le plus élevé (54% ont ouvert le dimanche) relativement aux commerces d'équipement de la maison (taux d'ouverture de 29 %)

### **5- Les ventes privées progressent toujours**

Plus d'un tiers des commerçants interrogés déclarent avoir pratiqué des ventes privées. Une pratique qui a presque doublé en 5 ans.  
Elles concernent particulièrement les commerces d'équipement de la personne.

### **6- Une clientèle touristique mal identifiée pendant l'hiver**

La clientèle touristique la mieux identifiée est celle des city breakers arrivés par avion (MP1 et MP2) suivie de la clientèle française (hors région) .

## → Synthèse du bilan des soldes hiver 2010

### 7- Les paniers moyens dans les Bouches-du-Rhône

- > **Achats de Noël = 211€**, avec un panier moyen en baisse par rapport au Noël précédent (300€)
- > **Soldes/Équipement de la personne = 90 €**, un panier moyen en baisse par rapport à l'hiver 2010 (110€)

### 8 - Nouveautés:

#### > Les grands évènements culturels et sportifs : un booster pour le commerce local

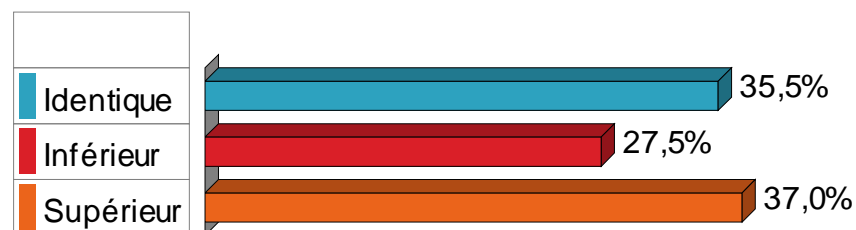
Marseille CEC 2013 et l'Euro 2016 arrivent largement en tête des événements impactant favorablement le commerce local

- > Près de 1 commerçant sur 2 pense que Marseille CEC 2013 aura un impact favorable sur son activité
- > 4 commerçants sur 10 pensent être que leur activité bénéficiera de l'Euro de football en 2016
- > **20% des commerçants interrogés sont également présents sur le web**



## → Des stocks avant soldes plus importants

Par rapport à la saison d'hiver 2009-2010, votre stock 2010-2011 avant le démarrage des soldes, est ?

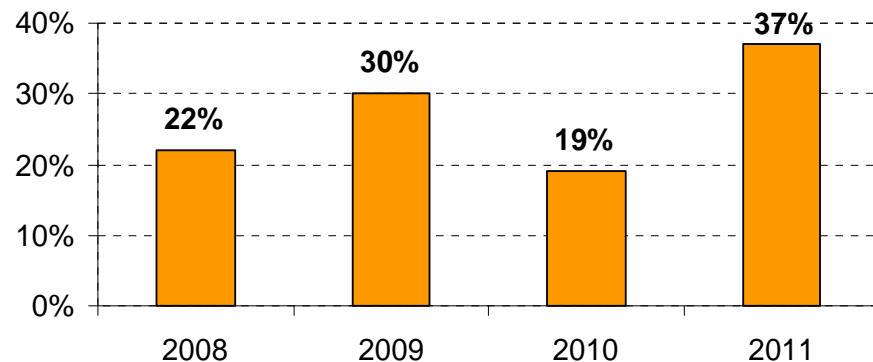


> Des stocks beaucoup plus importants qu'au démarrage des soldes d'hiver 2010.

Les commerçants qui ont le même niveau de stock qu'en 2010 :

> Secteur de l'équipement de la maison

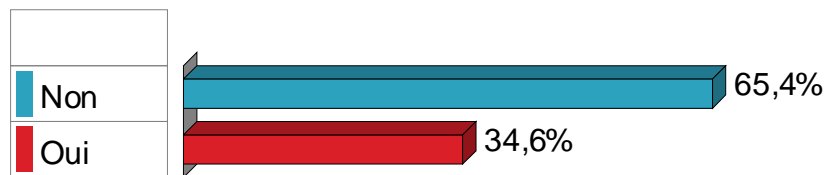
Part des commerçants ayant des stocks supérieurs par rapport à l'année précédente





