

## RAPPORT D'ACTIVITE / SYNTHÈSE TENDANCES SOLDES 1<sup>ER</sup> JOURS

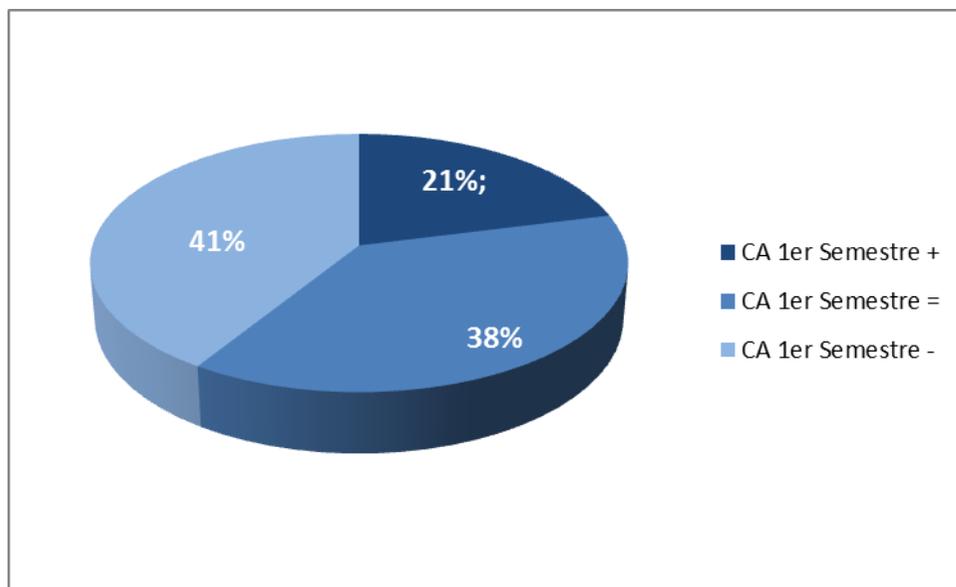
### CONTEXTE :

La CCI de Nice Côte d'Azur a souhaité interroger un échantillon représentatif des commerçants du département des Alpes-Maritimes au démarrage de la période des soldes (soit le 2 juillet 2014), afin de recueillir en quelques questions leurs premières impressions au démarrage de ce dispositif en faveur du commerce.

### OBJECTIFS QUANTITATIFS / QUALITATIFS

Afin de conserver une certaine pertinence, l'enquête s'est portée sur 275 entreprises réparties en fonction de leur secteur activité et localisation géographique. Des quotas ont également été imposés pour conserver une bonne représentativité de l'activité économique du 06. (Conf. tableau des quotas en ANNEXE 1)

### Tendances du 1<sup>er</sup> Semestre 2014 :

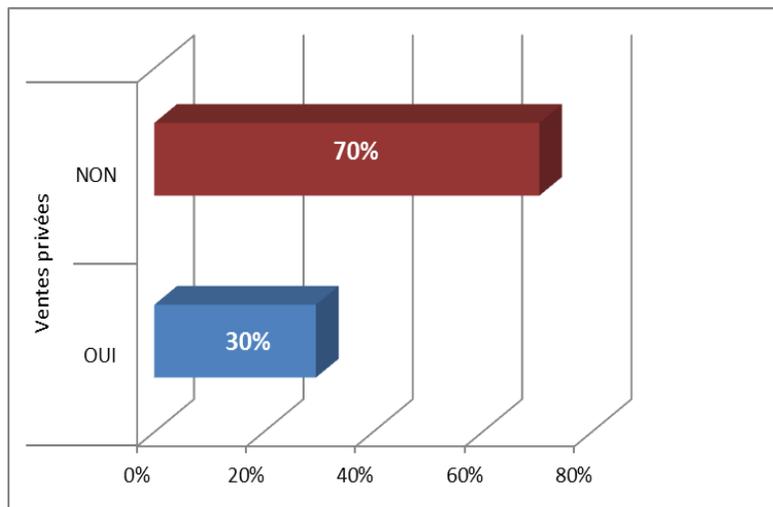


### Les entreprises du département des Alpes-Maritimes estiment qu'en termes de chiffre d'affaire, ce premier semestre a été :

