

Soldes d'Hiver 2010 : Quel bilan ?



Séance du 10 février 2010

Les soldes ont-ils encore une raison d'être ?

- Analyse du contexte commercial national
- Mesure de l'activité au démarrage des soldes à Nîmes
- Mesure de l'activité des commerçants de Nîmes pendant les soldes (fréquentation, CA, ...)
- Mesure de l'utilisation des 2 semaines de soldes flottants par les commerçants de Nîmes

Le contexte commercial au niveau national



Contexte commercial national

- **Pour le moment, les français continuent de consommer.**
 - La consommation des ménages a augmenté de 1% l'an dernier, après un recul de 0,6% en 2008. Sur le seul mois de décembre, elle a progressé de 2,1%, enregistrant un net rebond (+3%) au quatrième trimestre par rapport au troisième, le plus fort depuis dix ans.
- **Le moral des ménages se stabilise.**
 - Le moral des ménages français est resté quasiment stable en janvier mais cette situation ne suffit pas à redresser l'indice, toujours inférieur au niveau moyen des quinze dernières années. L'opinion progresse positivement sur la capacité à épargner et sur la situation financière. On note cependant une augmentation forte (+5 points) de l'inquiétude concernant une future inflation des prix.
- **Une inflation de la zone euro à 1% en janvier.**
 - L'inflation dans la zone euro a légèrement accéléré en janvier au rythme de 1% sur un an après 0,9% en décembre. Ce chiffre témoigne de la faiblesse de la reprise économique en Europe.
- **Les commerçants "positivent" à nouveau.**
 - L'indicateur de climat des affaires de janvier s'améliore légèrement dans le commerce de détail. C'est le commerce spécialisé qui s'en sort le mieux avec un raffermissement des ventes passées et une amélioration des perspectives de ventes et des intentions de commandes. Si l'activité s'est dégradée dans le secteur culture-loisirs-luxe, elle s'est renforcée dans l'équipement du foyer.

Contexte commercial national

- **Le commerce électronique toujours au beau fixe en 2009 (FEVAD):**
 - Les ventes en ligne ont progressé de 26% en 2009 (29% en 2008) pour atteindre 25 milliards d'euros de chiffre d'affaires en incluant les contenus en ligne (presse, jeux, musiques, ...).
 - Plus de 24 millions de français achètent sur Internet : +2 millions de nouveaux cyber-acheteurs en 2009 auprès de 64 000 sites marchands (+ 35% en un an).
 - De même, les internautes ont dépensé 5 milliards à l'occasion des fêtes de Noël (4,3 milliards en 2008).
 - Au premier jour des soldes d'hiver 2010, les internautes ont consommé 16% de plus qu'un an plus tôt (24 millions en 2009, 21 millions en 2008, 16 millions en 2007, 7 millions en 2006) (FEVAD).

Contexte commercial national

- **Un faux départ des soldes en raison de la neige :**
 - Mauvais départ pour les soldes en raison des conditions climatiques défavorables. Après une première journée satisfaisante, la neige a joué les trouble-fête. La grande majorité des circuits de distribution a subi un mauvais démarrage. Un faux départ qui intervient après une année 2009 noire.
 - Les français n'ont été que 58 % à faire les soldes lors de cette première quinzaine, contre 70 % un an plus tôt, confirme un sondage Ifop. Sur Internet, en revanche, c'est l'euphorie : + 19 % lors des six premiers jours, selon la Fédération de l'e-commerce et de la vente à distance (Fevad).
- **Le premier bilan des soldes d'hiver 2010 apparaît en demi teinte :**
 - En 10 ans, la proportion des personnes déclarant attendre les soldes pour effectuer des achats, notamment vestimentaires, est passée de 72% à 62%. **Le phénomène des soldes s'essouffle** (trop de bonnes affaires tuent les bonnes affaires).
 - ... mais il devrait rapporter **34,8 milliards d'euros aux distributeurs français** (les distributeurs prévoient une progression du chiffre d'affaires de 781 millions d'euros soit 2,3% de croissance par rapport à janvier 2009. 58% des français attendus lors des soldes de janvier dépenseront en moyenne 159 euros. Les soldes sur la toile devraient eux atteindre un montant de 3,1 milliards d'euros).