## → Les ventes privées progressent toujours

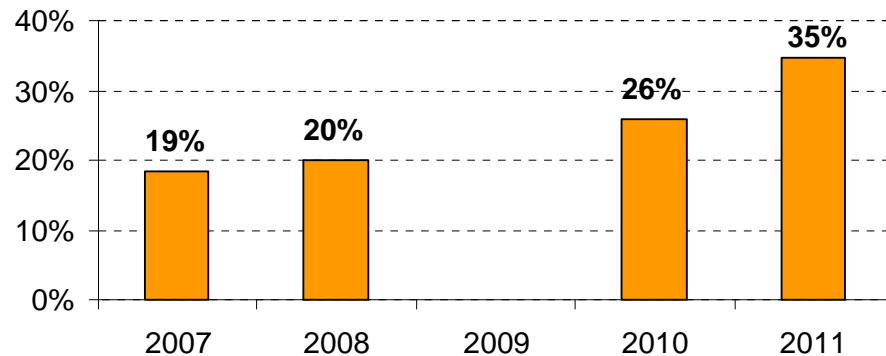
**Avez-vous pratiqué des ventes privées (démarques accordées à vos meilleurs clients quelques jours avant les soldes) ?**



### Le boom des ventes privées

- > En 2011, 34,6% des commerces interrogés déclarent pratiquer des ventes privées,
- > Une pratique qui a presque doublé en 5 ans , avec désormais plus d'un commerce sur 3 dans les BDR qui propose, quelques jours avant les soldes ces ventes à prix démarqués, à leurs meilleurs clients.

**Part des commerçants réalisant des ventes privées avant les soldes**



### Les commerçants qui pratiquent le plus les ventes privées:

- > Équipement de la personne

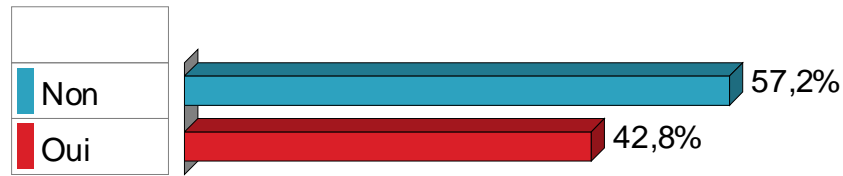
### Les commerçants qui pratiquent le moins les ventes privées:

- > Équipement de la maison
- > Loisirs & beauté



## → Une fréquentation des commerces au démarrage des soldes qui s'améliore

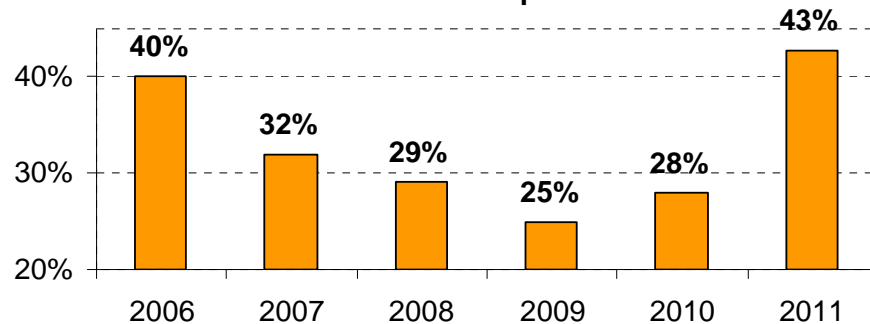
**La fréquentation de votre commerce est-elle meilleure que l'an dernier au même moment ?**



> Une fréquentation au démarrage des soldes qui est meilleure que l'an dernier pour plus de 4 commerçants sur 10.

