

# CCI'SCOPE

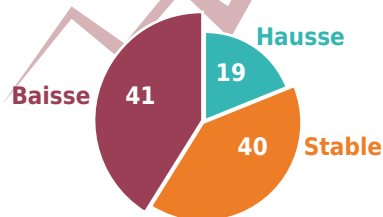
## COMMERCE

La note de conjoncture régionale des CCI du Centre-Val de Loire consacrée au Commerce

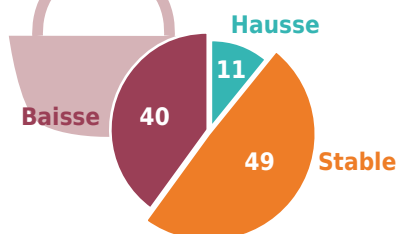
### UN ÉTÉ 2017 PLACÉ SOUS LE SIGNE DE LA STABILITÉ

#### Opinion des commerçants du Centre-Val de Loire (en %)

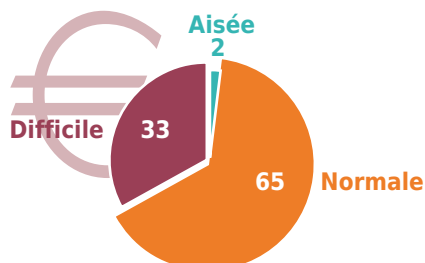
Évolution du chiffre d'affaires entre les 3<sup>e</sup> trimestres 2016 et 2017



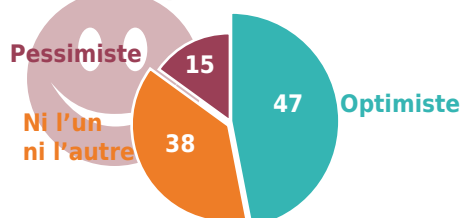
Évolution du panier moyen entre les 3<sup>e</sup> trimestres 2016 et 2017



Situation financière au 3<sup>e</sup> trimestre 2017



Confiance en l'avenir pour le prochain trimestre



Pour près de la moitié des commerçants interrogés, la saison estivale 2017 a fortement ressemblé à celle de 2016, ce qui se traduit pour eux par une **stabilité du chiffre d'affaires et du panier moyen**. Les facteurs qui auraient pu changer la donne ont en effet été comparables à ceux de l'an dernier : **les soldes ont généré un chiffre d'affaires et une fréquentation jugés stables partout en région, et la clientèle touristique a elle aussi globalement stagné** (même si des hausses de fréquentation plus notables ont été observées dans l'Indre et dans le Loiret). La bonne nouvelle est à chercher du côté de la situation financière, qui est jugée normale par 65 % des commerçants, nouveau record depuis le lancement de cette enquête, avec une **baisse significative du nombre de commerces connaissant une situation financière difficile** par rapport au trimestre précédent.

#### Une fin d'année stimulée par les fêtes... ou freinée par la réforme fiscale ?

Pour le trimestre à venir, le solde d'opinions reste largement positif avec **près d'un commerçant sur deux qui se déclare optimiste**. La raison principale reste liée à l'approche des fêtes de fin d'année, qui constitue toujours l'un des temps forts de la consommation française. Mais les commerçants misent également sur les **animations plus locales** pour créer une dynamique dans le centre-ville et faire bondir la fréquentation et les ventes. La Foire de la Saint-André est ainsi attendue à Chartres, tandis que les commerçants d'Orléans saluent l'initiative de la Fête du Tri.

Mais si la balance penche encore du bon côté, on observe déjà un **recul important du nombre d'optimistes par rapport au trimestre précédent**. Les premières mesures gouvernementales n'y sont pas étrangères, un certain nombre de commerçants craignant **l'impact des réformes touchant à la fiscalité des retraités** (hausse de la CSG) qui pourrait diminuer le pouvoir d'achat de cette clientèle importante (principalement dans les bassins de la région où la population est vieillissante).

