

Horizon-éco

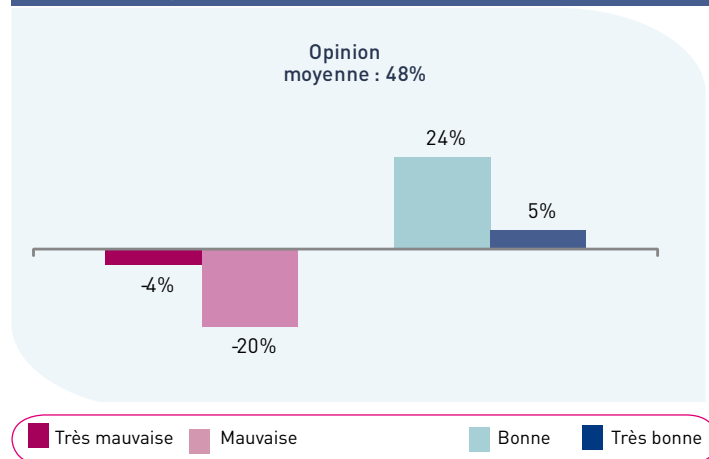
L'économie du Nord-Pas de Calais

L'OBSERVATOIRE DU COMMERCE DE DÉTAIL

Bilan 3ème trimestre 2010

/ UNE SITUATION TOUJOURS FIGÉE DANS LE COMMERCE

/ OPINION DU COMMERCE POUR LE 3ÈME TRIMESTRE 2010 SUR LE BILAN D'ACTIVITÉ



La situation du commerce de détail et artisanal évolue très peu dans la région ce mois-ci.

On constate essentiellement une montée de la part des commerçants déclarant une satisfaction moyenne (+7 points) qui s'explique par un recul à la fois des opinions positives (-3 points) et négatives (-4 points).

Les commerçants se montrent néanmoins optimistes pour la fin de l'année (et espèrent bénéficier des dépenses liées aux différents fêtes afférentes) car près d'un quart d'entre eux anticipent une croissance de leur activité (contre 14% le trimestre précédent).

Les situations par domaine d'activité restent sensiblement identiques au trimestre précédent. Seul l'équipement de la personne voit son activité se redresser en partie grâce à des soldes d'été plus convaincants que les derniers soldes d'hiver. Globalement, les commerçants estiment que les soldes d'été ont été un peu moins bons que l'an passé. Néanmoins, la situation par rapport au constat des soldes d'hiver s'est largement redressée (+17 points bien que le solde d'opinions demeure négatif à -8).

Sans surprise, ce bilan toujours maussade se traduit par une nouvelle tendance à la réduction des effectifs. 13% des commerçants ont ainsi réduit leurs effectifs au cours du dernier trimestre et 12% envisagent de le faire au prochain trimestre.

Le commerce apparaît donc en panne de croissance. En l'absence d'un réel redémarrage de l'emploi et de la dépense de consommation des ménages aucune reprise franche du commerce n'est à espérer.

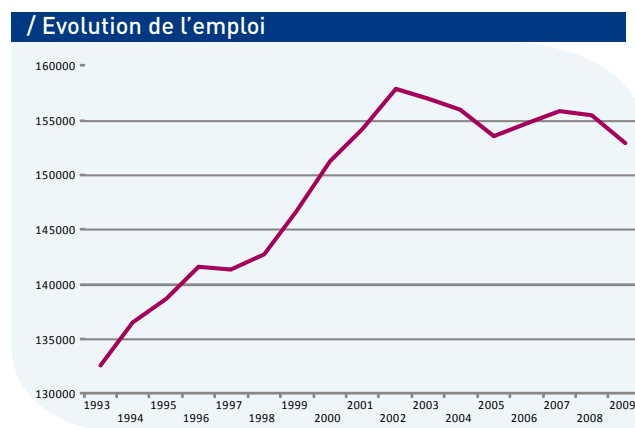
/ DES MUTATIONS DANS LE COMMERCE QUI PÈSENT SUR L'EMPLOI

