



# Ec'horizon COMMERCE

1<sup>er</sup> TRIMESTRE  
AVRIL 2015

CHIFFRE  
D'AFFAIRES  
1<sup>er</sup> TRIM 2015



## Le repli au rendez-vous de l'hiver.

Les résultats de l'enquête de la CCI du Cher, réalisée entre le 23 mars et le 15 avril 2015, auprès de 132 commerçants montre une perception de la conjoncture défavorable voire très défavorable pour 76 % des sondés. Quant à celle à venir pour le deuxième trimestre, ils la jugent dans les mêmes termes pour 67 %.

59 % des chefs d'entreprises interrogés indiquent des ventes décevantes au regard de leurs objectifs. Alors que le 4<sup>ème</sup> trimestre 2014 annonçait un redoux avec un 50/50 à ce même critère, le début de l'année renoue avec la tendance baissière.

Effectivement, cette baisse de chiffre d'affaires par rapport à l'an passé concerne 55 % des répondants. De plus, pour un commerce sur deux elle est supérieure à 10 %.

Selon les commerçants, l'évolution du chiffre d'affaires à la baisse s'explique par la concurrence, le repli du pouvoir d'achat, les attentats, la crise économique et les charges qui pèsent sur les entreprises. Pour ceux qui ont vu leur activité en hausse : l'animation, le renouveau, la qualité et le relationnel sont mis en avant. Enfin, deux éléments où les avis sont partagés : l'arrivée d'Avaricum à Bourges et le climat qui a été des plus versatile sur le trimestre.

La situation financière des entreprises reste semblable au trimestre dernier

avec les mêmes difficultés, 42 % des dirigeants trouvent la situation financière difficile et 31% ont une trésorerie dégradée. Le panier moyen suit la tendance avec une baisse identique à l'évolution du dernier trimestre 2014.

La fréquentation des magasins est en baisse par rapport à l'année précédente et compte tenu de la saison elle est inférieure à la normale. Une exception à ces déclarations : les GSA avec une hausse de la fréquentation par rapport à 2014 et un trafic jugé à 33 % en augmentation pour la saison.

La note de confiance en l'avenir reste dans ses tendances habituelles avec 2,9 sur 5. Les commerçants comptent sur l'arrivée du beau temps pour les prochains mois.

Comme chaque année à cette période, nous avons interrogé les commerçants sur l'outil « Ec'horizon ». Satisfaits à 83 %, ce baromètre est utilisé pour un quart d'entre eux afin d'orienter leurs décisions (investissements). Au registre des points à améliorer : 15 % des répondants désirent plus de comparaisons avec les tendances nationales.

Pour les commerçants de marché, malgré une météo qui a affecté leur perception de la conjoncture, ils gardent confiance misant sur les beaux jours et à l'arrivée des estivants.

## INDICATEURS CHER

- Fréquentation
- Panier moyen
- Trésorerie



## FORMALITÉS DES ENTREPRISES

- Création / Reprises + 62
- Radiations - 35
- Solde + 27
- Liquidations - 30

## CDAC (Commission Départementale d'Aménagement Commercial)

- Nombre de dossiers 1
- Nombre de m<sup>2</sup> accordés (cumul annuel) 8 270
- Recours CNAC 0



15 jours



36 jours

- Week-end 11
- Jours ouvrables 82

## SOMMAIRE

### Alimentaire :

Les GSA se maintiennent et les détaillants souffrent

p.2

### Culture et Loisirs :

Les comptes sont au vert

p.3

### Equipement de la personne :

Une conjoncture défavorable

p.3

### Equipement de la maison :

Des problématiques financières qui s'accroissent

p.4

### Commerce non sédentaire :

Interview d'Olivier FERAUD

p.4



### Parole de dirigeant

« Les gens reviennent à la qualité et vers de vrais professionnels. On consomme moins mais mieux. »

« La hausse du panier est due essentiellement aux événementiels que nous avons mis en place. »

## Alimentaire

### Les GSA se maintiennent et les détaillants souffrent

1 <sup>er</sup> trimestre	Détaillants	Grandes surfaces
% atteinte objectif	53 %	50 %
CA/CA N-1		
Panier moyen / N-1		
Fréquentation / N-1		

Avec plus de la moitié des dirigeants qui atteignent leur objectif, l'Alimentaire est le secteur qui est le plus en phase avec ses prévisions. Le seul indicateur au vert concerne la fréquentation des GSA.