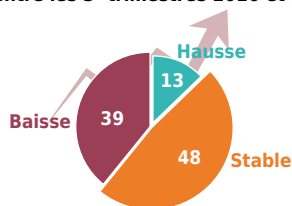
#### Des commerçants attachés aux périodes de soldes

Cette enquête a également été l'occasion de faire le point sur les soldes, dans le cadre de la réflexion engagée au niveau national sur une possible refonte de ces pratiques. Malgré des résultats jugés quasi-systématiquement décevants depuis plusieurs années, **les commerçants de la région ne semblent pas favorables à un bouleversement du système existant** : une large majorité (plus de 70 %) souhaite que les dates de démarrage des soldes d'hiver et d'été restent les mêmes, la quasi-totalité (96 % !) souhaite que le nombre de périodes de soldes reste fixé à 2. La seule envie de changement exprimée porte sur le nombre de semaines puisque la majorité (53 %) pense qu'il pourrait être réduit.

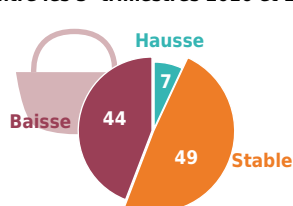
A propos des initiatives nationales importées de chez les Anglo-saxons (type Black Friday ou Boxing Day), les commerçants se déclarent réservés (60 % ne souhaitent pas que cela soit développé). Les conditions de réussite (que tous les commerçants jouent le jeu, en même temps, pour maximiser l'impact) ne semblent pas réunies à leurs yeux, et certains soulignent que dans des « petites » villes, la braderie peut tout à fait jouer ce rôle, car **le succès viendra avant tout de la volonté d'animer les commerces et la ville**.

## Opinion des commerçants du Centre-Val de Loire (en %)

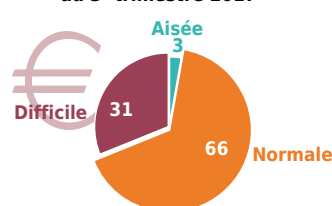
Évolution du chiffre d'affaires entre les 3<sup>e</sup> trimestres 2016 et 2017



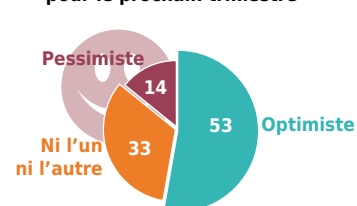
Évolution du panier moyen entre les 3<sup>e</sup> trimestres 2016 et 2017



Situation financière au 3<sup>e</sup> trimestre 2017



Confiance en l'avenir pour le prochain trimestre



- 48 % des détaillants déclarent une stabilité du **chiffre d'affaires** entre les 3<sup>e</sup> trimestres 2016 et 2017. A la même période en 2016, seuls 43 % annonçaient une stabilité du chiffre d'affaires.
- Près d'1 commerçant interrogé sur 2 juge le **panier moyen** stable par rapport au 2<sup>e</sup> trimestre 2016. Cette proportion est sensiblement identique à celle de l'année dernière à la même période (- 1 point).
- La **situation financière** est annoncée comme normale par 66 % des panélistes. Par rapport au 2<sup>e</sup> trimestre 2017, la situation semble s'améliorer car une baisse de 13 points des situations financières jugées difficiles est observée.

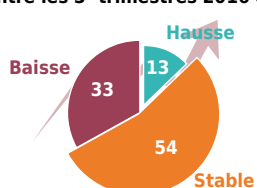
- La perspective des ventes alimentaires des fêtes de fin d'année permet à plus d'1 détaillant alimentaire sur 2 d'afficher une certaine **confiance en l'avenir**. Après l'euphorie du 2<sup>e</sup> trimestre 2017, cet optimisme perd 18 points mais est encore nettement supérieur au taux du début d'année et au niveau d'il y a 1 an. Le solde d'opinion (différence entre les opinions positives et négatives) reste largement positif (+ 39).
- Au niveau régional, 42 % des commerçants de l'alimentaire affirment avoir eu une **clientèle touristique** cet été. Proportion légèrement plus faible que l'année dernière. En revanche, une augmentation de la fréquentation, par rapport à l'été 2016, est mentionnée.



