

---

## Communiqué de Presse

---

### Dans un environnement général peu porteur, les soldes d'été n'ont guère suscité l'enthousiasme

Malgré les chiffres de l'INSEE qui confirmaient au mois de juin un moral des ménages toujours très bas, et les craintes ressenties par les français quant à leur pouvoir d'achat, 79% des consommateurs se déclaraient prêts à profiter des bonnes affaires à l'occasion des soldes d'été, avec un budget moyen de 259 € (source Ipsos).

Pourtant, dès les premiers jours des soldes, 47% des commerçants interrogés constataient une baisse de fréquentation de leurs établissements, malgré un taux de démarque moyen de -34%, comparable à ceux pratiqués 2009 et 2010. Ce constat d'un démarrage en demi-teinte s'applique aussi bien aux commerces du centre-ville qu'à ceux de la périphérie. Et plus généralement, on notera que la Fédération des Enseignes de l'Habillement faisait elle aussi état, au plan national, d'un repli des ventes estimé à 5% après une semaine de soldes.

Si les soldes d'été ont globalement eu un impact similaire en périphérie et en centre-ville (57% des commerçants satisfaits en périphérie, et 53% en centre-ville), il n'en est pas de même selon les secteurs d'activité. 73% des commerces spécialisés en équipement de la maison se déclarent satisfaits, contre 45% seulement en équipement de la personne.

Pour les commerçants, les raisons de ce bilan sont à chercher dans le démarrage trop précoce des soldes dans la saison, le non versement des salaires au moment du démarrage, la baisse du pouvoir d'achat et les travaux qui modifient un peu plus le comportement des consommateurs. 77% des commerçants confirment en effet que le comportement des consommateurs a changé vis-à-vis des soldes. Le consommateur a un budget plus limité, doit faire face à trop de sollicitations commerciales à longueur d'année, compare les prix avec Internet et s'autorise moins d'achats plaisir que par le passé.

Internet qui se pose comme l'un des grands gagnants de ces soldes, avec une progression du panier moyen de 20% par rapport à l'année dernière, et un bond de 37% du chiffre d'affaires enregistré le premier jour des soldes (source FEVAD).

Autre facteur explicatif à prendre en compte, le très beau temps des mois d'avril et de mai, qui a provoqué une vague d'achats précoces de vêtements d'été.

#### INFORMATIONS ET CONTACTS

Bruno BOUTERIN - Chargé d'études T. 04 66 879 963 - E. [bruno-bouterin@nimes.cci.fr](mailto:bruno-bouterin@nimes.cci.fr)

Service communication - CCI de Nîmes T. 04 66 879 925 - E. [gael-martineau@nimes.cci.fr](mailto:gael-martineau@nimes.cci.fr)



## Un démarrage trop précoce

Concernant la date de démarrage des soldes, dont 79% des commerçants se déclarent à nouveau non satisfaits car trop précoce pour le sud de la France, la CCI de Nîmes avait entendu l'avis des commerçants dès les résultats de l'enquête des soldes d'été 2010 où une majorité de commerçants préconisait un démarrage début juillet. Elle a donc proposé au niveau de la CCI-Régionale dès fin 2010, un démarrage similaire à celui de la région PACA, le 6 juillet. Cette proposition n'ayant pas fait l'unanimité au niveau régional alors que cela était nécessaire pour obtenir cette dérogation, le démarrage au 22 juin s'est appliqué dans la Gard comme dans le reste de l'hexagone. Pour Eric Giraudier, Président de la CCI-T de Nîmes, *"ce bilan illustre la nécessité à travailler en parfaite harmonie avec l'ensemble de nos partenaires. Dans un contexte économique tel que nous le vivons, toutes les énergies doivent être mobilisées pour créer des conditions favorables à une reprise de l'activité commerciale"*. Danièle Paoli, vice-présidente en charge du commerce, appelle à un lancement en décalé des soldes d'été, entre le sud et le nord de la France.

## Canaliser le flux du E-commerce

Quant à la montée en puissance de la vente en ligne, la CCI de Nîmes innove en mettant en place pour la première fois dans la région un évènement dédié au développement commercial, au marketing opérationnel et aux nouvelles technologies : le DEVCOM. Organisé par la CCI de Nîmes le 13 octobre prochain, en partenariat avec la CCI de Montpellier, l'ADETEM (Association nationale des professionnels du marketing), le Cercle du Marketing Direct, les DCF (Dirigeants Commerciaux de France), et le club de la presse du Gard, cet évènement a pour objectif d'aider les entreprises à se développer grâce à ces nouveaux outils. Des animations dédiées aux commerçants seront notamment organisées.

## INFORMATIONS ET CONTACTS

Bruno BOUTERIN - Chargé d'études **T.** 04 66 879 963 - **E.** [bruno-bouterin@nimes.cci.fr](mailto:bruno-bouterin@nimes.cci.fr)

Service communication - CCI de Nîmes **T.** 04 66 879 925 - **E.** [gael-martineau@nimes.cci.fr](mailto:gael-martineau@nimes.cci.fr)