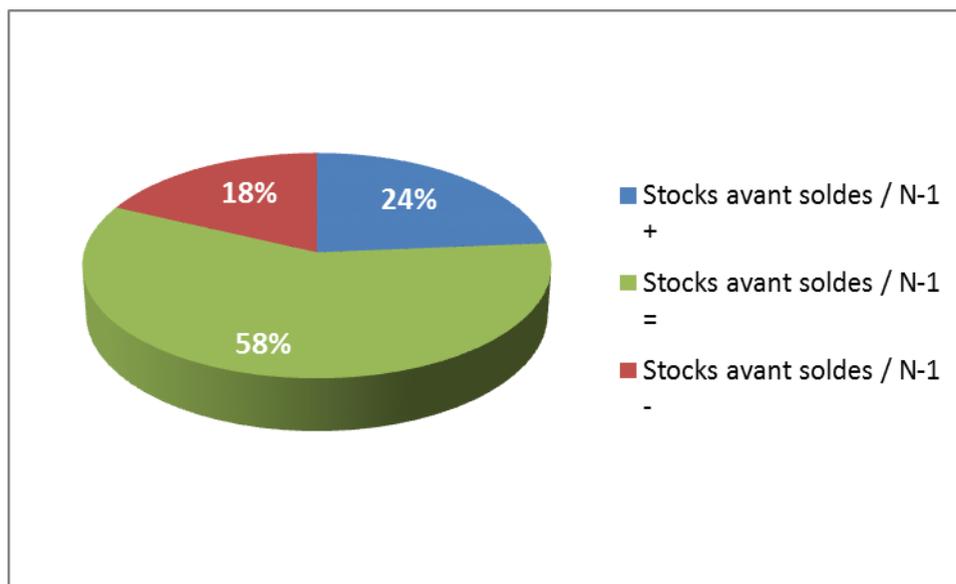
- Supérieur à l'année dernière pour 21 %
- Egal à l'année dernière pour 38 %
- Inférieur à l'année dernière pour 41 %

→ La tendance à mi-période pour 2014 présente ainsi une certaine morosité dans les affaires puisque **79% des commerçants sondés considèrent leur chiffre d'affaire comme inférieur ou égal à l'année passée sur ce 1<sup>er</sup> semestre.**

### La pratique des ventes privées



### Etat des stocks avant les soldes par rapport à N-1 :



### Les commerçants du 06 :

- 30% réalisent des ventes privées
- 70% ne mettent pas en place ce type de dispositif

→ Il est ainsi notable de constater que seule **une minorité des commerçants met en place le dispositif de vente privée** alors que ce type d'action à destination des « clients premium » permet de fidéliser une certaine clientèle, de se démarquer de la concurrence hors « période promotionnelle commune » et ainsi augmenter le CA sur des périodes moins porteuses.

Nota : Il est important de signaler que **la majeure partie des enseignes nationales mettent en place ce dispositif.**

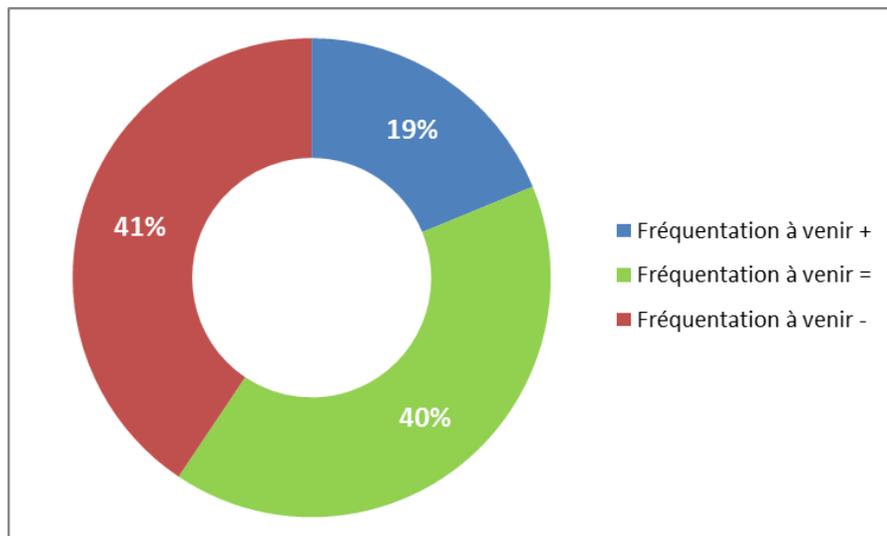
### La gestion des stocks :

- 24% estimaient leurs stocks comme supérieur à N-1
- 58% estimaient leurs stocks comme égaux à N-1
- 18% estimaient leurs stocks comme inférieurs à N-1

