

Observatoire du Commerce

Bilan des soldes d'été 2011...

2 Août 2011



Quel bilan pour les soldes d'été 2011 ?

- > Rappel du contexte commercial national
- > Mesure de l'activité commerciale à Nîmes :
 - > au 2^{ème} trimestre,
 - > au démarrage des soldes,
 - > pendant les soldes (fréquentation, stocks, CA, évolution...),
 - > utilisation des soldes « flottants » par les commerçants,
 - > et prévisions pour le 3^{ème} trimestre.

Méthodologie

- > Territoire d'étude : le centre ville (l'Écusson) et les pôles commerciaux périphériques de Nîmes.
- > Enquête réalisée du 18 au 21 juillet 2011.
- > 150 commerçants interrogés par téléphone : 80 dans l'Écusson et 70 en périphérie.
- > Secteurs d'activité enquêtés :
 - ✓ Commerce de détail en équipement de la personne.
 - ✓ Commerce de détail en équipement de la maison.

LE CONTEXTE COMMERCIAL AU NIVEAU NATIONAL

Contexte commercial national

- > Le moral des ménages reste toujours très bas.
- > La consommation des ménages connaît un accès de faiblesse depuis le mois de mars en raison de :
 - > La fin de la prime à la casse.
 - > La répercussion de la hausse du prix des matières premières sur les prix de vente.

(source INSEE)

Prévision des soldes au niveau national

Malgré la morosité actuelle :

- > 79% des consommateurs pensaient faire les soldes.
- > Le budget moyen était estimé à 259 €.
- > La bonne affaire restait la première motivation des consommateurs avant l'achat plaisir.

(source IPSOS)

On observe dans le e-commerce :

- > +37% de chiffre d'affaires et +31% de commandes le premier jour des soldes.
- > Une progression de 20% du panier moyen par rapport à l'année dernière.

(source FEVAD)

BILAN DU COMMERCE NÎMOIS AU 2^{ÈME} TRIMESTRE 2011

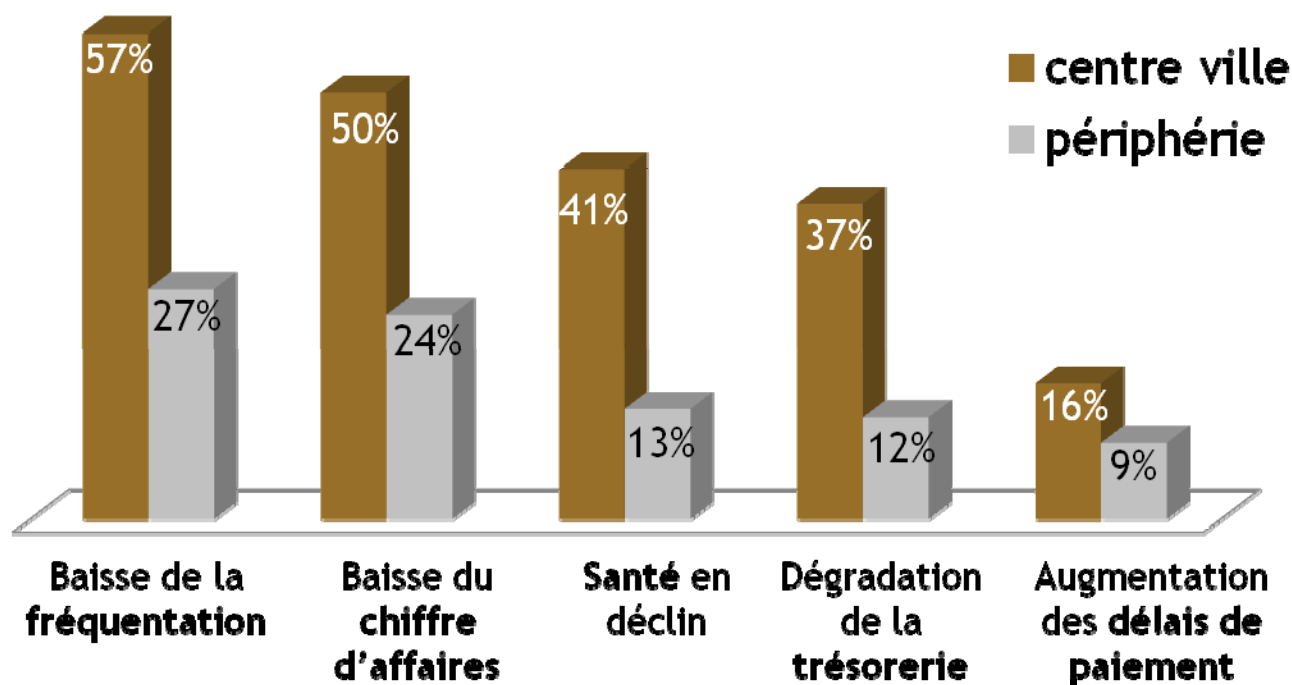
Le bilan du 2^{ème} trimestre n'est pas bon

