
Communiqué de Presse

La CCI présente un bilan des soldes d'hiver 2011, établi à partir d'une enquête auprès des commerçants Nîmois.

L'enquête réalisée par la CCI se situe dans un contexte national économique délicat. Le revenu net des ménages gardois est limité (20 113 € contre 23 202 € au niveau national). En janvier 2011, le moral des ménages restait fragile (Insee) : Légère dégradation de la situation financière, stabilité de l'épargne. Le contexte économique en France restait difficile (Insee) : Léger recul du niveau de vie, des tendances défavorables en ce qui concerne le chômage, une nouvelle augmentation de l'inflation perçue.

Réalisée dans le centre-ville (écusson) et dans les pôles commerciaux en périphérie de Nîmes, l'enquête s'est déroulée du 2 au 4 février 2011, soit trois semaines après le début des soldes. 316 commerçants ont été interrogés en face à face : 194 en centre-ville et 122 en périphérie.

En amont de l'enquête « soldes » la CCI a mesuré l'activité commerciale sur la fin d'année 2010. On constate des variations d'appréciation entre le centre-ville et la périphérie. Les achats de fin d'année ne semblent pas avoir impacté positivement l'activité commerciale.

- **43% des commerçants en centre-ville** se déclaraient satisfaits de leur activité commerciale en fin d'année, **contre 73% en périphérie**. Les commerçants indépendants se montrent, par ailleurs, moins satisfaits (37%) que les franchisés et succursalistes (74%).
- En moyenne, **la fréquentation de décembre a reculé de 5,5%** par rapport à l'année dernière, le **chiffre d'affaires a reculé de 5,3%**. Cette baisse concerne exclusivement le centre-ville avec une fréquentation en recul de 12,1% et un chiffre d'affaires en retrait de 10,5%. A contrario, **les commerces de périphérie enregistrent une hausse** de 6,0% de la fréquentation et de 3,9% du chiffre d'affaires.
- Le secteur de **l'équipement de la maison a particulièrement souffert**, la baisse moyenne de fréquentation est de 14,4% et celle du chiffre d'affaires de 9,4%. Le secteur de **l'équipement de la personne semble avoir été moins touché**, la baisse moyenne de fréquentation est de 4%, celle du chiffre d'affaires de 5,5%.

CONTACTS

Bruno BOUTERIN, Chargé d'études Commerce et Aménagement du territoire - CCI de Nîmes
T. 04 66 879 963 - E. bruno-bouterin@nimes.cci.fr

Catherine CAMARA, Direction de la communication - CCI de Nîmes

T. 04 66 879 905 - E. catherine-camara@nimes.cci.fr



L'enquête soldes permet de tirer plusieurs enseignements :

> Une bonne gestion des stocks, des démarques commerciales supérieures à 2010 pour ces soldes d'hiver 2011, et toujours des disparités centre-ville/périphérie.

En effet, les stocks étaient similaires à ceux de l'année dernière grâce à une bonne gestion des commandes.

- 56% des commerçants ont démarré les soldes avec **des stocks équivalents à ceux de l'année précédente**. **A contrario, en raison du recul** des ventes pendant la saison automne-hiver, les commerçants en équipement de la maison avaient des stocks d'avant soldes plus importants que l'année dernière.

> Un démarrage poussif en centre-ville malgré des remises intéressantes et une ouverture dominicale,

- 43% des commerçants ont observé **une fréquentation moins bonne au démarrage** qu'en 2010. Cette baisse est d'autant plus dommageable que l'année dernière avait déjà été très difficile en raison de la météo. Le centre-ville accuse particulièrement cette baisse de fréquentation qui touche 52% des commerçants. Les commerçants de périphérie ne sont que 29% à juger la fréquentation au démarrage moins bonne que l'année dernière.
- **Le pourcentage de remise** pratiqué lors de la première démarque était en moyenne **de -35%** équivalent à celui de l'an dernier pour 75% des commerçants. 22% des commerçants ont pratiqué des démarques supérieures à celle de l'année dernière, notamment en centre-ville, chez les indépendants, dans le secteur de l'équipement de la personne.
- **L'absence de dynamique commune pour l'ouverture dominicale a été dommageable**, notamment en centre-ville : Seuls 51% des commerçants ont ouvert le premier dimanche des soldes. Ils étaient 46% en centre-ville contre 58% en périphérie. 66% des commerçants n'ont pas ou peu étaient satisfaits de la fréquentation ce jour là.