> une dynamique de fréquentation les premiers jours qui retrouve son niveau d'avant crise (2006)

**Part des commerçants jugeant la fréquentation de leurs commerces au démarrage des soldes meilleure de l'année précédente**



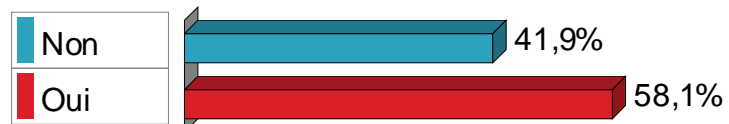
**Les commerçants qui ont la moins bonne fréquentation :**

> Équipement de la maison



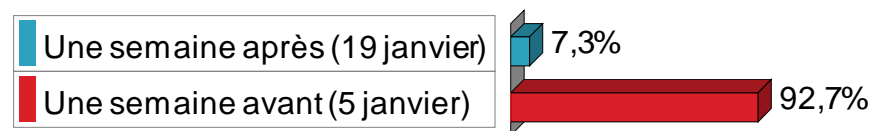
## → Une date de démarrage des soldes plutôt satisfaisante

**Etes-vous satisfait de la date de démarrage des soldes cette année ?**



> Près de 6 commerçants sur 10 sont satisfaits de la date de démarrage des soldes d'hiver

**Auriez-vous préféré que les soldes débutent :**

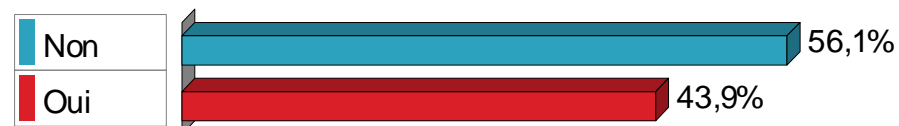


> Parmi les insatisfaits, 9 commerçants sur 10 auraient souhaité un début une semaine avant soit le 5 Janvier 2011



## → L'ouverture des commerces le 1er dimanche

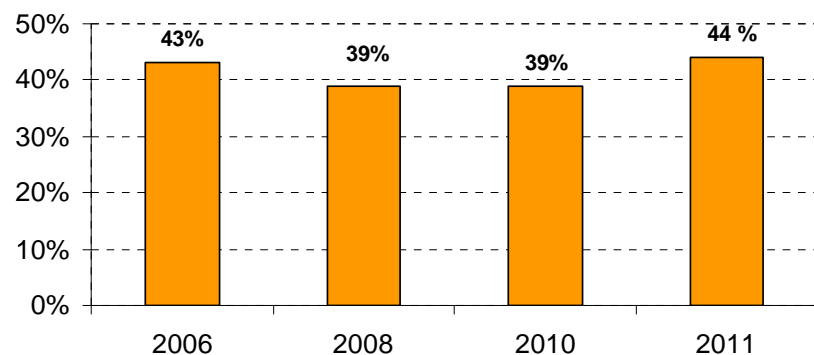
**Avez-vous ouvert votre commerce le dimanche 16 janvier ?**



### Une ouverture dominicale suivie

En 2011 on atteint le meilleur taux d'ouverture de commerces le premier dimanche des soldes (on mesure une progression de 5 points par rapport à 2010)

**Taux d'ouverture dominical pendant les soldes d'Hiver (premier dimanche)**



### Les commerçants qui ouvrent plus fréquemment le dimanche:

- > Les commerces des centres commerciaux périphériques - 58% des commerces ouverts le dimanche 16 Janvier
- > Le secteur équipement de la personne (54%)
- > Les commerçants associés (56%)

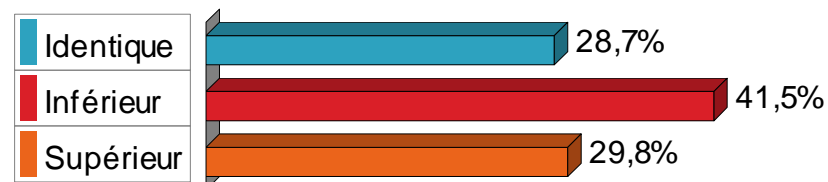
### Les commerçants qui ouvrent le moins le dimanche

- > Les secteurs équipement de la maison (29%) et loisirs et beauté (32%)
- > Les commerçants indépendants 36%



## → Le chiffre d'affaires des soldes en hausse

Par rapport aux soldes d'Hiver 2010, votre chiffre d'affaires pour les soldes d'Hiver 2011, s'annonce ?