Résultats de l'enquête soldes d'hiver 2010



Méthodologie

- Territoire d'étude : l'Écusson et les pôles commerciaux périphériques de Nîmes
- Enquête réalisée du 27 au 29 janvier 2010, soit 3 semaines après le début de la période des soldes (début fixé au niveau national au 6 janvier 2010 jusqu'au 9 février inclus).
- 300 commerçants interrogés en face à face, 180 dans l'Écusson et 120 en périphérie.
 - ✓ Commerce de détail en équipement de la personne;
 - ✓ Commerce de détail en équipement de la maison.

Un mois de décembre plutôt bon qui confirme un rebond de la consommation

- L'activité sur l'année 2009 apparaît mitigé notamment en centre-ville.

	Total	Centre-ville	Périphérie
Bon	22%	18%	28%
Moyen	43%	45%	41%
Mauvais	35%	37%	31%

- L'activité sur le mois de décembre a été plutôt bonne notamment en périphérie, le centre-ville est aussi sur cette dynamique de rebond d'activité mais reste en retrait.

	Total	Centre-ville	Périphérie
Bon	43%	36%	53%
Moyen	40%	45%	32%
Mauvais	17%	19%	15%

Les commerçants confirment un démarrage des soldes difficile en raison de la météo

- Pour **85%** des commerçants la fréquentation au démarrage des soldes a été moins bonne qu'en 2009.
- Le taux de démarque moyen de **-40%** est équivalent à celui de 2009 pour **71%** des commerçants.
- **36%** des commerçants observent que le pic de fréquentation a eu lieu sur la seconde semaine en raison de la météo. Toutefois, ce dernier est resté limité dans le temps.

Parole de commerçants :

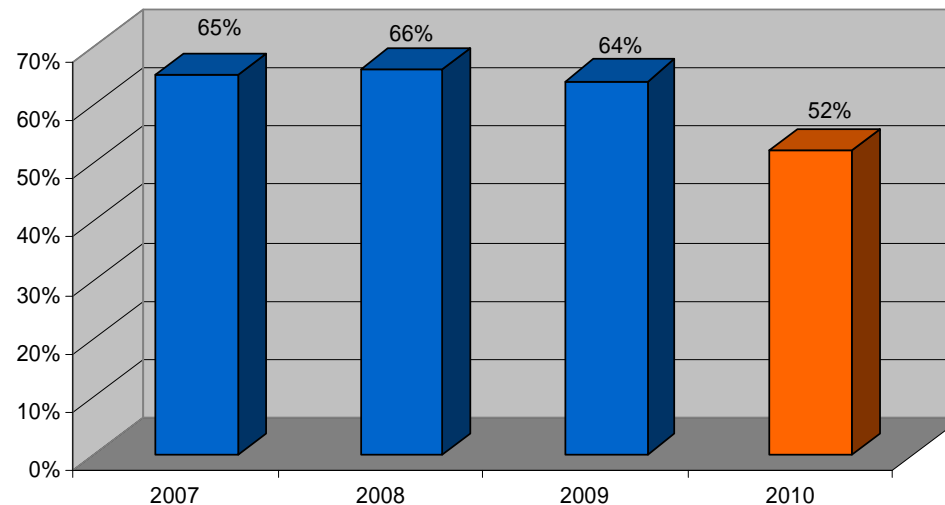
Le froid n'a pas été un allié de circonstance pour les soldes en commerce physique mais a fait le bonheur des sites Internet. Le démarrage dans les commerces a été difficile.

La date unique de démarrage des soldes pour l'ensemble du territoire national est appréciée par les commerçants. Toutefois, un démarrage la première semaine de janvier est jugé trop précoce par rapport aux achats des fêtes de fin d'année.

Un impact des soldes sur le chiffre d'affaires qui baisse après 3 années de quasi stabilité.

- **52%** des commerçants ont observé une stabilité ou une hausse de l'ordre de 5 à 10% de leurs chiffres d'affaires par rapport à 2009. Pour les 48% qui ont observé une baisse, elle est de l'ordre de -5%.

