

Communiqué de presse

Saint-Nazaire, le 27/01/2014

Présentation de l'activité 2013 du commerce du centre-ville de Saint-Nazaire et 1^{er} bilan des soldes d'hiver en Loire-Atlantique

Tendances des soldes d'hiver en Loire-Atlantique : résultats d'une enquête flash

Une enquête menée auprès de 217 commerçants de Loire-Atlantique entre le mardi 14 et mercredi 15 janvier 2014 (soit 1 semaine après le lancement des soldes) décrit un bilan mitigé pour le démarrage des soldes d'hiver.

- **55% des répondants ont jugé que le démarrage de la campagne des soldes était identique ou meilleur qu'un an plus tôt.** 22% le jugeant « plutôt meilleur » et 4% « très prometteur » et 33% comparable. Les autres jugent les débuts de soldes moins bons qu'en 2013.
- Près d'un tiers des commerçants estiment que les résultats attendus seront comparables à 2013 et 19% pensent qu'ils seront meilleurs.
- Autre constat : Les avis sont assez nettement différenciés selon les secteurs d'activité : les commerçants en équipement de la personne (le secteur d'activités le plus concerné) sont beaucoup plus nombreux à juger ce lancement des soldes meilleur qu'en 2013 que dans le secteur de l'équipement de la maison ou l'hygiène santé (parfumerie, optique)
- Près d'un quart des commerçants (22%) ont pratiqué dès les premiers jours des taux de rabais supérieurs à ceux qu'ils avaient proposé en 2013. Seuls 7% ont abordé cette période d'une manière plus mesurée que l'année dernière.
- L'enquête menée par la CCI Nantes St-Nazaire montre que la moitié des commerçants (49%) ont devancé la période officielle des soldes d'hiver en organisant des opérations commerciales spécifiques : 71% d'entre eux par exemple ont organisé des ventes privées.
- On peut noter une différence de pratique selon les secteurs d'activité. Les secteurs de l'équipement de la maison et de l'hygiène-santé sont beaucoup plus nombreux à engager les soldes avec des offres de rabais supérieures à celle de 2013, que dans le secteur de l'équipement de la personne, respectivement 33% et 29% contre 18%.
- Une telle augmentation des taux de rabais, traduit une nécessité de libérer les stocks, conséquence d'une saison automne-hiver décevante.

Plus précisément pour Saint-Nazaire :

- Les affaires semblaient mieux engagées : 37% des commerçants ayant répondu jugeaient en effet le début des soldes meilleur qu'en 2012 (26% « plutôt meilleur » et 11% « très prometteur ») et 28% comparable. Seuls 35% portaient un avis négatif.

Contacts presse : Marie Le Saint, T. 02 40 44 60 82, M. 06 12 25 21 98, m.lesaint@nantes.cci.fr
Anne-Laure VERRIER, T. 02 40 17 21 39, M. 06 12 79 67 94, a.verrier@nantesstnazaire.cci.fr

Siège : Centre des Salorges - 16, quai Ernest Renaud - CS 90517 - 44105 Nantes Cedex 4
Hôtel Consulaire - 35, avenue du Général de Gaulle - CS 70405 - 44602 Saint-Nazaire Cedex

T. 02 40 44 60 00 - F. 02 40 44 60 90 - Ets public - N° SIREN 130 008 105 - APE 9411 Z - www.NantesStNazaire.cci.fr

- Les taux de remise pratiqués en 1^{ère} démarque étaient pour 71% identiques à ceux de 2013 et pour 24% supérieurs : une volonté affirmée pour les commerçants nazairiens d'écouler une marchandise trop longtemps immobilisée dans les rayons.
- La moitié des magasins n'a pas attendu le lancement officiel des soldes d'hiver : 35% ont organisé des ventes privées et 12% des promotions avant le 8 janvier.

Pour les commerces du Ruban Bleu, le bilan de la première journée est très positif. Si le nombre de visiteurs a légèrement diminué par rapport à l'année dernière les clients eux, étaient bien au rendez-vous. Des paniers moyens en hausse ont permis à plusieurs enseignes du centre commercial d'être dans le trio de tête sur leur réseau régional. « *Nous sommes seconds de la région sur 15 magasins, devant Atlantis, Beaulieu et Trignac !* » se réjouit une enseigne de prêt à porter masculin. Les grandes enseignes nationales confirment la tendance.