Malgré des objectifs atteints par plus de 50 % la situation des détaillants et des GSA diffère par rapport à l'an passé. Les premiers acquiescent une baisse de leur chiffre d'affaires alors que les seconds enregistrent une stabilité de l'indicateur.

Pour les détaillants on constate encore une fois l'atteinte majoritaire des objectifs mais un chiffre d'affaires à la baisse. Ce repli, contrairement aux GSA, est important car 81 % des dirigeants touchés le sont à plus de 5 % en valeur. Ils expliquent cette tendance par l'augmentation de la concurrence et la baisse du pouvoir d'achat. Quant à ceux qui annoncent de bons chiffres, l'animation, la nouveauté et la notoriété justifient leurs résultats. A l'issue du premier trimestre, 65 % des détaillants déclarent une situation financière difficile. Ce constat est accompagné d'une dégradation de leur trésorerie.

Le panier moyen est en forte baisse et la fréquentation inférieure à la normale pour 35 % d'entre eux. Toutefois, elle est jugée normale par 58 % des dirigeants.

Les Grandes Surfaces Alimentaires affichent une fréquentation en hausse. Elles aussi atteignent leurs objectifs mais comme les détaillants, les chiffres sont moindres que l'an passé. Cependant, au contraire de leurs confrères, dans la plupart des cas la baisse d'activité reste limitée à 5 % en valeur. Aucune raison n'est clairement établie par les dirigeants pour étayer ces déclarations hormis l'adaptation à la demande. La situation financière est comme à son habitude déclarée normale et l'évolution de la trésorerie neutre voire saine. Comme les trimestres précédents, la forte baisse du panier moyen semble se poursuivre. Avec une note de 3,4 sur 5, encore une fois les GSA affichent la confiance en l'avenir la plus sereine.

Enfin, l'écoute de la clientèle et l'adaptabilité sont selon les détaillants comme les grandes surfaces les recettes de la réussite (cf : au plan national).

### Au plan national

Les produits alimentaires bio entrent dans les habitudes des ménages français, selon une étude Xerfi intitulée "La distribution de produits biologiques à l'horizon 2018". Le principal moteur du marché repose sur la confiance : ces produits sont perçus comme sains. Les consommateurs choisissent le bio par souci de santé (39%) et par respect de l'environnement (28%), selon le baromètre Ethicity 2014 cité par l'étude. Preuve de cet engouement : les ventes de produits alimentaires bio ont augmenté en moyenne de 14% par an au cours des neuf dernières années. Selon un scénario prospectif "haut", les experts Xerfi estiment que ce marché atteindra 7,8 milliards d'euros en 2018 avec un rythme de croissance annuel moyen de 11,2%. Il représentera alors 4,2% du marché alimentaire total (contre 2,5% en 2013).

Source : Le journal du Net, février 2015

### Échelle de satisfaction





## Culture et Loisirs

### Les comptes sont au vert

1 <sup>er</sup> trimestre	
% atteinte objectif	48 %
CA/CA N-1	
Panier moyen / N-1	
Fréquentation/ N-1	

Après le pic de fin d'année, l'atteinte des objectifs renoue avec les tendances moyennes du secteur. Toutefois, côté finances tout va bien. Est-ce une conséquence du précédent résultat ?

La conjoncture perçue à 80 % comme défavorable fin 2014 est tombée à 60 % pour le 1<sup>er</sup> trimestre 2015, ce qui laisse 40 % du panel optimiste ! Aussi, près de 50 % des sondés voient la conjoncture à venir comme favorable.