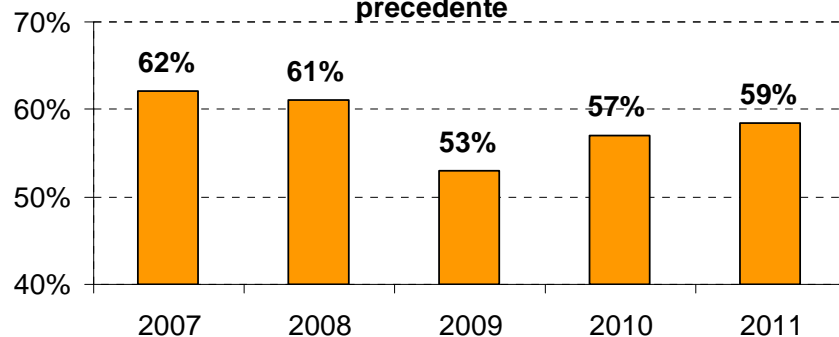


**Des commerçants plutôt optimistes pour le cru Soldes Hiver 2011**

> Un CA lié aux soldes stable ou en hausse pour 6 commerçants sur 10

Après 2 dernières années maussades, la croissance du CA se confirme pour atteindre peu à peu son niveau d'avant crise

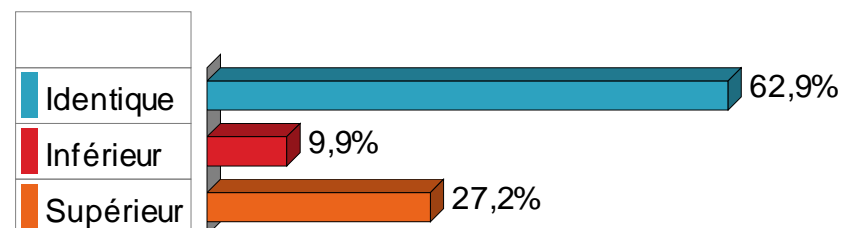
Part des commerçants jugeant un CA lié aux soldes stable ou en hausse par rapport à l'année précédente





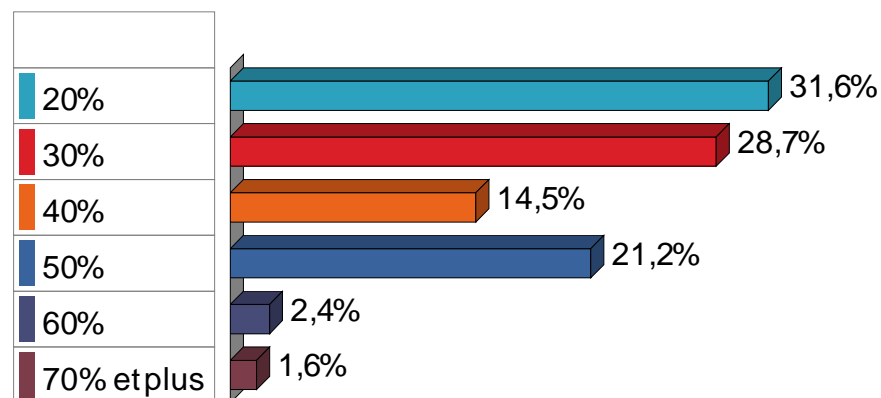
## → Un niveau de démarque équivalent à 2010

**Comparativement à l'an dernier, le niveau de remise au démarrage des soldes est-il ?**



> Plus 9 commerçants sur 10 déclarent un niveau de démarque équivalent ou supérieur à celui de 2010.

**Quel est le niveau de démarque de votre commerce le premier jour des soldes ?**



**Un niveau de démarque peu élevé dans les 1er jours**

> 6 commerçants sur 10 ont proposé un niveau de démarque compris entre -20% et -30%

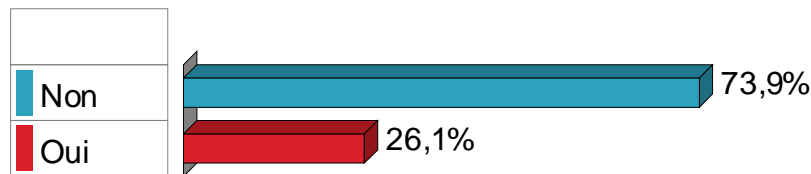
Les commerces pour lesquels le niveau de démarque est le plus faible (20%)

> Équipement de la maison (50% affiche 20% de démarque)



## → Les soldes flottants : une pratique toujours timide dans les Bouches-du-Rhône...

**Avez-vous "utilisé" des semaines de soldes flottantes ?**



Une pratique qui pour la deuxième année ne remporte qu'une faible adhésion chez les commerçants.