De nouvelles réglementations, les innovations commerciales et l'évolution des attentes des consommateurs entraînent un renouvellement profond du commerce. Quelques transformations majeures sont ainsi repérées :

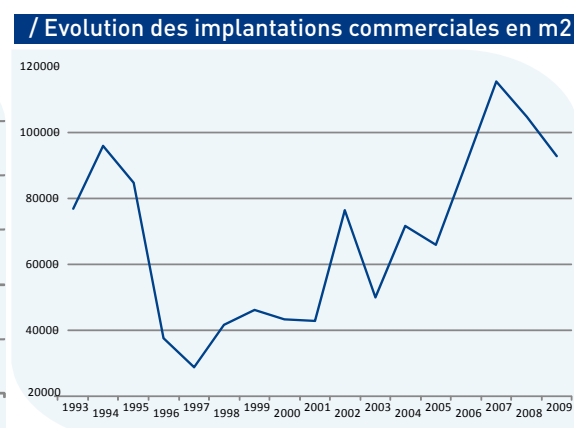
- la fréquentation des hypermarchés s'essouffle et ce modèle doit donc se réinventer (35,4% de part de marché sur l'alimentaire en 1999 contre 32,7% en 2008)
- le supermarché en profite à condition qu'il réponde à une attente forte du consommateur : la proximité (Horizon-éco N°23, Les commerces de plus de 300m², CRCI Nord-Pas de Calais, décembre 2009)
- les maxi discomptes bousculent ces premiers acteurs en particulier en Nord-Pas de Calais où ils ont dépassé en termes de nombre de points de vente les supermarchés (Horizon-éco N°3, Le discount alimentaire, CRCI Nord-Pas de Calais, décembre 2009)
- la vente à distance ne cesse de progresser (+25% de chiffre d'affaires en 2009 selon la FEVAD) mais les acteurs traditionnels très présents en région doivent se réorganiser pour s'adapter aux nouveaux acteurs (Horizon-éco N°2, Le commerce de détail, CRCI Nord-Pas de Calais, décembre 2009)
- enfin, les quelques 32 000 commerces de moins de 10 salariés de la région subissent des évolutions contrastées selon la nature de leur activité, leur localisation, la stratégie du dirigeant... Néanmoins, la tendance générale est plutôt à l'optimisme et la cristallisation contre le grand commerce à tendance à s'apaiser (LSA, N°2150, septembre 2010)

Que ce soit dans l'industrie, les services, l'agriculture... ou le cas échéant le commerce, les mutations économiques s'accompagnent inévitablement de transformation qualitative et quantitative de l'emploi.

/ Des évolutions découplées entre implantations de surfaces commerciales et emplois



Source : Pôle Emploi



Source : Nielsen Panorama TradeDimensions

L'observation des effectifs du commerce depuis 1993 révèle une dynamique très forte de création d'emplois jusqu'en 2002 (25 000 emplois créés) puis des évolutions en dents de scie avec néanmoins une tendance plus marquée à la baisse (-5000 emplois entre 2002 et 2009). La baisse la plus forte est enregistrée entre 2008 et 2009 avec plus de 2 600 emplois supprimés.