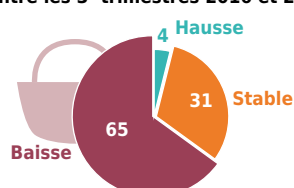
# Grande surface alimentaire (GSA)

## Opinion des commerçants du Centre-Val de Loire (en %)

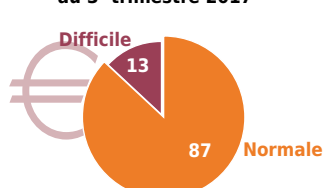
Évolution du chiffre d'affaires entre les 3<sup>e</sup> trimestres 2016 et 2017



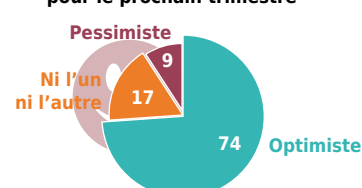
Évolution du panier moyen entre les 3<sup>e</sup> trimestres 2016 et 2017



Situation financière au 3<sup>e</sup> trimestre 2017



Confiance en l'avenir pour le prochain trimestre



- Les GSA déclarent à 54 % un **chiffre d'affaires** stable entre les 3<sup>e</sup> trimestres 2016 et 2017. La proportion de grandes surfaces jugeant leur CA en hausse a diminué de 31 points en un an.
- 65 % des commerçants annoncent un **panier moyen** en baisse contre 25 % l'année dernière. Les déclarations de baisse ont fortement progressé en 1 an dans l'ensemble des départements.
- La **situation financière** reste cependant massivement considérée comme normale (87 % des GSA du panel). Cette proportion est en progression de 19 points depuis le début de l'année. Ce trimestre, plus aucun panéliste ne juge la situation financière de sa grande surface aisée.

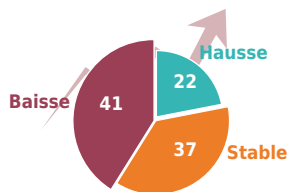
- Le secteur affiche de nouveau la plus forte proportion de commerçants optimistes, avec 74 % des GSA interrogées qui affichent leur **confiance dans l'avenir**. Le solde d'opinion est, de ce fait, largement positif (+65) et supérieur aux autres secteurs. Comme pour l'alimentaire, c'est notamment la perspective des fêtes de fin d'année qui nourrit cette confiance.
- 41 % des grandes surfaces alimentaires affirment avoir eu une **clientèle touristique** cet été. La fréquentation est massivement jugée stable par rapport à l'année dernière.
- La fréquentation des grandes surfaces pendant les **soldes d'été** est jugée stable par 82 % des panélistes et 64 % considèrent leur chiffre d'affaires inférieur à celui réalisé l'année dernière à la même période (+ 12 pts).



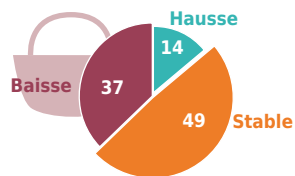
# Équipement de la maison

## Opinion des commerçants du Centre-Val de Loire (en %)

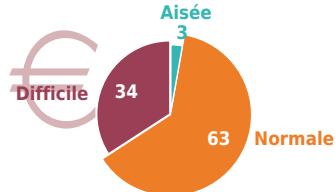
Évolution du chiffre d'affaires entre les 3<sup>e</sup> trimestres 2016 et 2017



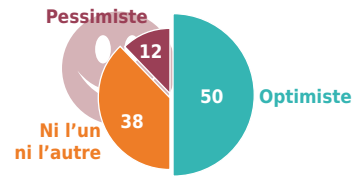
Évolution du panier moyen entre les 3<sup>e</sup> trimestres 2016 et 2017



Situation financière au 3<sup>e</sup> trimestre 2017



Confiance en l'avenir pour le prochain trimestre



- 41 % des détaillants en équipement de la maison déclarent un **chiffre d'affaires** en baisse entre les 3<sup>e</sup> trimestres 2016 et 2017. Pour plus de 60 % des commerçants régionaux enregistrant une baisse, celle-ci est inférieure à 10 %. A la même période en 2016, 46 % des panélistes annonçaient une baisse de leur CA.
- Près d'1 détaillant sur 2 déclare un **panier moyen** stable. Proportion sensiblement identique à l'année dernière.
- La **situation financière** est jugée normale par 63 % des commerçants enquêtés soit 10 points de plus qu'au 3<sup>e</sup> trimestre 2016. Cette proportion est identique à celle de 2016 à la même période. L'Eure-et-Loir se distingue avec 1 panéliste sur 2 annonçant une situation financière difficile.