En ce qui concerne le panier moyen, si 37 % le déclarent à la baisse comme le trimestre dernier, 26 % le signale à la hausse contre 9 % sur la fin 2014. La fréquentation reste aussi dans le rouge mais les lignes bougent, de plus de 50 % inférieure à la normale on passe à 40 %.



## Équipement de la personne

### Une conjoncture défavorable

1 <sup>er</sup> trimestre	
% atteinte objectif	25 %
CA/CA N-1	
Panier moyen / N-1	
Fréquentation/ N-1	

Après une amélioration sensible du niveau d'activité au cours du 4<sup>ème</sup> trimestre 2014, le 1<sup>er</sup> trimestre 2015 renoue avec une activité atone comparable à celle du 3<sup>ème</sup> trimestre 2014. Ainsi à l'issue du 1<sup>er</sup> trimestre, seuls 25 % des commerçants ont atteint leur objectif prévisionnel de chiffre d'affaires.

61% des entreprises ont enregistré un chiffre d'affaires en baisse comparativement à 2014. Les professionnels sondés attribuent cette situation à la baisse du pouvoir d'achat des consommateurs, à la météo peu propice et à l'arrivée de nouveaux concurrents.

Nonobstant une perception de la conjoncture actuelle et à venir défavorable pour plus de 75 % d'entre eux, les panélistes interrogés affichent une situation financière considérée comme normale à 61 % et une trésorerie saine ou neutre à près de 75 %.

Même si la fréquentation est estimée

### Au plan national

C'est le nouvel eldorado promettent les instituts d'études de marché. Montres, pèse-personne, station météo, régulateur d'énergie... 255 millions d'objets intelligents sont en circulation aujourd'hui en France et il y en aura 445 millions à l'horizon 2018, assure Cisco. Pour Xerfi, ce business qui représentait 150 millions de chiffre d'affaires en 2014 devrait peser au moins 500 millions d'euros en 2016. Quant à GFK, il parie déjà sur 400 millions d'euros dès 2015.

Source : Le journal du Net, février 2015

Enfin un point positif pour ce secteur, la situation financière est déclarée normale à 64 % et la trésorerie saine à 37 %.

### Parole de dirigeant

« Le travail paie. »

en baisse pour 59 % des chefs d'entreprise par rapport à la même période l'an dernier, le panier moyen semble moins impacté 46 % à la baisse, 36 % à la stabilité et 17% à la hausse.

Malgré un climat économique peu favorable, les commerçants annoncent un avenir plutôt positif pour leur commerce avec une note de confiance de 2.8/5.

### Au plan national

La consommation textile-habillement a démarré l'année 2015 par un recul. En février, les chiffres d'affaires des distributeurs ont augmenté de 2,5 % en valeur par rapport au même mois de l'année dernière. Ainsi, au cours du premier bimestre de l'année 2015, la consommation textile-habillement a elle enregistré un léger repli de 0,1 % en valeur par rapport à la même période 2014.

Source : Institut Français de la Mode, mars 2015



## Équipement de la maison

### Des problématiques financières qui s'accroissent

1 <sup>er</sup> trimestre	
% atteinte objectif	25 %
CA/CA N-1	
Panier moyen / N-1	
Fréquentation/ N-1	

Seuls 25 % des commerçants ont atteint leur objectif prévisionnel du 1<sup>er</sup> trimestre 2015. Parallèlement, c'est plus de la moitié d'entre eux qui enregistrent un chiffre d'affaires en baisse comparativement à 2014.

En valeur, le repli est important puisque plus de 65 % d'entre eux signalent une diminution allant au-delà de 10 %.

Le panier moyen est toujours en baisse, c'est l'un des secteurs où cet indicateur est le plus souvent cité en repli (67 % des dirigeants).

Le trafic en magasin est jugé par les professionnels interrogés stable pour 25 %, en hausse pour 20 % et à 55 % en baisse par rapport à la même

période de l'an dernier.