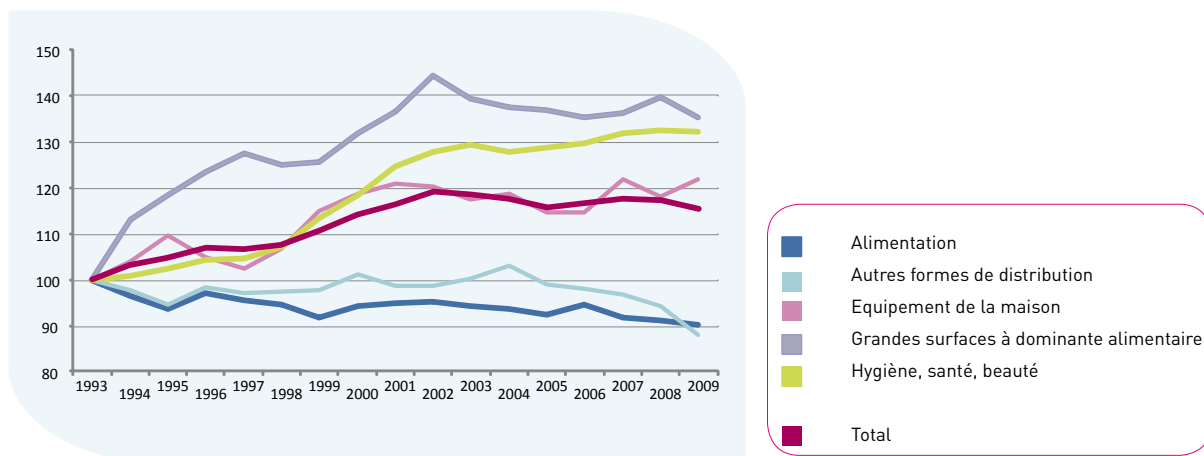
Dans le même temps, les surfaces commerciales liées à de nouvelles implantations n'ont cessé de croître. Alors que sur la période de 1995 à 1999 on compte en moyenne 47800m² d'implantations par an, ce ratio passe à 93900m² entre 2005 et 2009. Cette donnée ne traduit néanmoins qu'une dynamique et non un stock. Elles ne tiennent donc pas compte des disparitions de surfaces commerciales.

À l'échelle régionale, la croissance des surfaces commerciales n'est donc plus synonyme de croissance de l'emploi.

Cette dynamique globale masque des disparités sectorielles importantes.

L'équipement de la maison, l'équipement de la personne et l'hygiène-santé-beauté sont les trois seuls secteurs à afficher une tendance à la hausse d'emploi sur l'ensemble de la période. L'équipement de la personne montre néanmoins des signes de faiblesses depuis 2007 que l'on peut davantage imputer à la conjoncture économique qu'à une remise en cause des modèles existants.

/ Evolution des effectifs dans quelques secteurs d'activité



indice base 100 en 1993

D'autres secteurs, en revanche, apparaissent continuellement orientés à la baisse. On retrouve ici l'ensemble du commerce alimentaire (boucherie, boulangerie, épicerie...) et les autres formes de distribution qui concentrent essentiellement les acteurs de la VAD. Plus de 1 800 emplois ont disparu dans ce secteur depuis 2002. Même si l'on peut supposer qu'une partie de ces emplois s'est en réalité déplacée vers de la sous-traitance (en particulier dans les centres de relation client à distance), ces pertes restent néanmoins significatives d'autant plus qu'elles sont concentrées sur la zone d'emploi de Roubaix-Tourcoing. La région concentre encore néanmoins plus du quart des emplois nationaux de ce secteur !

Les grandes surfaces à dominante alimentaire concentrent plus d'un quart des effectifs du commerce. Elles ont nettement contribué aux créations d'emplois jusqu'en 2002 mais la tendance s'inverse depuis (1 400 emplois supprimés entre 2002 et 2008) et s'est même largement accentuée entre 2008 et 2009 (-1 200). Les dernières estimations existantes laissent à penser que cette tendance baissière devrait se poursuivre en 2010.

Cette baisse de l'emploi dans le commerce régional transparait déjà nettement dans les enquêtes de conjoncture du réseau consulaire. Ce focus traduit bien l'impact des mutations du commerce sur l'emploi. Ce recul des effectifs est d'autant plus inquiétant qu'il intervient dans une période où la consommation des ménages s'est maintenue et ce malgré une violente crise. Si la consommation des ménages venait à se replier on pourrait consécutivement assister à un recul d'autant plus massif des emplois.

