



# Observatoire du Commerce de proximité



Juillet 2009 - numéro 1

1<sup>er</sup> trimestre 2009

## L'activité des commerces de proximité a reculé de 3%



Évolution 1<sup>er</sup> trimestre 2008/1<sup>er</sup> trimestre 2009

**Chiffre d'affaires : -3 %**

- dont alimentaire : - 2,5 %
- dont non-alimentaire : -3,5 %

Les données sont redressées et arrondies au ½ point le plus proche.

1<sup>er</sup> trimestre 2009

**Dynamique d'entreprises :**

- créations : 43
- disparitions : 21
- solde : + 22

48 % des commerçants constituant notre panel ont connu une contraction de leur activité au 1<sup>er</sup> trimestre (contre 57 % le trimestre précédent). **1 commerçant sur 5 a vu son chiffre d'affaires diminuer significativement**, entre 10 et 20 %, au 1<sup>er</sup> trimestre 2009 en comparaison avec la même période de l'an passé. 10% de notre panel a un effectif total, salarié et non-salarié, moindre au 1<sup>er</sup> trimestre 2009 qu'au 1<sup>er</sup> trimestre 2008. Avec un solde positif de créations/disparitions des activités commerciales de proximité, **la dynamique d'entreprises ne semble pas s'essouffler**. La tendance se confirme au 2<sup>nd</sup> trimestre avec 37 créations pour 22 disparitions de commerces de proximité.

## Toutes les branches d'activité du commerce sont touchées



La branche « **équipement de la personne** » est la seule à avoir limité le recul de son activité au 1<sup>er</sup> trimestre.



- La branche « **équipement de la maison** » est la plus touchée ce trimestre. Des ajustements sur les effectifs ont été opérés.
- Les commerces de « **vente-réparation de véhicules** », voient leurs niveaux d'affaires fortement se contracter en ce début d'année.

Au 1<sup>er</sup> trimestre 2009, **le recul de l'activité est généralisé** dans toutes les branches du commerce de proximité. Ces évolutions sont dans le **prolongement des tendances nationales**. Ainsi, selon l'Observatoire de la Petite Entreprise<sup>1</sup>, au 1<sup>er</sup> trimestre 2009 en France, l'activité globale des petites entreprises a reculé de 4,1 % ; la branche « équipement de la personne » voit le repli de son activité se limiter à 1,4 % quand les branches « équipement de la maison » et « automobile-moto » sont frappées de plein fouet par une conjoncture dégradée avec des contractions respectives de leurs activités de 7,1% et 8,4%.

## Le périmètre alpin profite de la fréquentation touristique



- Grâce à des conditions climatiques favorables les commerces du **périmètre alpin** ont vu leur niveau d'activité augmenter.
- Les commerçants de proximité du **secteur manosquin** ont maintenu un niveau d'activité honorable dans cet environnement conjoncturel très dégradé.



- Les zones de « **Forcalquier-Luberon** », du « **Sisteronnais** » et du « **Val de Durance** » ont été particulièrement touchées par le ralentissement de l'activité commerciale de proximité au 1<sup>er</sup> trimestre.

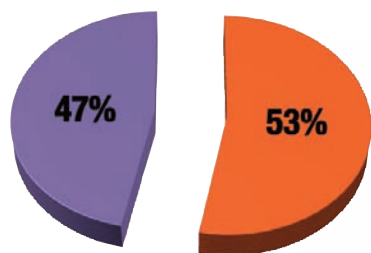
Les commerces de proximité situés dans les vallées de la Blanche, d'Allos et d'Ubaye ont profité d'une saison touristique majoritairement décrite comme ayant largement contribué à une augmentation de leurs volumes d'affaires. Les commerces du secteur manosquin ont eux aussi, en moyenne, réussi à conserver un niveau d'activité positif. Toutes les autres zones géographiques ont vu leur niveau moyen d'activité se replier au 1<sup>er</sup> trimestre 2009.

<sup>1</sup>Observatoire de la Petite Entreprise du 1<sup>er</sup> trimestre 2009 : Fédération des Centres de Gestion Agréés, Banque Populaire, DGCS.

