

Soldes : les centre-villes en profitent moins

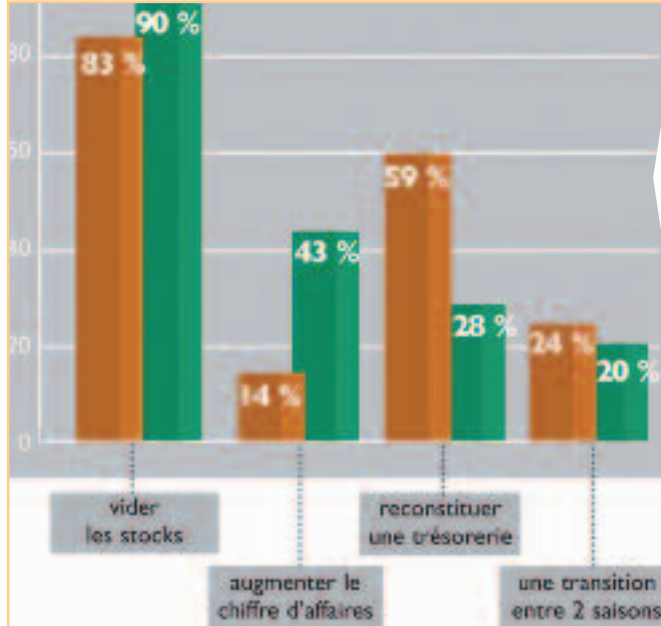
Les commerçants estiment, dans leur majorité, que leur chiffre d'affaires (CA) réalisé sur ces soldes d'hiver est en baisse par rapport aux derniers soldes d'hiver 2007. Cette même tendance, dans des proportions presque similaires, a déjà été observée il y a un an. C'est l'un des enseignements du bilan des soldes d'hiver réalisé par la CCI Essonne. Pour l'établir, elle a interrogé 100 commerçants du département, dont 60% implantés en centre-ville ou dans des quartiers. Les 40% restants sont des boutiques de centres commerciaux. Le fait marquant de ces soldes est qu'ils n'ont pas bien fonctionné peu importe la localisation, le type de commerce ou le secteur d'activité. La majorité des commerçants qui déclare une baisse du CA l'estime entre 5 et 10%.

En 2007, les centres-villes étaient gagnants

Cette tendance à la morosité comporte des disparités. Les commerçants implantés en centres commerciaux, en effet, ont mieux réussi leurs soldes que ceux implantés en centre-ville. Près de la moitié des commerçants

localisés en centre-ville connaît une baisse d'activité par rapport aux derniers soldes d'hiver. En centre commercial, "seulement" un tiers a subi une baisse. Il est à noter que l'année dernière, cette tendance était inversée : les centres-villes avaient réalisé de bien meilleurs soldes que les centres commerciaux. C'est dans le secteur de l'équipement de la personne que les soldes auraient été les moins bons. En effet, ils sont 44% à déclarer une baisse de chiffre d'affaires contre 41% pour le secteur culture/loisirs/sport et 31% dans l'équipement de la maison. Mais c'est aussi dans le secteur de l'équipement de la personne qu'ils sont les plus nombreux à déclarer une hausse de chiffre d'affaires...

La baisse de fréquentation a été subie par près de la moitié des commerçants. Le niveau de satisfaction global est donc mitigé. L'insatisfaction prédomine dans les secteurs de l'équipement de la personne (57%) et culture/loisirs/sport (67%). A l'inverse, le secteur de l'équipement de la maison est, pour les deux tiers, satisfait de ces soldes



d'hiver. Les commerçants en centres commerciaux sont, pour la majorité, satisfaits (56%) à l'inverse des commerçants en centre-ville. Seuls 40% d'entre eux sont satisfaits.

L'explosion des soldes sur Internet

L'une des principales causes de ces soldes moroses pour les magasins "traditionnels" (peu importe leur localisation) est probablement la croissance expo-

entielle des soldes par Internet. La Fevad (fédération du e-commerce et de la vente à distance) a, par exemple, enregistré le 9 janvier, premier jour des soldes, une hausse de 32% du CA des commerçants en ligne par rapport au 1^{er} jour des soldes de l'hiver 2007.

Autre facteur qui a pu contribuer à ces soldes d'hiver en demi-teinte, un écart qui se creuse de plus en plus entre les centres-villes et les centres commerciaux. En effet, les centres commerciaux

Une perception des soldes assez différente selon la localisation du commerçant : si les soldes sont avant tout l'occasion de vider les stocks pour tous les commerçants, ceux des centres commerciaux (en vert) estiment, plus souvent que les commerçants de centres-villes (marron), que c'est également une occasion d'augmenter leur chiffre d'affaires. Les commerçants en centres-villes pensent, dans leur majorité, que les soldes constituent une occasion de reconstituer leur trésorerie. Ces chiffres traduisent, dans une certaine mesure, les difficultés du commerce de proximité. (© CCIE)

de plus en plus nombreux à réaliser de très fortes réductions dès la première semaine (70% contre 60% lors des soldes d'hiver 2007). A l'inverse, les commerçants de centres-villes sont plus réticents à proposer de fortes démarques. Lors de la première semaine de ces soldes d'hiver, ils étaient 45% à pratiquer des réductions de 50% et plus, alors que cette année ils ne sont plus que 26%.