

EC'HORIZON

COMMERCE

Tendance du climat des affaires	Évolution du chiffre d'affaires	Panier moyen	Fréquentation	Situation financière	Confiance dans l'avenir

L'embellie tarde à arriver

Au niveau national selon les données de l'Insee, la consommation des ménages augmente fortement au 1^{er} trimestre 2016, + 1.2% ; il s'agit de la plus forte hausse depuis fin 2004.

Cette augmentation est significative dans les dépenses de biens fabriqués + 2.4% et dans une moindre mesure dans les services + 0.6%. Toutefois les détaillants français restent confrontés à une conjoncture difficile*.

En Touraine, 52 % des panélistes ont atteint leurs objectifs. Ils étaient 46 % au 4^{ème} trimestre 2015 et seulement 37% au 1^{er} trimestre 2015 ; mais il y a 1 an les attentats avaient impacté l'activité commerciale du début et de fin d'année.

La situation n'est pas identique selon les secteurs d'activité. En effet, il semblerait que le passage à la TNT début avril 2016, ait eu une incidence sur les secteurs culture loisirs et l'équipement de la maison qui affichent des indicateurs plutôt stables. 54 % des panélistes du secteur culture loisirs déclarent même se montrer plutôt optimistes quant à l'avenir de leur entreprise.

Pour l'alimentaire, malgré le fait que le week-end de Pâques soit tombé cette année dès le 1^{er} trimestre, la situation reste contrastée.

56% des détaillants ont atteint leurs objectifs, mais l'évolution du chiffre d'affaires, du panier moyen et de la fréquentation est à la baisse.

Pour la grande distribution, malgré des objectifs non atteints pour 60% d'entre eux, les exploitants restent confiants en l'avenir.

Dans le secteur de l'équipement de la personne, tous les indicateurs sont au rouge. Néanmoins, 36 % d'entre eux veulent rester optimistes et comptent sur la nouvelle collection et l'arrivée du beau temps pour relancer leur activité.

Globalement, pour l'ensemble des panélistes tous secteurs d'activités confondus :

la situation financière est stable. Toutefois, on constate à travers les commentaires exprimés que les commerçants arrivent à maintenir cette stabilité en réduisant le temps de travail de leurs salariés.

En ce qui concerne la perception de l'environnement économique, politique et social, les panélistes sont unanimes pour considérer l'environnement comme défavorable (68%) voire très défavorable (16%).

Ce sentiment est accentué par le comportement des consommateurs qui traduit : une morosité ambiante, un manque de confiance face à l'avenir, une baisse de pouvoir d'achat et un sentiment d'insécurité.

Néanmoins comme pour les trimestres précédents, les détaillants veulent garder confiance en l'avenir.

Formalités des entreprises commerciales (janvier 2016)

Immatriculations	19
Radiations	11
Solde	8

CDAC (Commission Départementale d'Aménagement Commercial)

Nombre de dossiers	4
Nombre de m ² accordés (cumul annuel)	4533 m ²
Extension	1476 m ²
Création	3057 m ²

Météo

	8 jours
Ensoleillement par rapport aux normales	<
	40 jours
Précipitations par rapport aux normales	>

Calendrier

Nombre de week-end du trimestre dont Pâques	13
Différence N-1	0

Évolution de l'indice des prix de la grande consommation depuis janvier 2016 (Insee)

Grande distribution	-0,17
Hors grande distribution	+0,25

*Les détaillants français restent confrontés à une conjoncture difficile, leurs ventes enregistrant en mars leur plus forte baisse depuis plus d'un an. La faiblesse de la conjoncture économique française, la confiance en berne des consommateurs, des inquiétudes liées aux questions de sécurité et de fortes pressions concurrentielles sont en outre autant de facteurs venant assombrir les perspectives des entreprises du secteur. Source : Indice PMI® Markit sur le Secteur du Commerce de Détail – avril 2016