> Au final, il en résulte un bilan de soldes d'hiver 2011, peu satisfaisant en centre ville, meilleur en périphérie.

- Les commerçants sont mitigés sur le chiffre d'affaires réalisé pendant les soldes. Ils sont **50% à le juger peu ou pas satisfaisant et 50% satisfaisant**. La situation est analogue pour l'ensemble des secteurs.
- **En centre-ville, 61% des commerçants jugent le chiffre d'affaires réalisé peu satisfaisant**. Pour les commerçants, « à la baisse de fréquentation s'ajoute la modestie des achats ». A l'inverse les **commerçants de périphérie sont 67% à être satisfaits** du chiffre d'affaires réalisé grâce à une meilleure fréquentation.
- Les commerçants ne sont que 53% à avoir observé un pic de fréquentation, qui s'est limité à la première semaine, aussi bien en centre-ville qu'en périphérie.

> dans la durée l'impact des soldes s'essouffle, notamment en centre ville

- Pour 54% des commerçants l'impact des soldes sur le chiffre d'affaires a eu tendance à se maintenir. L'essoufflement est spécialement fort en centre-ville où 41% des commerçants confirment cette tendance, alors qu'en périphérie 65% des commerçants jugent que l'impact se maintient.

CONTACTS

Bruno BOUTERIN, Chargé d'études Commerce et Aménagement du territoire - CCI de Nîmes
T. 04 66 879 963 - E. bruno-bouterin@nimes.cci.fr

Catherine CAMARA, Direction de la communication - CCI de Nîmes

T. 04 66 879 905 - E. catherine-camara@nimes.cci.fr



> Date unique, soldes flottantes et ventes internet

- **Même si la date unique est jugée positivement, le démarrage est trop tardif** : En moyenne, 57% des commerçants sont satisfaits de la date unique de démarrage au niveau national. La majorité des insatisfaits la juge trop tardive.
- **Des commerçants de moins en moins enclins à utiliser les soldes flottants** : 25% des commerçants ont utilisé le principe des soldes flottants au cours des 6 derniers mois (ils étaient 35% il y a un an). Seuls 47% des commerçants sont satisfaits de l'utilisation des soldes flottants. 22% seulement des commerçants se sont concertés avec leurs voisins commerçants, leur fédération professionnelle ou leur association de commerçants pour utiliser ces 15 jours de soldes flottants. L'absence de lisibilité du dispositif pour le consommateur pose problème.
- **La multiplication des bonnes affaires « dilue » l'impact des soldes** : 60% des commerçants affirment avoir utilisé des promotions, ventes privées... avant les fêtes et avant les soldes (ils étaient 50% en 2007). Il s'agit à 74% de commerçants franchisés ou succursalistes et principalement en équipement de la personne (62%). Parmi eux, 54% trouvent que cette utilisation a un impact positif car cela fidélise le client. On observe une dilution des « bonnes affaires » tout au long de l'année et plus seulement sur les 2 périodes annuelles de soldes. Cela peut expliquer le démarrage poussif des soldes car « un client, ayant déjà consommé, n'achète pas plus, particulièrement lorsque son budget est serré » (parole de commerçant).
- Dans le même temps, **52% des commerçants estiment qu'Internet constitue une concurrence** à leur activité pendant les soldes. Selon la FEVAD **les ventes sur Internet ont enregistré une hausse de 13%** par rapport à la même période des soldes d'hiver l'année dernière.

Cette année, l'enquête se termine avec un focus local sur l'impact des travaux en centre-ville de Nîmes.

L'impact des travaux est jugé important tant sur la fréquentation que sur l'activité des commerces. En effet, 80% des commerçants affirment que les travaux actuels ont un impact négatif sur leur activité (ils étaient 82% en mai 2010). En moyenne, les commerçants qui sont touchés, ont observé une baisse de fréquentation de -27,5% (-21,4% en mai 2010) et de leur chiffre d'affaires de -25,3% (-19,6% en mai 2010).

Dans ce contexte difficile, 50% des commerçants estiment être suffisamment informés sur les travaux du TCSP. Les consommateurs restent mécontents car l'accès et le stationnement sont difficiles.

CONTACTS

Bruno BOUTERIN, Chargé d'études Commerce et Aménagement du territoire - CCI de Nîmes
T. 04 66 879 963 - E. bruno-bouterin@nimes.cci.fr

Catherine CAMARA, Direction de la communication - CCI de Nîmes
T. 04 66 879 905 - E. catherine-camara@nimes.cci.fr