



Observatoire du Commerce de proximité



Juillet 2010 - numéro 3

3^e trimestre 2009

La phase de croissance du 2nd trimestre est stoppée sur la seconde partie de l'année



Évolution 3^e trimestre 2008/3^e trimestre 2009

Chiffre d'affaires : + 1%

- dont alimentaire : -
- dont non alimentaire : -

Les données sont arrondies au ½ point le plus proche.

3^e trimestre 2009

Dynamique d'entreprises

- Créations : 35
- Disparitions : 40
- Solde : - 5

Au 3^e trimestre 2009, la progression des chiffres d'affaires, en glissement annuel, a concerné une minorité de commerçants du département (moins de 4 sur 10). De plus, un quart des commerçants ont vu leur chiffre d'affaires se réduire de 10 à 20% sur la période. Néanmoins, en moyenne, les chiffres d'affaires des commerces de proximité ont, bien que faiblement, positivement évolué.

Ce trimestre, contrairement au 1^{er} semestre, les disparitions d'entreprises sont supérieures aux créations d'entreprises faisant apparaître un solde négatif.

Activité morose et fréquentation en baisse

Seulement quatre commerçants de notre panel sur dix considèrent que l'activité au 3^e trimestre a été « satisfaisante » ou « plutôt satisfaisante ». Au trimestre précédent ils étaient 65% à émettre cette opinion, ce qui constitue un recul significatif témoignant des difficultés rencontrées par les professionnels du commerce de proximité.

Pour 4 répondants sur 10 la fréquentation de leur commerce aura été satisfaisante durant les mois de juillet, août et septembre 2009 (ils étaient près de la moitié à partager cette opinion pour les mois d'avril à juin, soit une perte de 10 points).

Soldes et saison estivale médiocres

Ce trimestre, le nombre de sujets de préoccupation dépasse à nouveau le nombre de sujets de satisfaction. Parmi ces derniers, la fidélité de la clientèle et le maintien des niveaux d'activité sont les plus nombreux à être cités.

La baisse de la fréquentation, et les soldes d'été qui n'ont pas permis de compenser une saison estivale médiocre, sont les principaux sujets d'insatisfaction des commerçants interrogés.

Note méthodologique

L'enquête se base sur un panel de plus de 100 commerçants structurellement représentatifs en termes de branches d'activités et de répartition sur le territoire. À la fin de la phase de collecte, 62 questionnaires ont été centralisés pour l'analyse des données quantitatives et qualitatives, représentant 3% du total de la population étudiée. Ces 62 commerces de proximité sont répartis sur 26 activités différentes (répartition par codes NAF) et sur 13 communes du département. Pour l'analyse, les activités sont séparées entre le commerce de détail alimentaire et non-alimentaire ainsi que sur 7 zones géographiques (Alpes, Pays d'ignois, Forcalquier-Luberon, Manosque, Sisteronais, Val de Durance et Verdon).

Population totale étudiée

Commerce de détail	Etablissements
Alimentaire	500
Non Alimentaire	1650
Total	2150

Echantillon

Commerce de détail	Etablissements
Alimentaire	13
Non Alimentaire	49
Total	62

Source : CCI - Avril 2010

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.