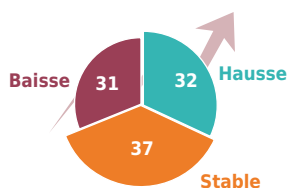
- La moitié des détaillants d'équipement de la maison interrogé affiche leur **confiance en l'avenir** (+ 21 pts par rapport à début 2017). Le solde d'opinion est positif (+ 38).
- Au niveau régional, environ 1 quart des commerçants du panel affirme avoir eu une **clientèle touristique** cet été. Proportion identique à l'année dernière. La fréquentation, par rapport à l'été 2016, est jugée stable par 48 %.
- Près de 60 % des panélistes ayant pratiqué des **soldes** considèrent avoir réalisé un chiffre d'affaires inférieur à celui des soldes de l'été 2016 (+ 21 pts) et annoncent une fréquentation stable (+ 6 pts).



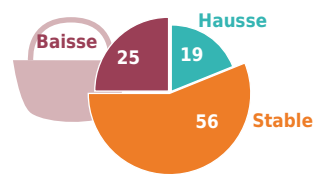
# Équipement de la personne

## Opinion des commerçants du Centre-Val de Loire (en %)

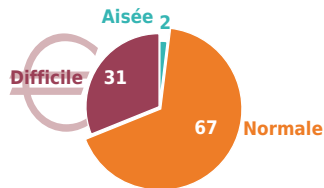
Évolution du chiffre d'affaires entre les 3<sup>e</sup> trimestres 2016 et 2017



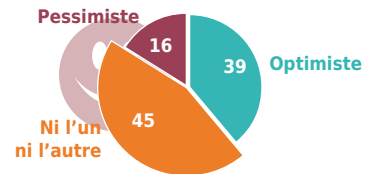
Évolution du panier moyen entre les 3<sup>e</sup> trimestres 2016 et 2017



Situation financière au 3<sup>e</sup> trimestre 2017



Confiance en l'avenir pour le prochain trimestre



- 37 % des panélistes jugent leur **chiffre d'affaires** stable. Globalement la situation semble continuer à s'améliorer : au 3<sup>e</sup> trimestre 2016, seuls 23 % déclaraient un CA stable par rapport à la même période en 2015 et 55 % le jugeait en baisse.
- 56 % des commerçants rapportent un **panier moyen** stable par rapport à celui du 3<sup>e</sup> trimestre 2016 (+ 9 pts).
- La **situation financière** des magasins est jugée normale par 67 % des détaillants enquêtés (+19 pts par rapport au 2<sup>e</sup> trimestre 2016).
- L'élan d'optimisme observé au 2<sup>e</sup> trimestre 2017 ne s'est pas prolongé. Seuls 39 % des commerçants continuent à se dire **confiants en l'avenir** (- 25 pts par rapport à l'enquête précédente). La perspective des ventes de fin d'année ne semble pas suffire à doper un moral en

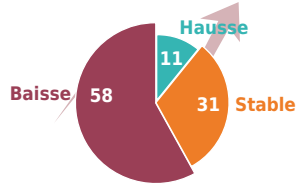
berne face à la baisse de fréquentation des centres-villes ressentie par les panélistes. Le solde d'opinion reste cependant positif (+ 23).

- Un tiers des détaillants d'équipement de la personne interrogé affirme avoir eu une **clientèle touristique** cet été. Pour près de 30 %, la fréquentation est jugée plus importante par rapport à l'année dernière.
- Plus de la moitié des commerçants du panel ayant pratiqué des **soldes** cet été affirment que le chiffre d'affaires réalisé est stable par rapport à l'année dernière (+ 10 pts) et que la fréquentation est également restée stable (+ 11 pts).