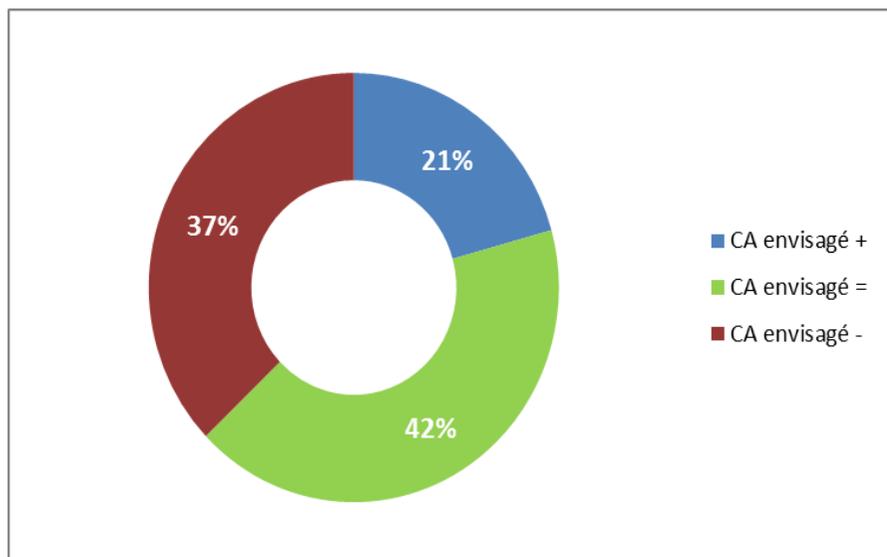
→ Ce point clé dans la gestion d'une activité semble avoir été traité avec pertinence par les commerçants puisque **76% d'entre eux considèrent leurs stocks comme inférieurs ou égaux à l'année N-1.**

Seuls **25% considèrent leurs stocks comme supérieurs mais devraient pouvoir proposer un panel de produits plus large dans la période des soldes** destinée initialement à cet effet.

**Tendances et attentes des commerçants en termes de fréquentation :**



**Tendances et attentes des commerçants en termes de Chiffre d'affaire :**



**Les commerçants azuréens estiment que leur fréquentation sera :**

- Pour 19% supérieure à celle de l'année dernière
- Pour 40% égale à celle de l'année dernière
- Pour 41 inférieure à celle de l'année dernière

→ Nous pourrions aisément faire le parallèle entre les CA du premier semestre et les attentes des commerçants en termes de fréquentation de leurs magasins puisque **81% présagent une fréquentation inférieure ou égale à l'année précédente.**

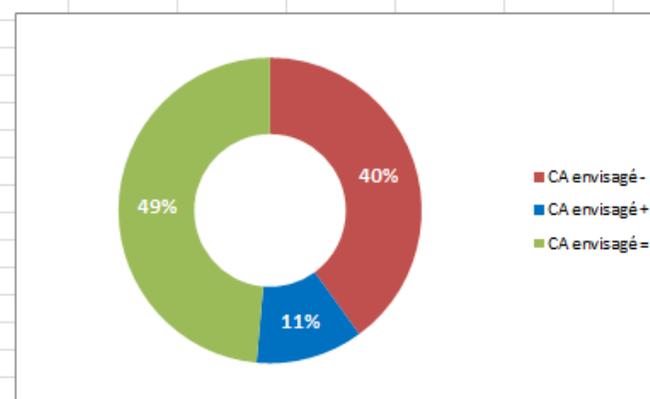
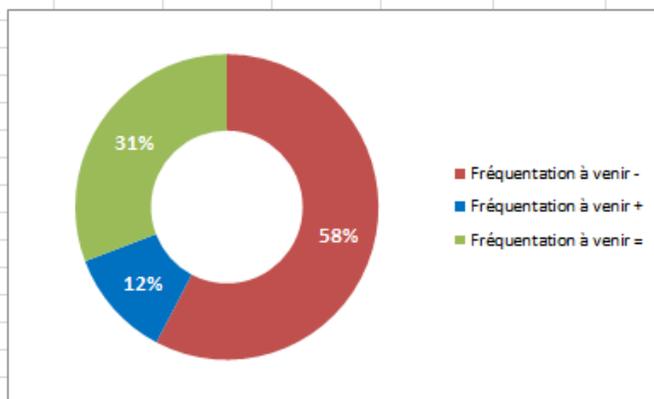
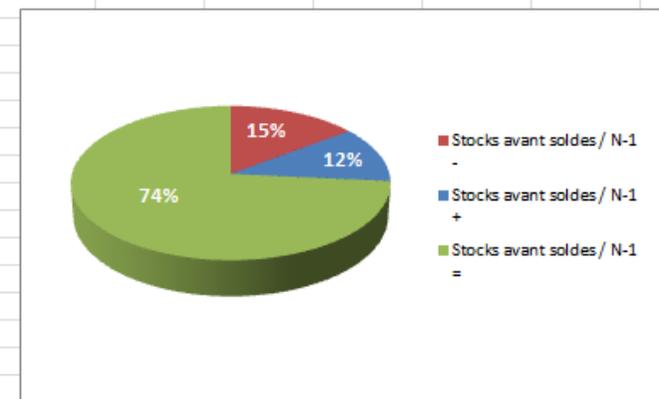
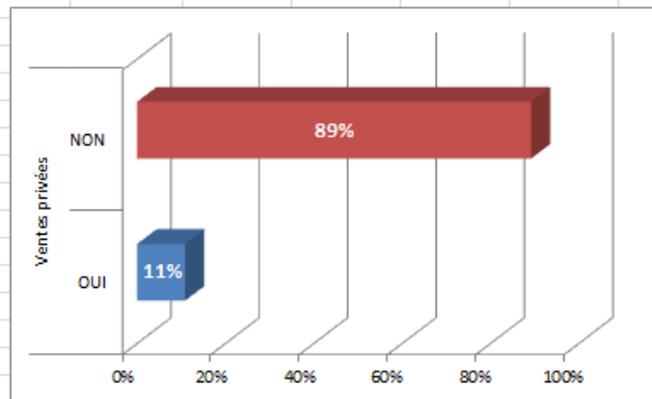
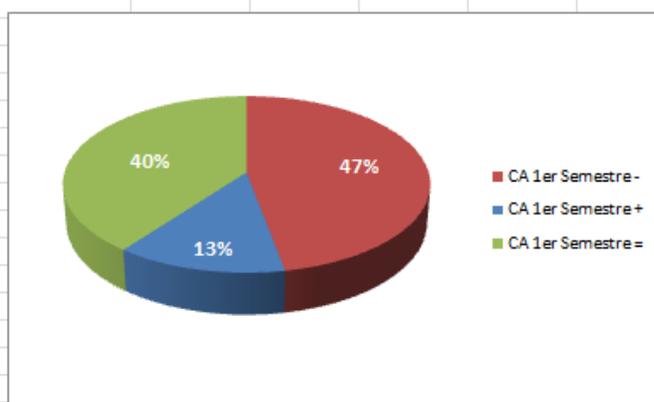
**Les commerçants azuréens estiment que leur CA sera :**