On observe globalement une baisse de l'ensemble des indicateurs (soldes d'opinions) :

- ↓ Trésorerie (-11%)
- ↓ Fréquentation (-10%)
- ↓ Santé (-10%)
- ↓ Délais de paiement des clients (-10%)
- ↓ Emploi en CDI (-9%)
- ↓ Chiffre d'affaires (-5%)

Les difficultés en centre ville sont encore plus grandes qu'en périphérie

Part des commerçants qui déclarent des difficultés au 2^{ème} trimestre



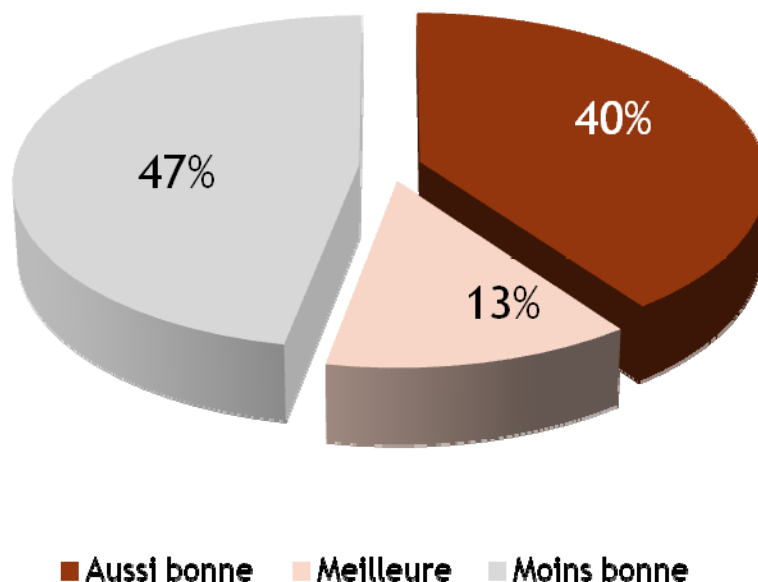
RÉSULTATS DE L'ENQUÊTE SOLDES D'ÉTÉ 2011 À NÎMES

Une date de démarrage trop précoce

- > 79% des commerçants ne sont pas satisfaits de la date unique de démarrage au plan national le 22 juin.
- > La majorité des commerçants juge ce démarrage trop précoce et propose un lancement des soldes **début juillet**.

Un démarrage sans enthousiasme malgré des remises similaires aux années précédentes

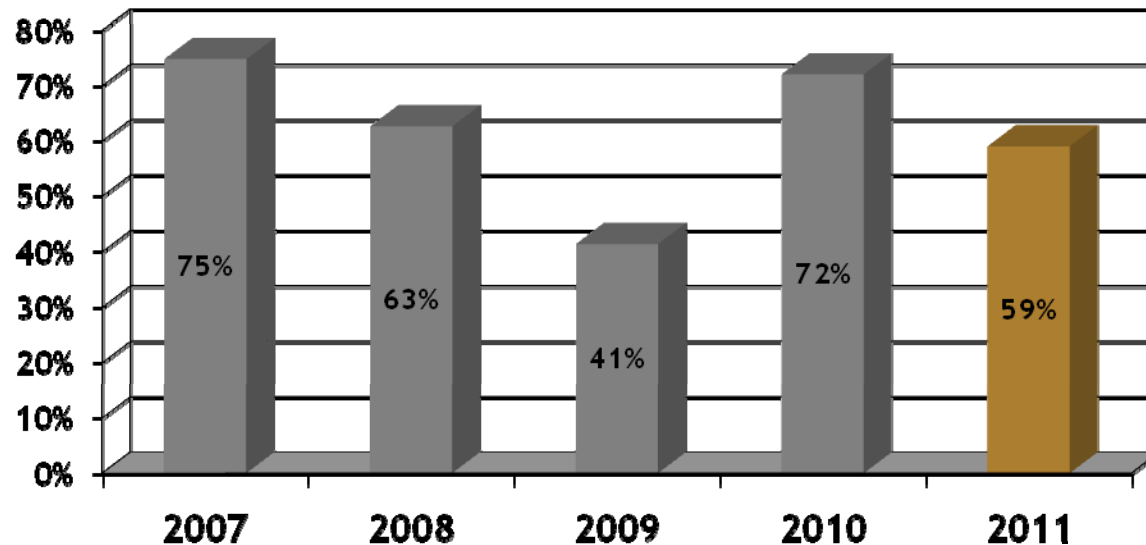
Par rapport à l'année dernière la fréquentation au démarrage était ?