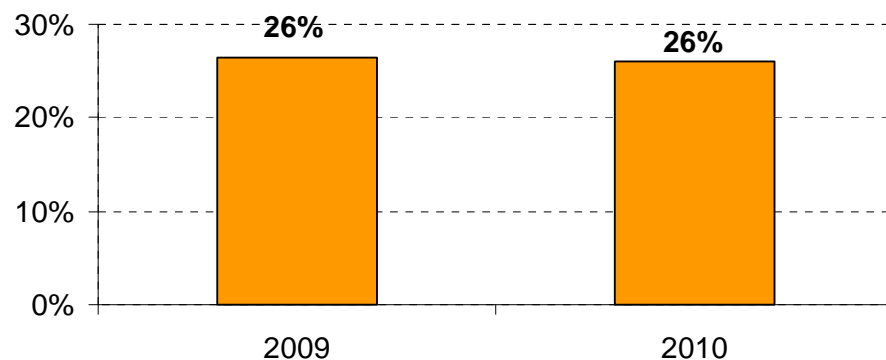
Seul un quart des commerçants ont pratiqué des soldes flottants, sur le territoire, un niveau équivalent inférieur à 2010.

Périodes de déstockage librement fixée par le commerçant pour une période de 2 semaines consécutives ou non. Ils doivent prendre fin au moins un mois avant le début des soldes fixes.

**Les commerçants qui pratiquent les plus les soldes flottants :**

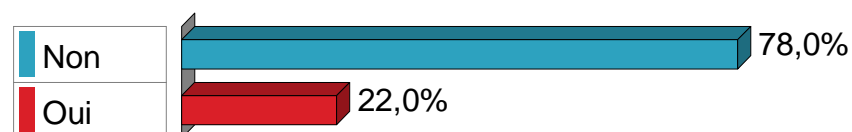
> Les franchisés et succursalistes (36,8%)

**Part des commerçants ayant pratiqué des soldes flottants**



## → Une clientèle touristique étrangère mal identifiée pendant l'hiver

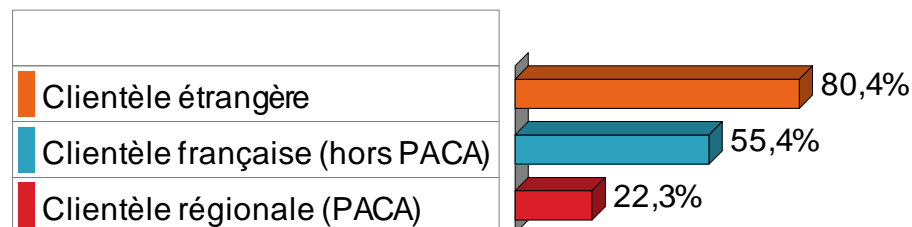
**Durant la saison ou durant les soldes automne - hiver 2010-11 avez-vous remarqué une clientèle de touristes ?**



En 2011, les touristes sont moins bien identifiés par les commerçants : En 2010, 32,4% de commerçants remarquaient une clientèle de touristes

Les touristes sont mieux identifiés dans la période estivale (50% à l'été 2010)

**Quelle est l'origine de votre clientèle touristique ?**



**Les types de clientèles les mieux identifiés :**

- 1- les étrangers et les touristes nationaux hors région
- 2- les city breakers arrivés par avion (MP1 et MP2)

**Pensez-vous que votre clientèle touristique est arrivée dans le département en :**



## → Les grands évènements culturels et sportifs : un « booster » pour le commerce local

Marseille CEC 2013 et l'Euro 2016 arrivent largement en tête des évènements qui impacteront positivement l'activité commerciale locale dans les prochaines années

Comme lors de l'enquête menée à l'été 2010, les commerçants jugent Marseille Provence CEC 2013 comme l'évènement le plus susceptible d'impacter favorablement leur activité (47%).

L'Euro 2016 progresse de 5 points (41%) et le Forum mondial de l'eau de 2012 (11%) est mieux identifié (+ 3 points).