- Pour 21% supérieur à celui de l'année dernière
- Pour 42% égal à celui de l'année dernière
- Pour 37% inférieur à celui de l'année dernière

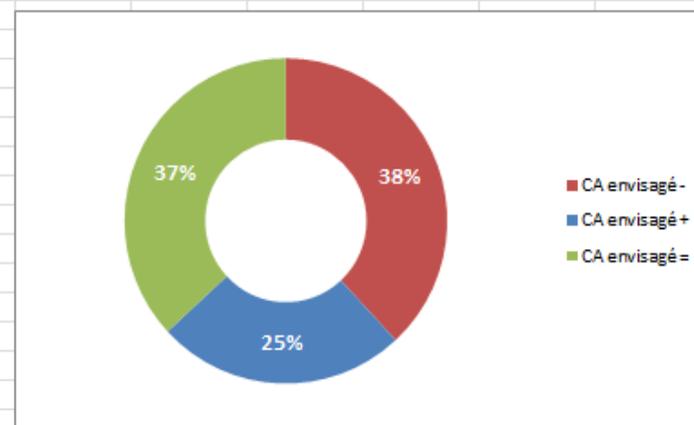
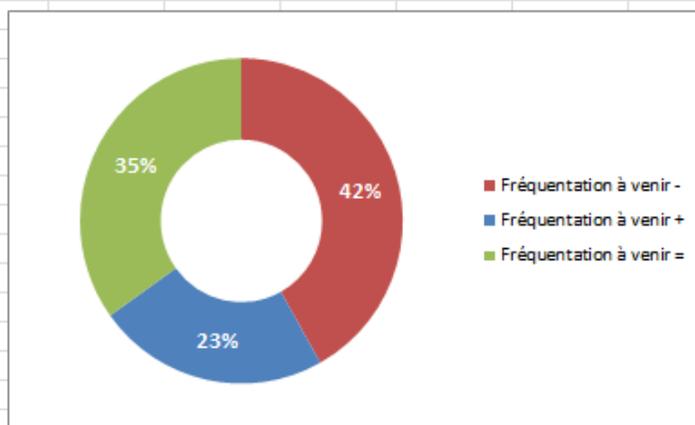
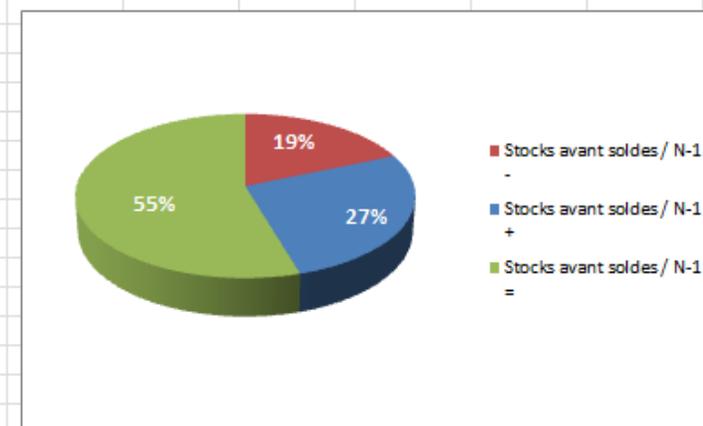
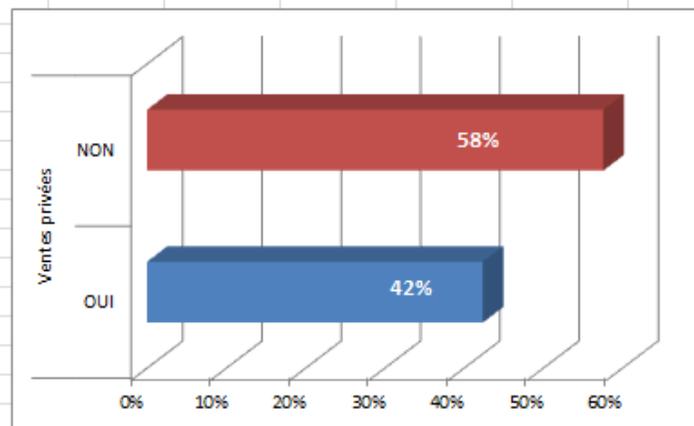
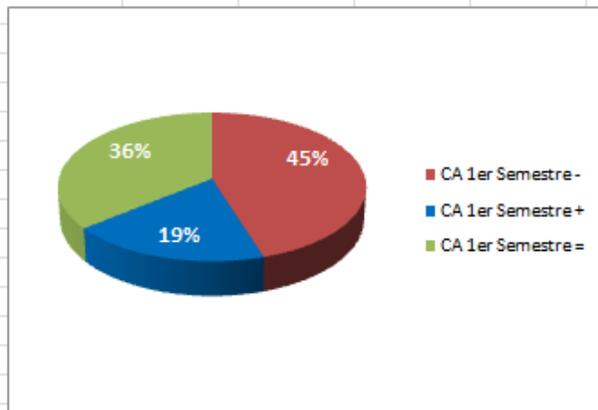
→ De nouveau il n'est pas surprenant de retrouver des **tendances du même ordre que celles exprimaient pour la fréquentation à venir.**

