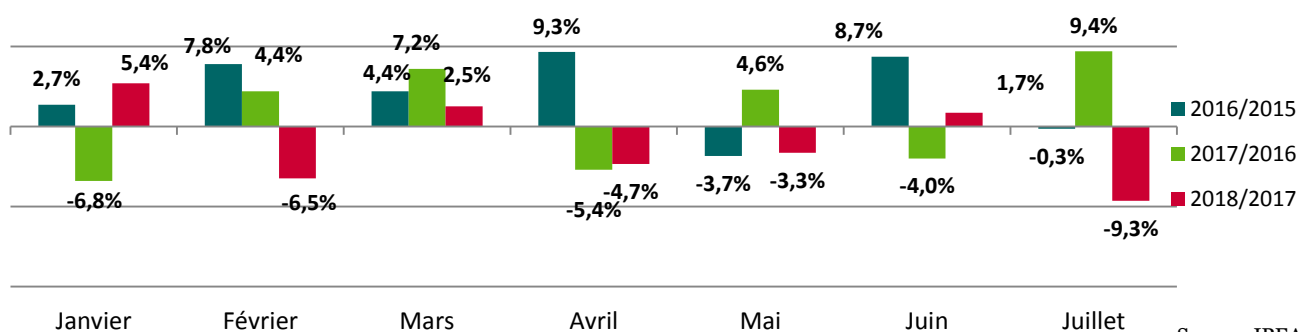


Le mois de juillet en bref...

Evolution du marché domestique juil. 2018/juil. 2017	-9,3%
Evolution du cumul à fin juillet 2018/2017	-2,1%
Incidence du résultat de juillet sur le cumul	-1,5 pt

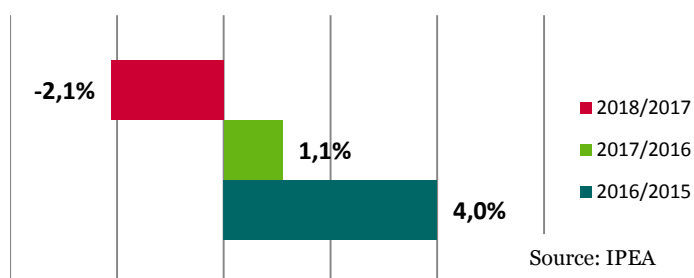
Forte contre-performance en juillet

Evolution valeur du marché domestique m / m – 12



Malheureusement pas de miracle sur le marché du meuble en juillet et comme attendu l'activité recule fortement sur l'ensemble du mois (**-9,3%**). Le marché est ainsi victime de son succès de l'année précédente conjugué à un samedi en moins par rapport à 2017. Peu d'enseignes parviennent à faire progresser leurs ventes sur la période et les chutes de performances à deux chiffres sont légions. Même les spécialistes cuisine et literie sont plus à la peine avec des résultats en recul chez de nombreux acteurs sans que cela ne remette toutefois en cause trop fortement leur bilan positif des sept premiers mois. Situation difficile également parmi les principaux acteurs de la grande distribution et peu d'entre eux parviennent à maintenir leurs ventes sur la période.

Evolution IMC valeur en cumul 7 mois



En 2017, le mois de juillet était le deuxième mois le plus important en valeur derrière janvier. L'impact de cette contre-performance se répercute donc très fortement sur les résultats cumulés avec un recul de **2,1%** sur les sept premiers mois de l'année. C'est la première fois depuis 2014 que le cumul marché s'affiche en recul à fin juillet (-1,2%). On notera que sur les derniers exercices qui ont affiché un recul sur les sept premiers mois, celui-ci n'a pas été comblé sur les cinq mois restants.

Si l'on peut trouver de nombreuses explications à la contre-performance du mois de juillet : très bon référentiel 2017, 1^{er} samedi des soldes en juin et non en juillet comme durant l'exercice précédent, fortes chaleurs qui n'ont pas poussé les consommateurs à se déplacer en magasin, beau parcours de la France lors de la coupe du monde de football ; la question de la pertinence des soldes et de leur format demeure néanmoins centrale. Ainsi, selon l'alliance du commerce, les soldes d'été 2018 auront été marqués par une fréquentation et des paniers moyens encore en baisse ainsi que par une concurrence accrue d'internet sur la vente physique, même si en ligne l'effet soldes se sera principalement fait sentir durant les premiers jours.

Le format des soldes tel qu'il existe aujourd'hui semble donc avoir fait son temps, c'est en tout cas ce qui est ressorti des groupes de travail mis en place fin 2017 et début 2018 par le conseil du commerce de France et qui ont permis de dégager un véritable consensus sur ce point, toutefois celui-ci se délite dès que la question des modifications à mettre en place est abordée :

80%, soit la part des commerçants qui jugent que la réglementation actuelle encadrant les soldes n'est pas satisfaisante. Ils sont également **85%** à souhaiter la réduction de la durée des soldes.

54%, c'est la courte majorité qui s'est détachée en faveur d'une durée des soldes de quatre semaines. On notera toutefois que 31% des commerçants étaient pour leur part favorables à une durée de cinq semaines et que 15% militaient pour trois semaines de soldes, ce qui leur semblait largement suffisant.

Le format des soldes va donc changer rapidement. Si des propositions ont été faites dans ce sens, rien n'a toutefois encore été officiellement acté. L'article 8 du projet de loi Pacte, présenté le 18 juin 2018 et dont l'examen par l'Assemblée Nationale a débuté le 5 septembre, préconise une durée des soldes ramenée de six à quatre semaines afin de les rendre plus « lisibles ». Toutefois, si cette réduction des soldes était attendue pour 2019, nombreux sont ceux qui commencent maintenant à douter de la mise en place de cette réforme dans un délai aussi court.

38%, c'est la part des commerçants qui pensent que la date des soldes d'hiver doit être avancée, mais aussi la part des commerçants qui estiment qu'elle ne doit pas être modifiée. Les 24% restants militent pour un recul de la date. Plusieurs cas de figure se présentent donc pour les futurs soldes d'hiver : conserver le deuxième mercredi du mois de janvier, avancer les soldes au premier mercredi de janvier, démarrer dès le lendemain de Noël sur le modèle du « Boxing day » britannique, ou enfin reculer les soldes fortement jusqu'à fin janvier.

63%, la situation paraît plus simple concernant les soldes d'été pour lesquels la majorité des commerçants ne souhaite pas changer la date. 32% souhaiteraient néanmoins un recul de la date des soldes, notamment pour ne pas brader les produits estivaux dès le début de l'été et des vacances.