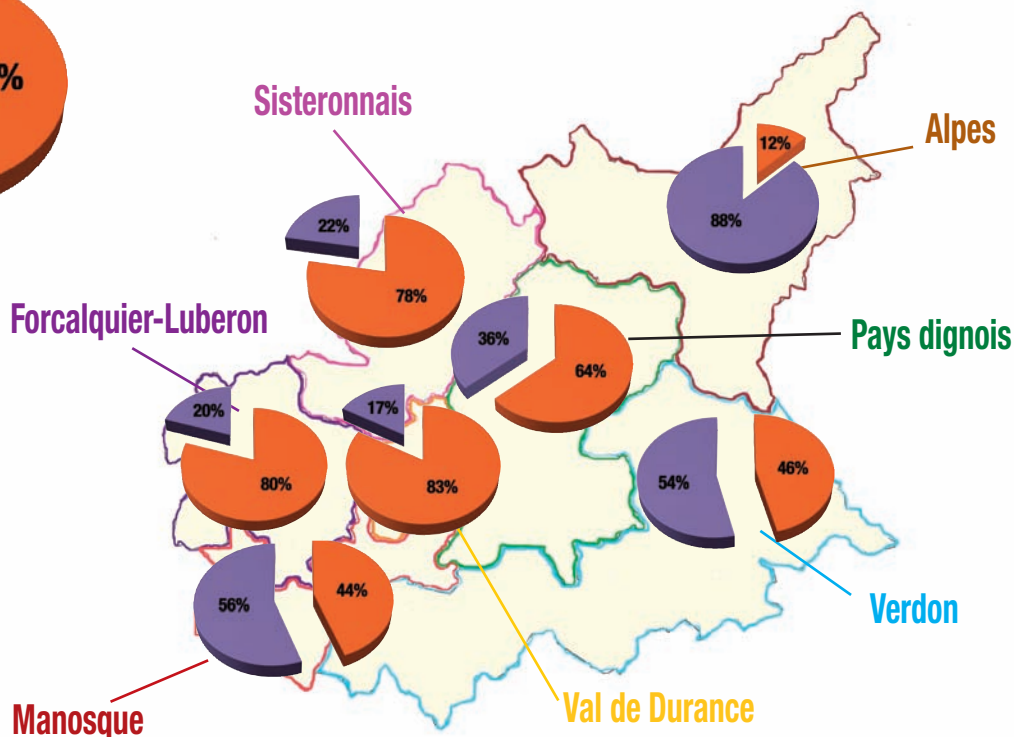
# Au 1<sup>er</sup> trimestre l'activité n'a pas été satisfaisante

Répartition des réponses à la question : « Comment qualifieriez-vous votre activité au 1<sup>er</sup> trimestre 2009 ? Insatisfaisante ou satisfaisante. »

## Alpes de Haute-Provence



■ Insatisfaisant  
■ Satisfaisant



## Opinion des chefs d'entreprises

La **baisse de la fréquentation** est le point de préoccupation le plus largement partagé par les commerçants interrogés. Pour 39 % d'entre eux **les niveaux de fréquentation au 1<sup>er</sup> trimestre auront été insuffisants**, soit une augmentation des opinions négatives de 7 points par rapport au 4<sup>e</sup> trimestre 2008. C'est dans le secteur du « non-alimentaire » que les professionnels se montrent les plus préoccupés avec 44 % d'insatisfaits soit 6 points de plus qu'au dernier trimestre.

En parallèle, les chefs d'entreprises font état d'une **diminution notable du pouvoir d'achat** de leur clientèle qui se manifeste par une **réduction sensible des paniers moyens**.

Globalement, les professionnels interrogés jugent que la **dégradation des conjonctures, nationale et internationale, a eu un impact négatif sur leur activité** au 1<sup>er</sup> trimestre.

Dans ce contexte économique particulièrement difficile, les points de satisfaction se font rares. Néanmoins, les commerçants de proximité apprécient la **fidélité de la clientèle** qui, souvent, constitue le volant d'affaires minimum contribuant à la poursuite de leur activité.

### Note méthodologique

L'enquête se base sur un panel de plus de 100 commerçants de proximité structurellement représentatifs en termes de branches d'activités et de répartition sur le territoire. À la fin de la phase de collecte, 83 questionnaires ont été centralisés pour l'analyse des données quantitatives et qualitatives, représentant 5 % du total de la population étudiée. Ces 83 commerces de proximité représentent 36 activités différentes (répartition par codes NAF) et sont localisés sur 15 communes du département. Pour l'analyse, les activités sont séparées entre le commerce de détail alimentaire et non-alimentaire ainsi que selon 6 zones géographiques (Alpes, Pays Dignois, Forcalquier-Luberon, Manosque, Sisteronnais, Val de Durance et Verdon).

#### Population totale étudiée

Commerce de détail	Etablissements
Alimentaire	500
Non Alimentaire	1286
<b>Total</b>	<b>1783</b>

#### Echantillon

Commerce de détail	Etablissements
Alimentaire	22
Non Alimentaire	61
<b>Total</b>	<b>83</b>

La CCI des Alpes de Haute-Provence remercie les panelistes pour leur engagement ainsi que les représentants des Unions Commerciales qui ont relayé avec succès cette initiative et contribué à la mobilisation des commerçants autour des objectifs poursuivis par cet observatoire.

**Observatoire du commerce de proximité**  
Chambre de commerce et d'industrie des Alpes de Haute-Provence - Service Opérations collectives

60 boulevard gassendi - 04000 Digne-les-Bains  
Tél : 04 92 30 80 99 - Fax : 04 92 30 80 91 - email : observatoire@digne.cci.fr