

Enquête Flash

Baromètre conjoncture Commerce 2018

Répondants :

- Secteurs d'activité :
 - o Santé / Hygiène / Beauté / Optique : 24 %
 - o Alimentaire : 14 %
 - o Restaurant / Bar / Brasserie : 11 %
 - o Equipement de la maison : 12.5 %

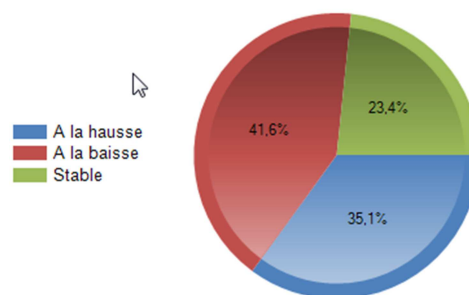
- Localisation :
 - o Centre-ville : 78.5 %
 - o ZAC : 11 %
 - o Centres commerciaux : 10 %

Une année 2018 qui se termine sur une note en demi-teinte

2018 s'est terminée sur une note en demi-teinte pour le commerce essonnien. D'après le dernier baromètre conjoncture réalisé par la CCI Essonne du 22 au 28 janvier 2019, 1 commerçant sur 2 qualifie son activité 2018 de décevante voire très décevante.

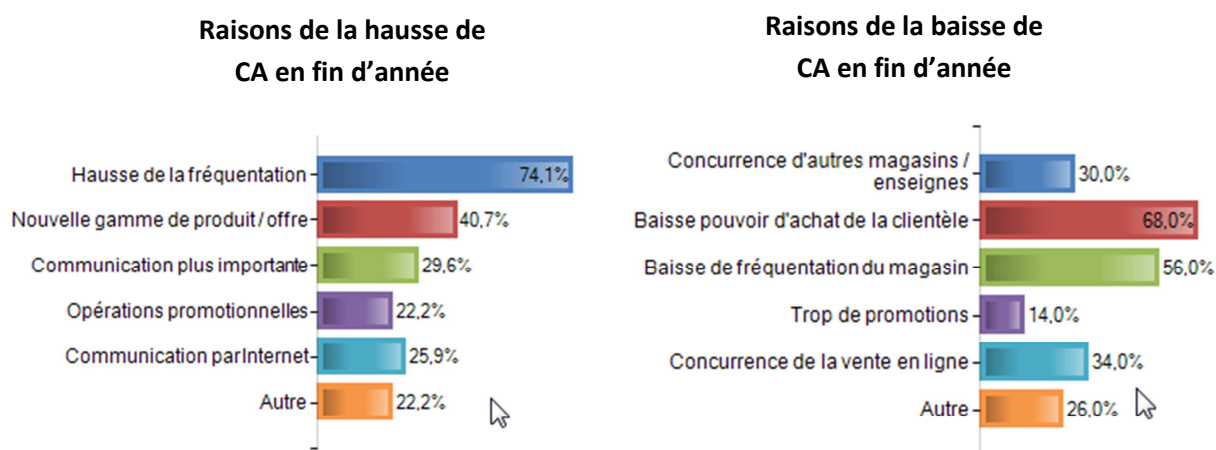
A la clôture de l'année 2018, ils affichent :

- un CA en baisse par rapport à 2017 pour 42 % des répondants
- un CA à la hausse pour 35 % d'entre eux



Les motifs avancés sont variables mais la baisse du pouvoir d'achat de la clientèle (68 %) arrive en tête. Un facteur à mettre en lien direct avec la baisse de fréquentation ressentie par 56 % des commerçants déçus. En dépit des idées reçues, la concurrence d'Internet n'arrive qu'en 3^{ème} position des motifs avancés par les commerçants sur la baisse de leur activité (1 commerçant sur 3).

S'agissant des commerçants ayant terminé l'année sur une note positive (35 %), la hausse de la fréquentation arrive en première position des facteurs d'augmentation (74 % des répondants). Une hausse de fréquentation qui repose en grande partie, selon les commerçants, sur la proposition d'une nouvelle gamme de produit (41 %) voire une politique de communication plus importante (30 %).



2018 marquée par le mouvement des Gilets Jaunes

Difficile de parler de la conjoncture de 2018 sans évoquer le mouvement des « gilets jaunes ». Selon les répondants à l'enquête, le mouvement social a eu un impact sur l'activité pour près de 64 % des commerçants. Cet impact a été, à la marge, positif car seuls 8 % des commerçants concernés évoquent un effet bénéfique de report de la consommation dans leur commerce en raison des mouvements sur Paris.

En revanche, les commerçants font majoritairement état d'un effet négatif sur leur activité de fin d'année. Interrogés fin décembre, les présidents d'associations avaient déclaré un impact du mouvement social sur :

- la fréquentation (pour 56 %)
- le CA (pour 67 %)
- l'approvisionnement des magasins (pour 44 %)

Zoom sur la digitalisation des commerces

L'enquête conjoncture a été l'occasion d'interroger les commerçants sur l'un des enjeux du commerce de proximité, à savoir la digitalisation. 72 % des interrogés affirment utiliser un ou plusieurs outils digitaux dans le cadre de leur activité : Page Facebook (pour 79 %), site vente en ligne / click and collect / market place (66 %) et logiciel de gestion de caisse ou de stock (54 %).

Interrogés sur les effets de cette digitalisation dans leur activité, les commerçants évoquent principalement un gain de visibilité (76 %) et l'arrivée de nouveaux clients (61 %). Ces chiffres confortent l'idée selon laquelle les commerçants de proximité ont tout intérêt à adopter les nouveaux outils digitaux qui existent, tant en matière de communication que de gestion. Le gain de visibilité et l'arrivée d'une nouvelle clientèle ne pourra que se traduire par un gain de chiffre d'affaires à court et moyen terme.

Les soldes d'hiver 2019 : un démarrage inquiétant

Les soldes d'hiver 2019 confortent malheureusement l'inquiétude des commerçants pour l'année qui vient. 75 % craignent une activité à la baisse ou tout du moins stable en 2019.

Selon 82 % des répondants, la première quinzaine des soldes d'hiver est décevante voire même très décevante ! La crise économique est (encore) la première à pointer du doigt (pour 82 % des commerçants déçus). A l'inverse, parmi les commerçants satisfaits (18 %), la météo clémente du début d'année ainsi que les fortes premières démarques ont positivement impacté le lancement des soldes.