Seuls **21%** des commerçants attendent des retours positifs et sont **composés essentiellement d'activités des secteurs « équipement de la personne », « Loisirs et divers » et « Vente à distance »**

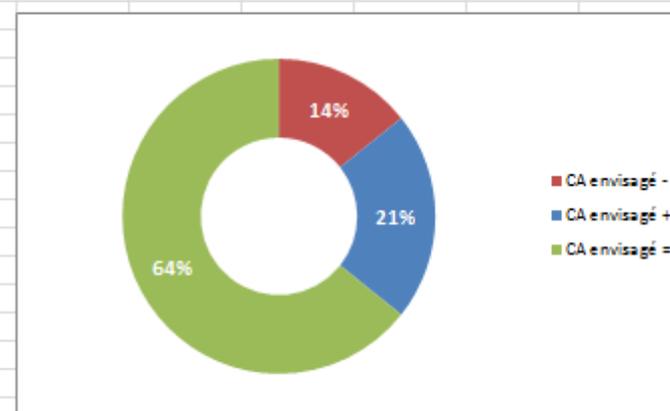
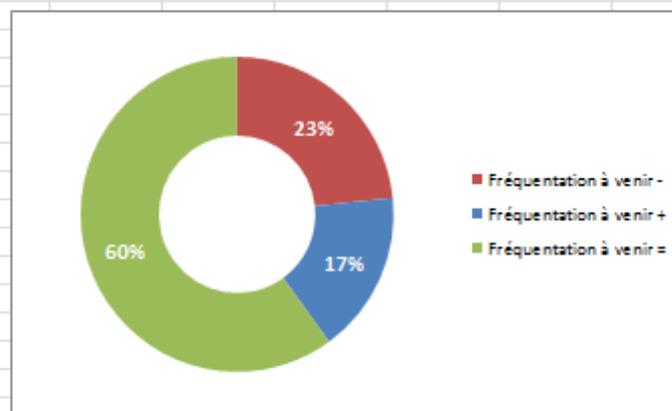
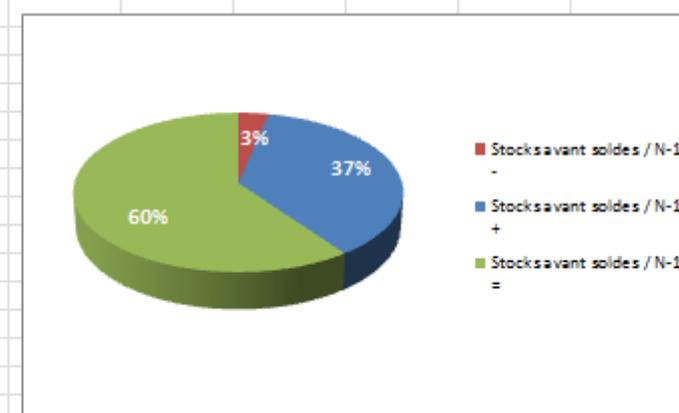
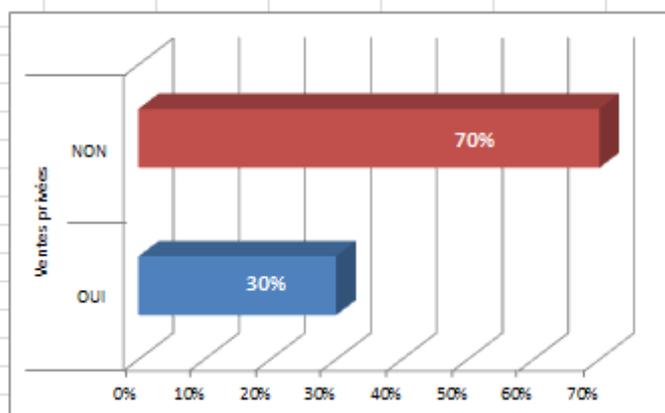
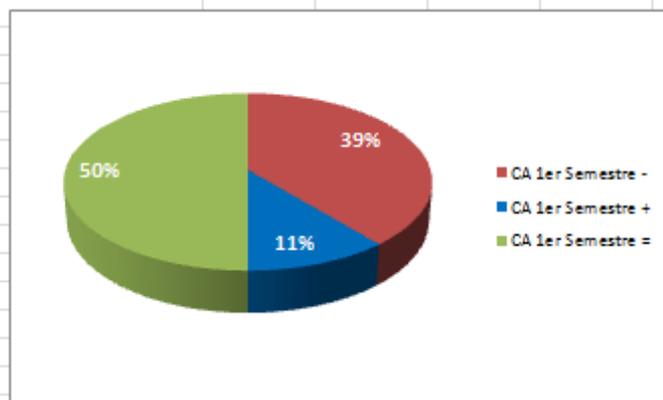
EQUIPEMENT DE LA MAISON :