Mais le principal constat reste celui d'une déconnexion entre le développement de l'offre commerciale et de l'emploi. Pendant de nombreuses années, les grandes implantations commerciales (généralement en périphérie des villes) permettaient de générer des emplois au détriment parfois du petit commerce de centre ville. Les derniers chiffres disponibles remettent clairement en cause ce postulat.

/ L'ACTUALITÉ DU COMMERCE CE TRIMESTRE

À la découverte du shopping du futur, La Voix du Nord, 30/09/2010

Nom de code U-Shopping... La première application en France de commerce ubiquitaire sera testée le 4 novembre dans la galerie marchande d'Englos-les-Géants.

Décathlon veut-il partir à la conquête du Far West ?, La Voix du Nord, 24/09/2010

Le groupe OXYLANE, leader européen des distributeurs d'articles de sport, vient de racheter un centre commercial de 12 000 m² et un terrain de 4,7 hectares au Town Centre d'Ontario (en Californie).

Kiabi, le spécialiste des petits prix, range ses vêtements dans un entrepôt géant, La Voix du Nord, 13/09/2010

Visite de la plate-forme logistique de Lauwin-Planque (près de Douai), où KIABI dispose de 66 000 m² pour desservir ses magasins français et étrangers. L'entrepôt, qui est exploité depuis 15 mois, emploie actuellement 180 salariés.

Un événement commercial désormais incontournable pour la grande distribution, Les Echos, 11/08/2010

La période du ramadan entraîne une croissance exponentielle de la vente des produits orientaux prisés par les musulmans. Un phénomène qui illustre la montée en puissance des rayons halal dans les magasins.

Auchan Grande-Synthe : recruter sans discrimination, pour une égalité de chances face à l'emploi, La Voix du Nord, 03/08/2010

Depuis 2006, le groupe Auchan est signataire de la charte de la diversité qui condamne les discriminations dans le domaine de l'emploi. À Grande-Synthe, près de Dunkerque, Dorothee Brown, responsable des ressources humaines du magasin, a pu mettre en place une méthode de recrutement innovante.

Les grandes marques cherchent à contourner les chaînes d'hypermarchés et de supermarchés, Le Figaro économie, 02/08/2010

Irrités par leurs mauvaises relations avec les géants de la distribution, les industriels essaient par tous les moyens de vendre leurs produits sur des circuits alternatifs. Plus petits, mais plus rentables et bons pour leur image.

Produits bio : les grandes enseignes de la distribution déclarent la guerre des prix, Les Echos, 22/07/2010

Après l'opération « Mieux vivre bio à 1 euro » initiée par AUCHAN, LECLERC vient de lancer un comparateur de prix spécial pour les produits bio. Les magasins spécialisés ne représentent plus que 26 % des ventes de produits bio et les magasins indépendants 12 %, contre 45% pour les grandes enseignes en 2009. Les spécialistes du hard-discount s'y sont également mis, comme LEADER PRICE. Mais cette progression s'est accompagnée d'un boom des importations. Devant la réticence des producteurs, la grande distribution réfléchit actuellement à la création d'un fonds d'aide à la conversion des agriculteurs.

Retrouvez ce document et l'ensemble des analyses de la C(R)CI Nord-Pas de Calais sur le commerce et l'économie en région sur <http://www.nordpasdecalais.cci.fr>

Enquête réalisée par le réseau C(R)CI entre le 23 septembre et le 7 octobre 2010 par mail auprès de 14 300 entreprises pour l'ensemble des secteurs d'activité.

Plus de 1 500 entreprises ont répondu à l'enquête dont près de 300 dans le commerce de détail et artisanal.

Analyse réalisée par Thomas CRINQUETTE – C(R)CI Nord-Pas de Calais – tcrinquette@nordpasdecalais.cci.fr – 03 20 63 79 94