- > 70% des commerçants ont appliqué un taux de démarque moyen de **-34%** (équivalent à celui de 2009 et 2010).
- > 26% des commerçants ont observé un pic de fréquentation qui s'est limité aux 3 premiers jours (39% en 2010).

L'impact des soldes sur le chiffre d'affaires déçoit ...

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



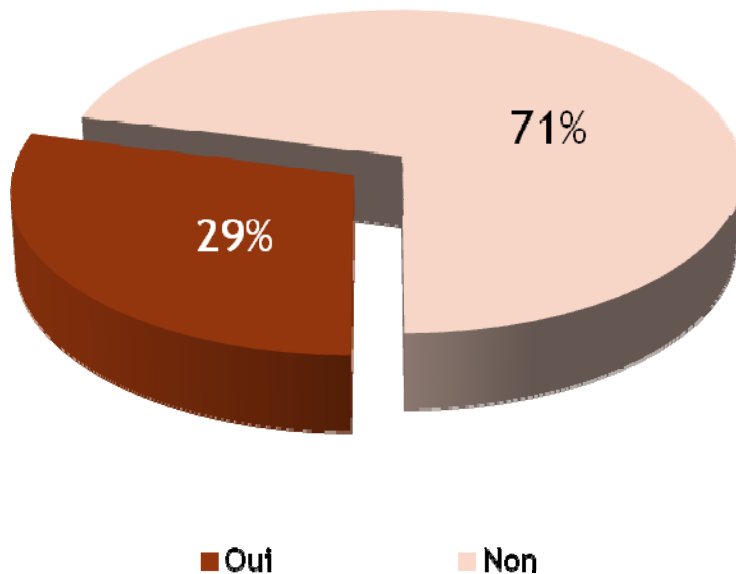
- > 59% des commerçants observent une hausse de l'ordre de 5 à 10% de leur chiffre d'affaires « soldes ». (72% en 2010)
- > 41% observent une baisse, de l'ordre de 10% (28% en 2010).

... notamment en équipement de la personne

- > Les soldes d'été 2011 ont globalement eu un impact similaire en périphérie et en centre-ville (57% des commerçants ont été satisfaits en périphérie et 53% en centre-ville);
- > Alors qu'en équipement de la maison 73% des commerçants sont satisfaits, ils ne sont que 45% en équipement de la personne.

Un recours moins important aux « bonnes affaires »

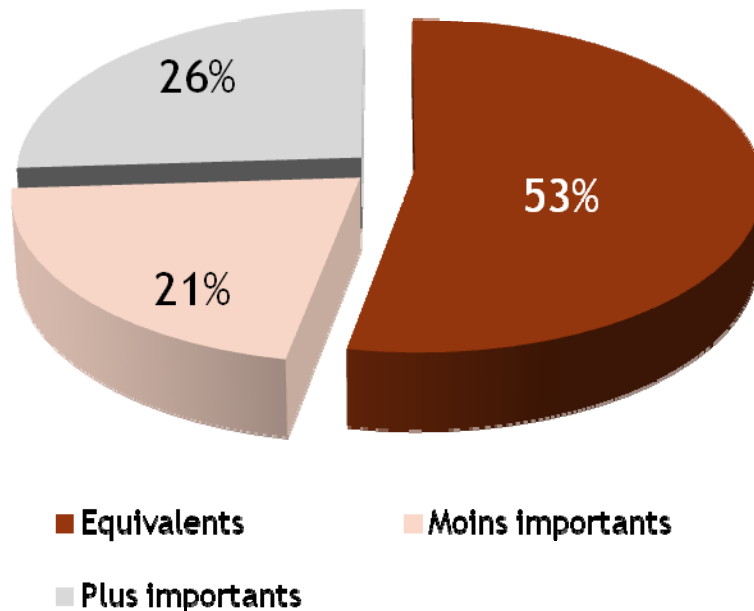
Avez-vous réalisé des promotions ou ventes privées avant les soldes ?