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



Tous les secteurs et formes de vente ne sont pas logés à la même enseigne

- Le démarrage des soldes d'hiver 2010 a été difficile :
 - en centre-ville et pour les commerces indépendants (90% des commerçants confirment cette tendance).
 - aussi bien en équipement de la personne que de la maison (95% des commerçants confirment cette tendance).
- Les soldes d'hiver 2010 ont mieux fonctionné :
 - en équipement de la maison (64% des commerçants déclarent un chiffre d'affaires stable ou en hausse contre 49% en équipement de la personne).
 - en périphérie (60% des commerçants déclarent un chiffre d'affaires stable ou en hausse contre 47% en centre ville).
 - dans le commerce franchisé et les succursales, ... (61% des commerçants non indépendants déclarent un chiffre d'affaires stable ou en hausse contre 45% des indépendants).

Des soldes flottants encore peu pratiqués

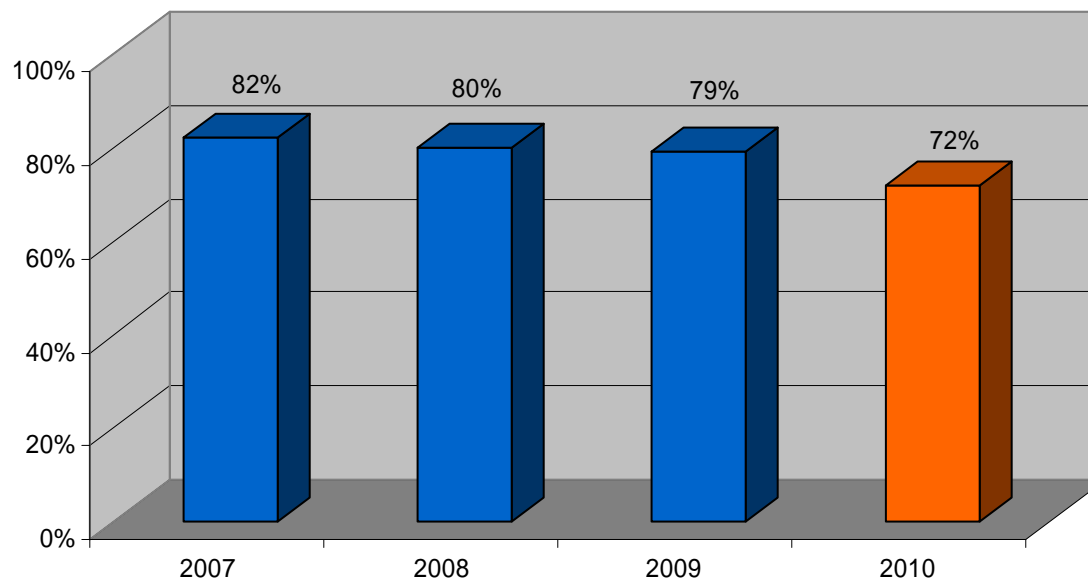
- La pratique est encore timide, seuls **34%** des commerçants ont utilisé les soldes flottants en 2009 principalement au printemps (mars/avril) et en automne (octobre/novembre).
- **54%** des commerçants non indépendants les utilisent contre seulement **19%** des commerçants indépendants. L'utilisation se fait en application des directives des sièges.
- **36%** des commerçants en équipement de la personne les utilisent contre seulement **24%** des commerçants en équipement de la maison.

Parole de commerçants :

L'utilisation a lieu de façon coordonnée dans les groupes ou les chaînes, mais de façon dispersée chez les indépendants.

La baisse de l'engouement des consommateurs pour les soldes se confirme

Part des commerçants jugeant un maintien ou un développement de l'impact des soldes sur le CA dans le temps



Parole de commerçants :

Les effets de la crise, les soldes flottants et autres périodes de bonnes affaires, continuent d'atténuer l'impact des soldes.

Hors périodes de soldes, les bonnes affaires ... progressent toujours

- **52%** des commerçants déclarent avoir réalisé des promotions et des ventes privées hors périodes de soldes.
- Toutefois, cette tendance est principalement le fait des franchisés et succursalistes car seulement **36%** des indépendants ont mis en place ce type d'opérations.
- L'équipement de la personne (**52%**) est plus particulièrement concerné par ces pratiques que l'équipement de la maison.