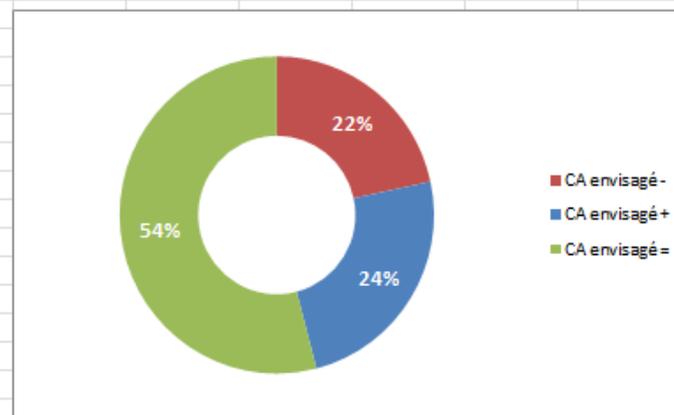
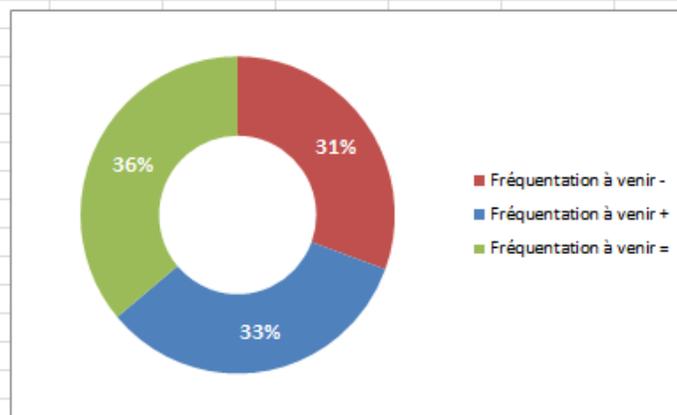
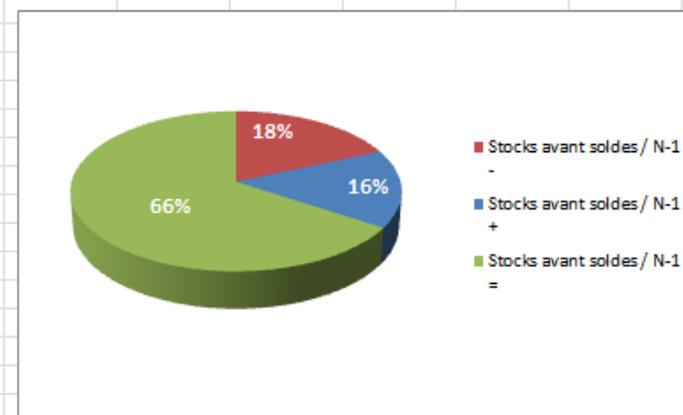
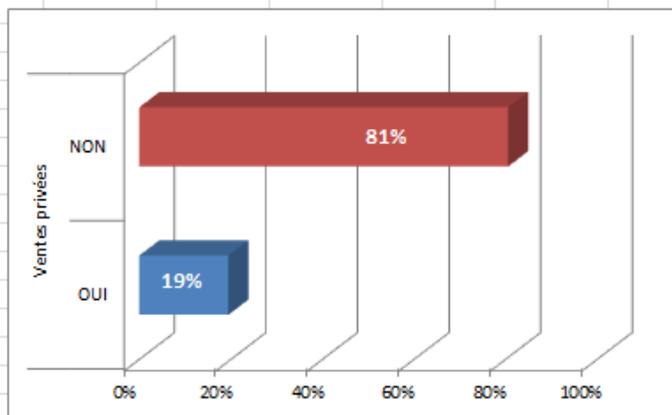
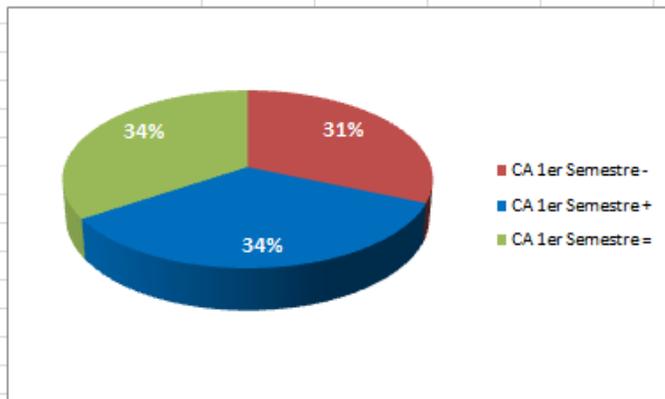
EQUIPEMENT DE LA PERSONNE :