« *Si le contexte est compliqué, les chiffres ne trompent pas, la clientèle est là et le Ruban Bleu dispose de nombreux atouts par rapports aux zones environnantes. A ciel ouvert, le shopping est moins bruyant, plus agréable. Et, le parking couvert gratuit, tout comme l'aire de jeux enfants, séduit la clientèle qui n'a pas à payer son stationnement. Nous sommes très optimistes pour ces soldes d'hiver et plus globalement sur 2014* » souligne Virginie Baron Oger, directrice du centre commercial.

Bilan de l'activité commerciale du centre-ville de Saint-Nazaire pour l'année 2013

L'Observatoire du Commerce en centre-ville de Saint-Nazaire qui recueille chaque mois les données de chiffres d'affaires d'un panel de commerçants et restaurateurs volontaires. Pour 2013 il fait apparaître une progression des résultats pour 55% des professionnels avec malgré tout dans l'ensemble un **repli de -4,8%** en 2013 par rapport à 2012 qui se détaille ainsi :

- 1^{er} semestre : -5,3%
- 2^{ème} semestre : - 4,3%.

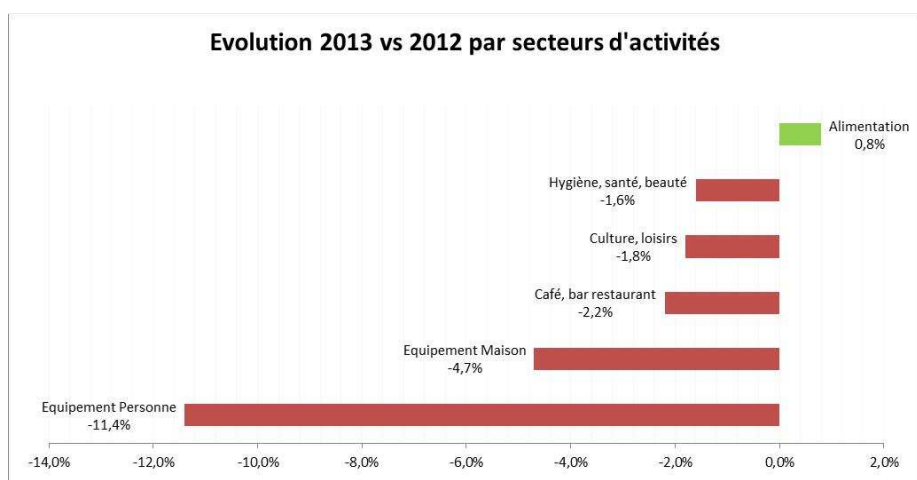
Bien que les évolutions mensuelles soient négatives, on peut déceler sur le mois de décembre un fléchissement de la courbe : la tendance pour le dernier mois de l'année est en effet encourageante (-0,8%)... en lien probablement avec l'ouverture des deux dimanches précédant Noël !

L'équipement de la personne au cœur d'une spirale récessive :

L'analyse par secteurs d'activités fait apparaître des difficultés dans cinq des six branches d'activités, laissant penser que, logiquement contraints par la baisse du pouvoir d'achat disponible, les consommateurs sont poussés à opérer des arbitrages, allant à l'essentiel et réduisant leurs achats « plaisir ». Plusieurs familles de consommation font ainsi les frais de ce phénomène structurel : en premier lieu l'équipement de la personne qui chute de 11,4% en 2013, suivi de l'équipement de la maison (-4,7%) et des cafés-restaurants (-2,2%).

Un repli dans l'ensemble, avec toutefois de belles performances pour 5^{ème} Avenue qui affiche une remontée de 28% du trafic entre 2012 et 2013 et une hausse du chiffre d'affaires de 17% sur le PAP homme et de 5% sur la chaussure.

A l'inverse, les magasins alimentaires ont plutôt bien résisté (+0,8%) sur l'ensemble de l'année, avec de belles performances notamment en mars et en mai et sur la période estivale.



Retombées positives pour l'ouverture des commerces les dimanches de fin d'année

Le centre-ville de Saint-Nazaire termine l'année sur une note plutôt optimiste. L'autorisation exceptionnelle renouvelée par la Municipalité d'ouvrir les 2 dimanches avant les fêtes, est appréciée de tous à quelques jours de Noël.