Dans ce contexte, 65 % des dirigeants déclarent un chiffre d'affaires en repli. Il n'est donc pas étonnant de constater que les entreprises de ce secteur sont pessimistes. Elles le sont à la fois vis-à-vis de la conjoncture et de l'avenir de leur point de vente (note de 2,2/5 attribuée à la confiance en l'avenir pour leur commerce, contre 2,9/5 pour l'ensemble du panel).

### Au plan national

Alors qu'en 2013, le marché de l'électroménager (7,6Mrds €) avait limité la casse avec une baisse de "seulement" 1,5%, le millésime 2014 aura permis de contrebalancer avec une hausse des ventes de petits et gros appareils de 1,4%. "2014 signe le retour des bonnes années", souligne Gérard Salomez, Président du Groupement interprofessionnel des fabricants d'appareils d'équipement ménager (Gifam) et de Seb France. Dans l'univers quelque peu sinistré des biens d'équipements, cette hausse place même l'électroménager comme deuxième plus forte hausse après les télécoms (+18,9%) et avant l'automobile (+0,3%)...

Source : LSA, février 2015



## Commerce non sédentaire

### Interview d'Olivier FERAUD, président des commerçants non sédentaires

La perception de la conjoncture actuelle est défavorable pour les commerçants de marché ; mais ils voient les trois prochains mois sous de meilleurs auspices grâce à l'arrivée du printemps.

L'activité n'a pas atteint les objectifs fixés, la baisse est estimée de 5 à 9 %. Au premier trimestre, comparativement à l'an passé le panier moyen est en baisse. Compte tenu de la saison, les commerçants

non sédentaires jugent la fréquentation inférieure à la normale et en baisse au regard de la même période en 2013. Les raisons avancées par leur représentant sont le climat qui certes est habituel pour l'époque mais qui a tout de même joué sur l'affluence des clients au milieu des étals ; on y retrouve également les attentats qui ont touché directement le début des soldes.

La situation financière déjà considérée

comme difficile s'est par conséquent dégradée lors de ce début d'année.

Cependant, avec le retour des beaux jours, Olivier FERAUD espère beaucoup voir les locaux et les touristes dans les allées des marchés.



## Ec'horizon COMMERCE

### QUESTION D'ACTUALITÉ

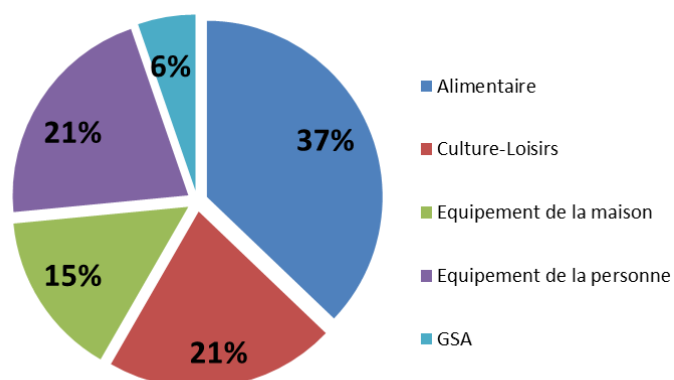
**83 %** De dirigeants interrogés sont satisfaits du baromètre Ec'horizon.

### ADMINISTRATION DE L'ENQUÊTE

Ce baromètre est issu d'une enquête réalisée entre le 23 mars et le 15 avril 2015.

132 commerçants représentatifs (répartis volontairement par secteur d'activités et par territoire) ont participé à cette enquête.

### ÉCHANTILLON



Retrouvez l'actualité  
des entreprises du Cher sur  
[www.cher.cci.fr](http://www.cher.cci.fr)

#### CONTACT

Responsable Animation  
Territoriale

Eric MARCHAND

02.48.67.80.92  
[emarchand@cher.cci.fr](mailto:emarchand@cher.cci.fr)

**Chambre de Commerce  
et d'Industrie du Cher**  
Esplanade de l'Aéroport – BP54  
18001 Bourges Cedex