Détaillant alimentaire

Un trimestre contrasté

<p>Atteinte des objectifs 56% Cet indicateur reste stable depuis le 3^{ème} trimestre 2015.</p>	<p>Panier moyen par rapport à N-1 En baisse pour 37 % des panélistes.</p>
<p>CA par rapport à N-1 35 % des panélistes ont enregistré une baisse de chiffre d'affaires. Cette baisse est inférieure à 10% pour 63 % d'entre eux. 21 % des panélistes ont enregistré une hausse de leur CA. Cette hausse est inférieure à 4% pour 46 % d'entre eux.</p>	<p>Fréquentation par rapport à N-1 En baisse pour 35 % des panélistes.</p>
<p>Situation financière C'est la stabilité qui domine pour près de 61 % des panélistes.</p>	<p>Confiance en l'avenir Si près de 43% des sondés sont « neutres » par rapport à l'avenir de leur entreprise, ils sont 38% à être optimistes.</p>

Au niveau régional (source CCI Centre) : 37 % des détaillants alimentaires régionaux déclarent un chiffre d'affaires en baisse. Pour 65 % d'entre-eux, la baisse est inférieure à 10 %. La situation financière est jugée normale par 57 % des panélistes alors que le panier moyen est considéré en baisse par près de 40 %. Le sentiment de confiance en l'avenir est assez élevé à 42 %.



Grande surface alimentaire

Confiance en l'avenir

<p>Atteinte des objectifs 40% Cet indicateur était de 50% au dernier trimestre.</p>	<p>Panier moyen par rapport à N-1 En baisse pour 60% des panélistes.</p>
<p>CA par rapport à N-1 60% des panélistes ont enregistré une baisse de leur chiffre d'affaires. Pour ces derniers, cette baisse est inférieure à 4%.</p>	<p>Fréquentation par rapport à N-1 En hausse pour 40 % des panélistes.</p>
<p>Situation financière 60% des panélistes jugent leur situation financière difficile.</p>	<p>Confiance en l'avenir Malgré un grand nombre d'indicateurs dans le rouge, 60% des panélistes restent confiants dans l'avenir de leur entreprise.</p>

Au niveau régional (source CCI Centre) : Les grandes surfaces alimentaires interrogées déclarent à 47 % un chiffre d'affaires en baisse. Pour près de 60 % d'entre-elles, cette baisse est inférieure à 5 %. Près d'une grande surface sur 2 annonce une baisse du panier moyen mais la situation financière est majoritairement jugée normale. Les GSA affichent la plus forte proportion de commerçants optimistes de notre panel, avec 47 % en moyenne.

Au niveau national (source Insee) : La consommation de produits alimentaires se replie en mars (-0,6 % après +1,4 %). En particulier, la consommation de viande se replie fortement, par contrecoup d'une forte hausse en février. Sur l'ensemble du trimestre, la consommation alimentaire accélère : +1,0 % après +0,4 % au quatrième trimestre 2015.



Culture & loisirs

(Articles de sport ; fleuristes et jardinerie ; jeux et jouets ; livres, journaux et papeterie ; logiciels et ordinateurs ; matériels et enregistrements audio, musicaux et vidéo ; tabac ; téléphonie...)

Des signaux positifs pour ce secteur

Atteinte des objectifs 58%	Cet indicateur était de 43 % au 3 ^{ème} trimestre 2015 et de 45 % au 4 ^{ème} trimestre.	Panier moyen par rapport à N-1	En baisse pour 31 % des panélistes.
CA par rapport à N-1	48 % des panélistes ont enregistré une baisse de leur chiffre d'affaires. Pour 69 % d'entre eux cette baisse est comprise entre 5 et 15%. 21 % ont constaté une augmentation de leur CA.	Fréquentation par rapport à N-1	En baisse pour 41% des panélistes.
Situation financière	C'est la stabilité qui domine pour 55 % des panélistes.	Confiance en l'avenir	55 % des panélistes se déclarent optimistes pour l'avenir de leur entreprise.

Au niveau régional (source CCI Centre) : 42 % des détaillants en articles de culture et loisirs déclarent un chiffre d'affaires en baisse. Pour plus de 60 % des commerçants enregistrant une baisse, celle-ci est inférieure à 10 %. Le panier moyen est en baisse pour 35 % des panélistes. Pour 52 %, la situation financière est jugée normale. La confiance en l'avenir est affichée par 46 % des commerçants enquêtés.



