



En période de vaches maigres, on se contente de peu. Ce constat, c'est celui que dressent, en substance, les commerçants bordelais au terme de la période des soldes, qui s'est achevée hier.

Dans le contexte économique actuel, teinté de morosité et d'une contraction du pouvoir d'achat, ces derniers n'attendaient pas d'exceptionnels résultats lors de cette traditionnelle période de ristournes. Ainsi, le bilan n'étant pas aussi mauvais qu'ils le craignaient, d'après la Chambre de Commerce et d'Industrie (CCI) de Bordeaux, une majorité d'entre eux exprime sa « satisfaction. » « Les résultats sont mi-figue mi-raisin, affirme Alfredo Julio, vice-président de la CCI. 53% des commerçants sont plutôt satisfaits ou satisfaits mais à Paris, par exemple, 68% sont insatisfaits. Cela montre que les soldes résistent bien à Bordeaux, même si ce n'est pas la panacée. »

Moins de clients, plus d'achats

Pas la panacée, c'est un euphémisme car les différents indicateurs servant à mesurer l'efficacité de cette période, qui vise pour l'essentiel à liquider les stocks afin de faire de la place à la nouvelle collection, sont au rouge.

Ainsi, près de la moitié des commerçants bordelais estiment avoir réalisé un chiffre d'affaires (CA) inférieur à celui obtenu l'an dernier sur la même période. Ils sont également 43% à avoir observé une chute de leur fréquentation et 34% une stagnation. Une tendance qui s'applique aussi à la braderie, avec une satisfaction de 64% alors que la fréquentation est perçue comme inférieure ou égale pour 73% des commerçants. « Ces chiffres peuvent s'expliquer d'abord par

les conditions météo, qui n'ont pas été favorables, observe Alfredo Julio. Et il faut aussi prendre en compte le développement du e-commerce. Si 53% des commerçants ont tout de même un CA supérieur ou égal à l'an dernier, c'est parce que le panier moyen a augmenté, que s'est développée l'offre par lots, avec par exemple une réduction sur le troisième produit acheté, ou que la mise en place de soldes privés a augmenté.» Ce dernier phénomène connaît en effet une croissance exponentielle. 6 commerçants sur 10 y ont eu recours cette année contre « 3 à 4 sur 10 » en 2013.

La Ronde de Gironde se développe

Pour maintenir le cap dans ce contexte délicat, où le commerce via internet ne cesse de gagner des parts de marché aux dépens du commerce traditionnel, la solution, selon Alfredo Julio, peut venir d'une meilleure collaboration entre les enseignes. Ainsi, le vice-président de la CCI estime qu'un an après sa création, la Ronde de Gironde (RDG) a d'ores et déjà « réussi son pari. » « Il y a 23 000 commerçants en Gironde et 116 associations qui les regroupent. En 2013, 20% de ces associations étaient déjà membres de la RDG. Nous devrions atteindre 80% cette année et en 2015, nous voulons mettre en place un réseau national. »

En lançant sa « box du commerce », une offre de service qui s'articule autour d'une expertise, d'un programme d'animations et de l'accès à un réseau, la RDG veut favoriser les « rencontres et les échanges » en vue d'une « professionnalisation des démarches. » « Cette mise en réseau est une force supplémentaire, assure Alfredo Julio. On ne peut pas nier les effets de la crise. L'objectif est de pouvoir faire face. » •

OSF

Photo : Selon la CCI de Bordeaux, les soldes ont « bien résisté » dans la capitale girondine © OSF