Les arguments pour l'ouverture dominicale ne manquent pas et l'impact positif sur l'économie du territoire est bien réel : progression de 8% de la fréquentation du Centre Commercial Ruban Bleu en décembre 2012 (par rapport à décembre 2011) et 20% de hausse du panier moyen signalé par les commerçants grâce à ces 2 ouvertures en décembre 2012. La part de consommation supplémentaire générée par la présence de touristes à cette période de l'année est également à prendre en compte.

Cette impulsion a pour effet de replacer le centre Saint-Nazaire en bonne position vis-à-vis des centres commerciaux en périphérie.

Chez les commerçants, le bilan est positif. Le public a répondu présent : une clientèle qui n'a pas pour habitude de fréquenter le centre-ville de Saint-Nazaire, qui le redécouvre et qui a largement exprimé sa satisfaction de pouvoir faire ses achats de Noël dans une ville rénovée et dont les commerces étaient ouverts.

Hausse des paniers moyens

Un grand nombre de commerçants a pu atteindre ses objectifs ou limiter la baisse de chiffre d'affaires grâce à ces 2 ouvertures. A noter cependant, une hausse des chiffres d'affaires sur ces 2 jours très variable selon les commerces, mais cela va jusqu'à du 200% par rapport à l'an dernier.

Les hausses de fréquentation et de chiffre d'affaires sont plus marquées sur le 1^{er} dimanche que sur le 2^{ème}. Autre constat, d'excellentes ventes également les 2 samedi précédents.

Forte fréquentation sur le Cœur Carré

Le bilan est très positif chez les commerçants. C'est principalement le cœur de ville (Paquebot / Rue de la Paix / Ruban Bleu) qui a bénéficié du plus fort de la fréquentation : +26% pour le Ruban Bleu le 1^{er} dimanche. Le succès des animations (maquillage, barbe à papa et père Noël) n'est pas étranger à cette concentration. Les zones plus "périphériques" du centre-ville n'en ont pas vraiment récolté les fruits.

A noter également, une clientèle de la Presqu'île et du Sud Loire présente dans les rues de la ville, attirée par le buzz créé autour des 2 ouvertures du dimanche à St Nazaire.

À ce jour, l'ouverture de deux dimanches avant les fêtes reste « exceptionnelle » mais les retombées économiques positives de ces deux dimanches constituent un argument supplémentaire que la CCI ne manquera pas de faire valoir en 2014 afin de pérenniser un accord pour l'ouverture des commerces du centre-ville avant les fêtes de fin d'année.

L'attractivité du centre-ville renforcée

Encouragés par la finalisation des travaux du Cœur Carré, les commerçants du centre-ville veulent croire à une embellie en 2014. Rappelons que depuis le mois de septembre les chiffres de fréquentation des parkings enclos ne cessent d'augmenter : + 9,3% en septembre 2013 (par rapport à sept. 2012) et + 6,7% en décembre 2013 (par rapport à déc. 2012).

Perspectives 2014 pour le tourisme nazairien

L'été ensoleillé en 2013 a permis de renforcer la fréquentation des hôtels nazairiens, leur apportant en août un supplément de clientèle. Pour 2014, les hôteliers nazairiens prévoient dès le printemps une reprise plus marquée de leur clientèle d'affaire. L'activité navale donnant des signes marqués de reprise.

En avril 2014 : Passion Commerce, le rendez-vous du commerce

Pour la troisième année, la CCI Nantes St-Nazaire propose aux commerçants, représentants d'associations de commerçants, experts et élus locaux, une rencontre pour faire le point sur les nouvelles tendances impactant leur activité et sur les pistes d'innovations commerciales.

Le « Livre Blanc Commerce » sorti en 2013 a soulevé l'importance d'accompagner les commerçants sur la thématique du numérique, véritable source d'opportunités. Le numérique est en effet au cœur des nouvelles pratiques du client et impacte l'activité des commerçants. C'est ce que révèle l'étude BVA (Institut d'études de marché et d'opinion) : 81% des consommateurs recherchent des informations sur Internet avant l'acte d'achat. Pourtant, 57% des commerçants indépendants n'ont pas de site web et parmi eux, 8 sur 10 n'envisagent pas du tout d'en créer un.

C'est pourquoi, l'un des engagements de la CCI est de sensibiliser les commerçants aux enjeux et usages du numérique pour qu'ils puissent se projeter avec ce nouveau mode de consommation. Ainsi, la thématique retenue pour **Passion Commerce**, qui aura lieu le 28 avril 2014 est : **LE NUMERIQUE**.