Équipement de la maison

Des objectifs atteints

Atteinte des objectifs 60%	Cet indicateur est le plus élevé de l'ensemble des panélistes. Au 3 ^{ème} trimestre ce taux était de 43% et de 45 % au 4 ^{ème} trimestre.	Panier moyen par rapport à N-1	En baisse pour 50% des panélistes et stable pour 37 %.
CA par rapport à N-1	38% des panélistes ont enregistré une baisse. Pour 83 % d'entre eux cette baisse est supérieure à 10%. 33% ont vu leur chiffre d'affaires augmenter, cette hausse est inférieure à 4 % pour 50 % d'entre eux.	Fréquentation par rapport à N-1	En baisse pour 45 % des panélistes, et en hausse pour 27 %.
Situation financière	C'est la stabilité qui domine pour 48 % des panélistes ; toutefois 44 % jugent leur situation financière difficile.	Confiance en l'avenir	C'est la prudence qui domine pour ce secteur d'activité ; 58% se déclarent « neutres ». Toutefois ils sont 29% à être plutôt optimistes.






Au niveau régional (source CCI Centre) : 43 % des commerçants d'équipement de la maison déclarent un chiffre d'affaires en baisse par rapport au 1^{er} trimestre 2015. Les baisses de CA sont inférieures à 10 % pour 57 % d'entre-eux. La baisse du panier moyen est signalée par 38 % des panélistes du secteur mais la situation financière est jugée normale par 46 %. Un peu plus d'un détaillant sur 3 affichent une confiance en l'avenir.

Au niveau national (Source Insee) : Sur l'ensemble du trimestre, la consommation de biens durables progresse de 3,3 % (soit la plus forte hausse depuis le premier trimestre 2011). En particulier, la consommation de biens d'équipement du logement accélère (+5,8 %), dopée notamment par les achats de produits électroniques grand public, avant le changement de standard de diffusion télévisuelle début avril 2016.



Équipement de la personne

Un secteur toujours impacté

<p>Atteinte des objectifs</p>	<p>35% Cet indicateur était de 28% au 3^{ème} trimestre 2015 et de 31 % au 4^{ème} trimestre.</p>	<p>Panier moyen par rapport à N-1</p>	<p> En baisse pour 51 % des panélistes et stable pour 43 %.</p>
<p>CA par rapport à N-1</p>	<p> 58 % des panélistes ont enregistré une baisse de chiffre d'affaires. Pour plus de 37 % d'entre eux cette baisse est supérieure à 20%. 17 % des panélistes ont constaté une hausse du CA.</p>	<p>Fréquentation par rapport à N-1</p>	<p> En baisse pour 70 % des panélistes et stable pour 22 %.</p>
<p>Situation financière</p>	<p> 41 % des panélistes considèrent leur situation financière comme difficile et 8 % la jugent très difficile.</p>	<p>Confiance en l'avenir</p>	<p> Malgré une période difficile, 36% des panélistes veulent rester optimistes pour l'avenir de leur entreprise. La nouvelle collection et l'arrivée de la période estivale sont des facteurs qui stimulent les commerçants de ce secteur.</p>

Au niveau régional (source CCI Centre) : Les commerçants régionaux d'équipement de la personne déclarent à 63 % avoir un CA en baisse. La baisse est majoritairement modérée (pour 1 détaillant sur 2, elle est de moins de 10 %). Plus d'un sur deux déclarent un panier moyen en baisse et une situation financière difficile. L'équipement de la personne affiche la plus forte proportion de commerçants pessimistes des 5 secteurs enquêtés, avec 30 % en moyenne.

Au niveau national (source Insee) En mars, les dépenses d'habillement continuent de diminuer (-3,6 % après -5,5 % en février), malgré la hausse des achats de chaussures. Sur l'ensemble du premier trimestre, elles progressent toutefois de 2,4 % (après -3,0 % au quatrième trimestre 2015).

Ce baromètre est issu d'une enquête réalisée entre le 29 mars et le 22 avril 2016.

La collecte d'informations a été réalisée via plusieurs canaux : enquête papier, enquête en ligne et téléphone. 163 commerçants représentatifs (répartis par secteur d'activités et par territoire) ont participé à cette enquête.

Échantillonnage :

39% en alimentaire, 20% en culture et loisirs, 15% en équipement de la maison, 23% en équipement de la personne et 3% de grande surface alimentaire (GSA).

Retrouvez le baromètre Ec'horizon Commerce sur www.touraine.cci.fr

Gestion du panel : christelle.castell@centre.cci.fr

Chambre de Commerce et d'Industrie de Touraine – 4 bis rue Jules Favre – BP 41028 – 37010 Tours Cedex 1

La CCI Touraine à votre écoute au 02 47 47 20 00