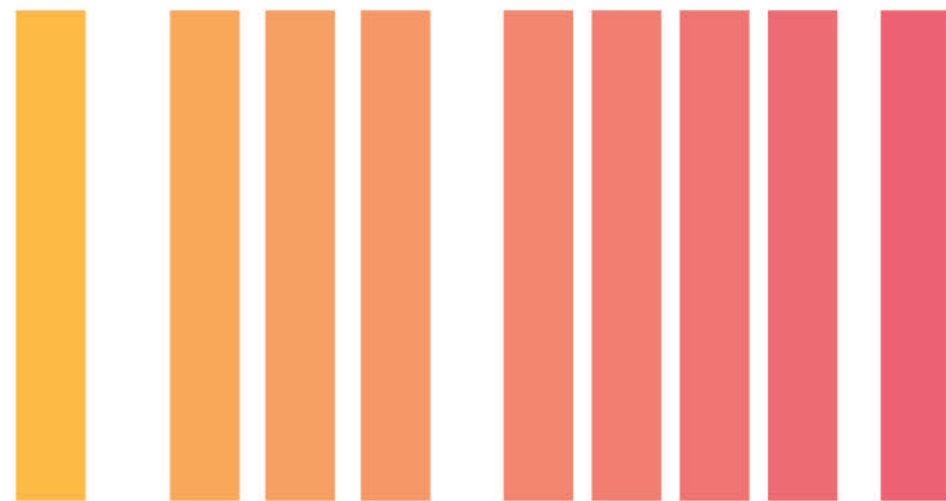


Ifm



FLASH SOLDES

/ OBSERVATOIRE ÉCONOMIQUE

JANVIER 2010

PREMIÈRE QUINZAINE DES SOLDES D'HIVER 2010

Selon les premières tendances communiquées par les distributeurs, la consommation d'articles d'habillement et de textiles a enregistré en moyenne au cours de la première quinzaine des soldes une diminution de l'ordre de 5 % par rapport à la même période de 2009. Ce mauvais démarrage n'est pas sans lien avec les difficultés de circulation créées par la neige. Il faut également signaler que la référence de 2009 était assez élevée.

Les magasins populaires et les grands magasins ont affiché des chiffres d'affaires comparables aux deux premières semaines de soldes d'hiver 2009. Sur cette première quinzaine de soldes, les chaînes spécialisées, les chaînes grande diffusion et les hypermarchés et supermarchés ont connu des reculs compris le plus souvent entre - 5 et -10 %. Les indépendants multimarques ont quant à eux vu leurs chiffres d'affaires baisser de 3 à 5 %.

Les stocks de produits disponibles étaient très variables selon les enseignes, certains ayant bénéficié de l'embellie du mois de décembre, là où d'autres ont pâti du décrochage du troisième trimestre. Reste que globalement le niveau de stock était en moyenne équivalent à celui de l'an passé. Les rabais pratiqués lors de cette première quinzaine ont été équivalents dans l'ensemble à ceux de la campagne des soldes d'hiver 2009. Malgré cela, la fréquentation des magasins apparaît à une majorité des acteurs interrogés comme étant en sensible retrait. De plus, le panier moyen a été légèrement inférieur à la campagne 2009 sur ces deux premières semaines de soldes.

CHARLES TILLARD-TÊTE
ctillard@ifm-paris.com

CONSOMMATION D'ARTICLES D'HABILLEMENT ET TEXTILES LORS DE LA PREMIÈRE QUINZAINE DES SOLDES

DONNEES PROVISOIRES

CIRCUITS DE DISTRIBUTION	EVOLUTION DE CHIFFRE D'AFFAIRES
	1ère quinzaine de soldes d'hiver 2010 / 1ère quinzaine de soldes d'hiver 2009
INDÉPENDANTS MULTIMARQUES	Entre - 3 % et - 5 %
CHAINES SPECIALISEES	Entre -5 % et - 10 %
CHAINES GRANDE DIFFUSION	Entre -5 % et - 10 %
GRANDS MAGASINS	Stabilité
MAGASINS POPULAIRES	Stabilité
HYPER-SUPERMARCHES	Entre - 5 % et - 10 %