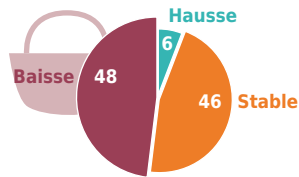


## Opinion des commerçants du Centre-Val de Loire (en %)

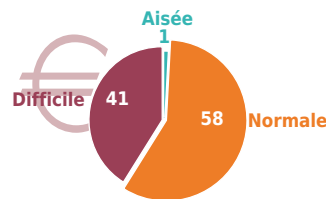
Évolution du chiffre d'affaires entre les 3<sup>e</sup> trimestres 2016 et 2017



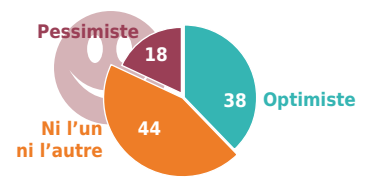
Évolution du panier moyen entre les 3<sup>e</sup> trimestres 2016 et 2017



Situation financière au 3<sup>e</sup> trimestre 2017



Confiance en l'avenir pour le prochain trimestre



- 58 % des commerçants déclarent un **chiffre d'affaires** au 3<sup>e</sup> trimestre 2017 en baisse par rapport à celui de 2016 (+20 pts sur 1 an). Pour 80 % de ces commerçants la baisse du chiffre d'affaires est inférieure à 10 %.
- Pour 48 % des commerçants le **panier moyen** est en baisse (+11 pts par rapport à la même période en 2016).
- 58 % des commerçants jugent normale la **situation financière** de leur magasin. Par rapport au 1<sup>e</sup> trimestre 2017, une dégradation s'observe avec une baisse de 8 points des situations normales et une progression de 13 points des situations financières difficiles.

- La **confiance en l'avenir** n'est plus affichée que par 38 % des détaillants (- 27 pts par rapport au trimestre précédent). Au niveau régional, le solde d'opinion est positif (+ 20) mais est retombé à son niveau du 1<sup>er</sup> trimestre 2017.
- Un quart du panel considère avoir eu une **clientèle touristique** cet été. 64 % de ces détaillants jugent la fréquentation touristique de leur commerce stable par rapport à l'été 2016.
- Près de la moitié des panélistes ayant pratiqué des **soldes** cet été considèrent avoir réalisé un chiffre d'affaires proche de celui de l'année dernière et 67 % estiment avoir eu une fréquentation identique.



## Indicateurs régionaux

	Établissements		Effectif salarié	
	Nombre	Évo. depuis 30 juin 16	Nombre	Évo. depuis 30 juin 16
<b>Alimentaire</b>	4.048	0,0 %	9.300	- 0,9 %
<b>GSA</b>	524	+ 4,0 %	24.381	+ 1,8 %
<b>Équip. de la maison</b>	2.298	- 0,1 %	9.798	- 4,5 %
<b>Équip. de la personne</b>	2.594	- 0,7 %	6.925	- 4,4 %
<b>Culture et loisirs</b>	2.663	+ 1,4 %	5.486	+ 1,2 %
<b>Total au 30 juin 2017</b>	12.127	+ 0,3 %	55.890	- 0,7 %

Sources :  
Établissements de commerce de détail : fichier des entreprises CCI Centre-Val de Loire  
Effectif salarié : URSSAF-ACOSS

### CDAC\* depuis le 1<sup>er</sup> janv. 17 en Centre-Val de Loire

<b>Dossiers autorisés</b>	32
<b>Mètres carrés autorisés</b>	82.265
<b>Dossiers refusés</b>	7

\*Commission Départementale d'Aménagement Commercial  
Source : Préfectures des départements du Centre-Val de Loire

Ce baromètre est issu d'une enquête réalisée auprès de 827 commerçants de détail représentatifs (répartis par secteur d'activités et par territoire) du 10 au 20 octobre 2017. La collecte d'informations a été réalisée par téléphone.

Échantillonnage et commerces de détail enquêtés :

- 31% Alimentaire : boucherie, charcuterie, boulangerie, pâtisserie, fruits et légumes, superette...
- 5 % Grande Surface Alimentaire (GSA) : hypermarché, supermarché...
- 19 % Équipement de la maison : appareils électroménagers, meubles et autres équipements du foyer, revêtements muraux et de sols, magasin de bricolage...
- 24 % Équipement de la personne : articles de voyage, chaussures, habillement, maroquinerie et textile, bijouterie, horlogerie, parfumerie, grands magasins...
- 21 % Culture et loisirs : articles de sport, ruraliste, cycles, jouets, livres, journaux et papeterie, logiciels et ordinateurs, matériels et enregistrements audio, musicaux et vidéo, fleuriste, jardinerie...