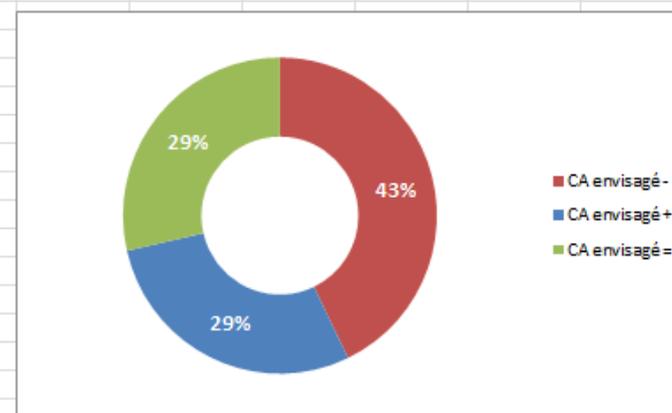
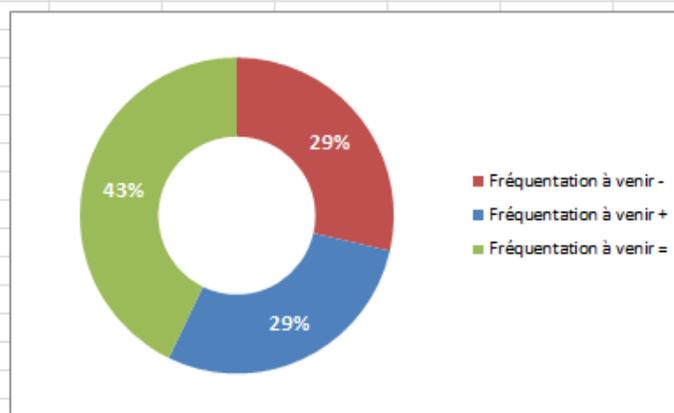
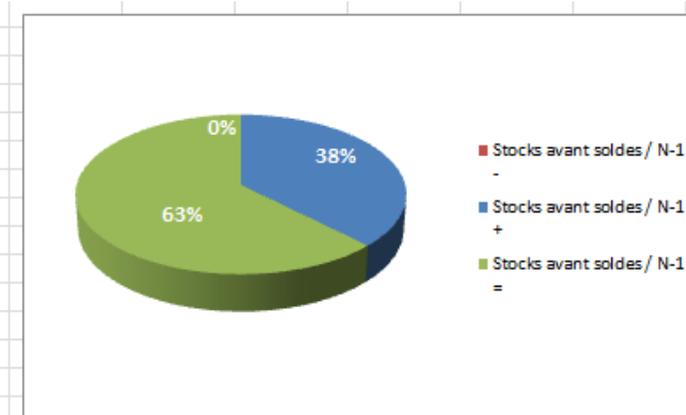
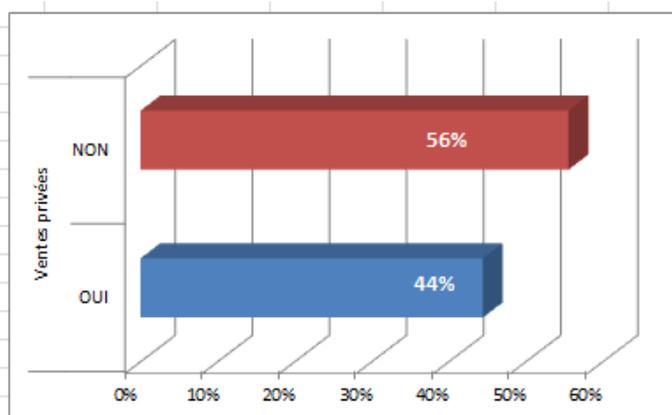
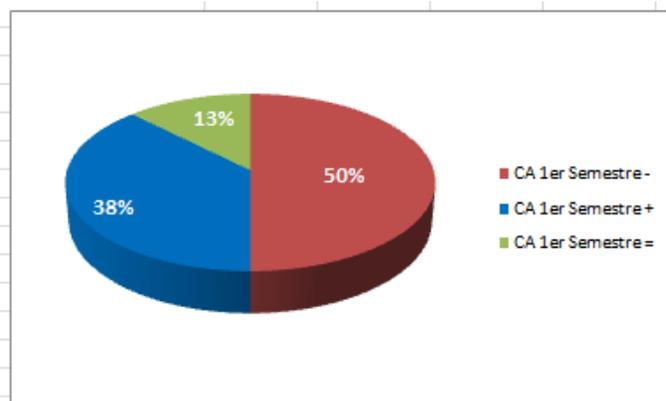
HYGIENE - BEAUTE - SANTE