- > Seuls **29%** des commerçants affirment avoir utilisé des promotions, ventes privées, etc., avant les soldes (ils étaient 60% en 2010).
- > **31%** en équipement de la personne (44% en 2010).
- > **25%** en équipement de la maison (37% en 2010).

Une gestion des stocks prudente mais plus difficile en centre-ville

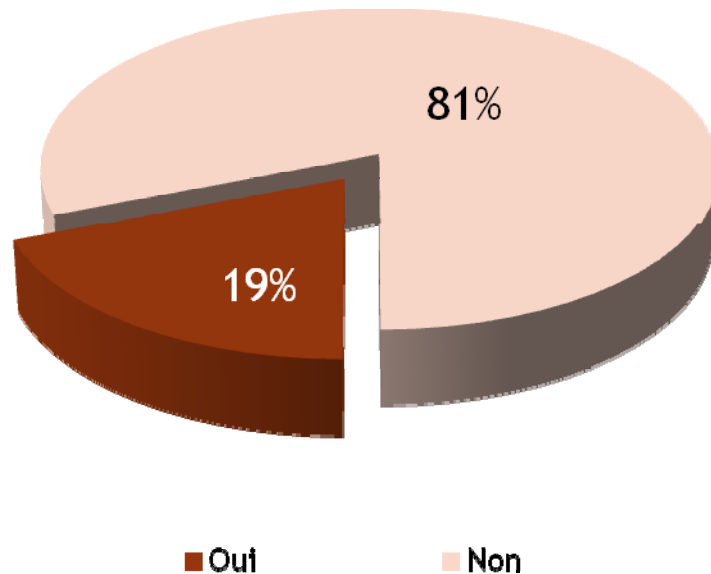
Par rapport à l'année dernière vos stocks au démarrage des soldes étaient ?



- > Des stocks identiques à la saison 2010 pour **53%** des commerçants.
- > **26%** des commerçants ont même des stocks inférieurs à l'année 2010.
- > **32%** des commerçants ont des stocks plus importants en centre-ville contre seulement 20% en périphérie par rapport à l'année dernière.

Des commerçants de moins en moins enclins à utiliser les soldes flottants.

Avez-vous utilisé les 15 jours de soldes flottants au cours des 6 derniers mois ?



- > 19% des commerçants ont utilisé des soldes flottants au cours des 6 derniers mois (ils étaient 33% il y a un an).
- > Les soldes flottants sont utilisés :
 - > Par 24% des commerçants dans le secteur équipement de la personne.
 - > Par 10% des commerçants dans le secteur équipement de la maison.
- > L'absence de lisibilité du dispositif pour le consommateur pose problème.

BILAN DES SOLDES D'ETE 2011

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

Les raisons :

- > Une date de démarrage trop précoce.
- > Un démarrage sans enthousiasme malgré des remises similaires aux années précédentes (-34% en moyenne).
- > Un impact des soldes sur le chiffre d'affaires qui déçoit les commerçants notamment en équipement de la personne.
- > Un recours moins important aux « bonnes affaires ».
- > Une gestion des stocks prudente mais plus difficile en centre-ville en raison des travaux.
- > Des commerçants de moins en moins enclins à utiliser les soldes flottants.

PREVISIONS DU COMMERCE NÎMOIS POUR LE 3^{ÈME} TRIMESTRE 2011

Les prévisions pour le 3^{ème} trimestre sont pessimistes

> Une vague de pessimisme

Seulement **15%** de commerçants prévoient une amélioration du secteur commerce dans les 3 mois à venir (**1%** des commerçants du centre-ville !).

> Les investissements en périphérie restent dynamiques

36% des commerçants de périphérie prévoient de faire des investissements au 3^{ème} trimestre malgré le contexte morose. Ces investissements intérieurs résultent des stratégies de groupe décidées bien en amont.