Parole de commerçants :

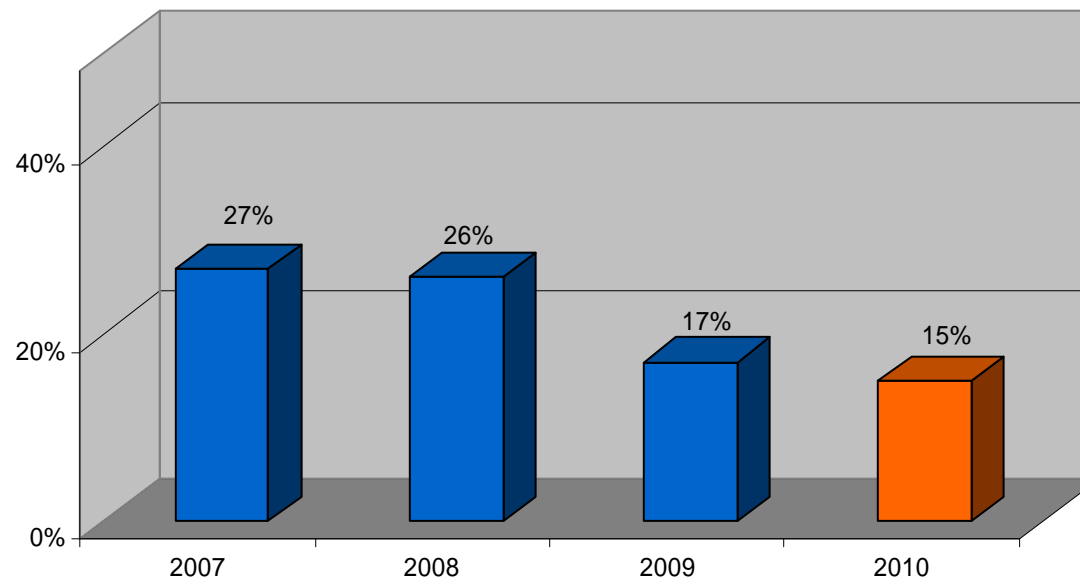
Pour les commerçants qui les pratiquent l'impact de ces périodes de bonnes affaires est modéré.

A contrario, les commerçants qui ne réalisent pas ces opérations observent un changement de comportement et confirment que la multiplication des périodes de "bonnes affaires" perturbe les consommateurs dans leurs actes d'achats.

Une gestion toujours prudente des stocks

- Des stocks globalement identiques à la saison 2009 pour 54% des commerçants voire moins importants pour 31% d'entre eux.

Part des commerçants jugeant les stocks plus importants par rapports à l'année précédente



- Une gestion des stocks qui continu à rester prudente depuis le début de la crise (baisse du moral des ménages, attentisme de ces derniers,...).

Soldes 2010 : Bilan sur les pôles commerciaux

Pôles	Soldes Hiver 2010 par rapport à 2009
Carré Sud	Stabilité
Cap Costières	Hausse
Ville Active	Baisse
Galerie Carrefour Nîmes Étoile	Hausse
Mas des Rosiers	Baisse
Centre-ville	Baisse

Synthèse soldes d'hiver 2010 et perspectives de consommation



Les problématiques des commerçants aujourd'hui

Les commerçants ont à faire face aujourd'hui à :

- Une généralisation et une banalisation du prix bas par la multiplication des bonnes affaires.
- Une surenchère promotionnelle qui brouille le message sur les prix.

Ce qui fait perdre ses repères aux consommateurs.

Perspective de consommation 2010 (observatoire CETELEM)

- 2009 a été l'année de l'électrochoc, le consommateur se remet progressivement de la crise. Celle-ci a réveillé la peur du manque que l'euphorie des dernières années avait réussi à faire oublier.
- Un léger mieux dans le moral des consommateurs est prévu en 2010. Mais même si la récession est écartée, les français anticipent des mois difficiles. Pour s'y préparer ils reconstituent leurs bas de laine. L'épargne va donc profiter du principe de précaution en 2010.
- La naissance d'un consomma©teur, à la recherche du rapport qualité/prix, à la recherche du mieux consommer (bio, équitable, occasion, ...), moins fidèle, est donc enclenchée.

Consommer en 2010 : pas moins, mais mieux