LOISIRS - DIVERS



VENTE A DISTANCE



<i>NOMBRE D'ENTREPRISES</i>	<i>Bassin Est</i>	<i>Bassin Niçois</i>	<i>Bassin Cannois</i>	<i>Bassin Antibois</i>	<i>Haut-Moyen Pays</i>	<i>Centre Commerciaux</i>	<i>Total</i>
<i>Equipement de la maison</i>	57	306	214	171	32	28	<b>808</b>
<i>Equipement de la personne</i>	138	674	536	302	13	239	<b>1902</b>
<i>Hygiène, Beauté et Santé</i>	58	276	160	90	31	39	<b>654</b>
<i>Loisirs et divers</i>	52	272	203	169	49	66	<b>811</b>
<i>Vente à distance</i>	13	89	43	45	6	6	<b>202</b>
<b>Total</b>	<b>318</b>	<b>1617</b>	<b>1156</b>	<b>777</b>	<b>131</b>	<b>378</b>	<b>4377</b>

	<i>Bassin Est</i>	<i>Bassin Niçois</i>	<i>Bassin Cannois</i>	<i>Bassin Antibois</i>	<i>Haut-Moyen Pays</i>	<i>Centre Commerciaux</i>	<i>Total</i>
<i>Equipement de la maison</i>	1,30%	6,99%	4,89%	3,91%	0,73%	0,64%	<b>18,46%</b>
<i>Equipement de la personne</i>	3,15%	15,40%	12,25%	6,90%	0,30%	5,46%	<b>43,45%</b>
<i>Hygiène, Beauté et Santé</i>	1,33%	6,31%	3,66%	2,06%	0,71%	0,89%	<b>14,94%</b>
<i>Loisirs et divers</i>	1,19%	6,21%	4,64%	3,86%	1,12%	1,51%	<b>18,53%</b>
<i>Vente à distance</i>	0,30%	2,03%	0,98%	1,03%	0,14%	0,14%	<b>4,62%</b>
<b>Total</b>	<b>7,27%</b>	<b>36,94%</b>	<b>26,41%</b>	<b>17,75%</b>	<b>2,99%</b>	<b>8,64%</b>	<b>100,00%</b>

<i>NOMBRE DE QUESTIONNAIRE A REALISER PAR QUOTA</i>	<i>Bassin Est</i>	<i>Bassin Niçois</i>	<i>Bassin Cannois</i>	<i>Bassin Antibois</i>	<i>Haut-Moyen Pays</i>	<i>Centre Commerciaux</i>	<i>Total</i>
<i>Equipement de la maison</i>	4	19	13	11	2	2	<b>51</b>
<i>Equipement de la personne</i>	9	42	34	19	1	15	<b>119</b>
<i>Hygiène, Beauté et Santé</i>	4	17	10	6	2	2	<b>41</b>
<i>Loisirs et divers</i>	3	17	13	11	3	4	<b>51</b>
<i>Vente à distance</i>	1	6	3	3	0	0	<b>13</b>
<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>102</b>	<b>73</b>	<b>49</b>	<b>8</b>	<b>24</b>	<b>275</b>

