



## Les centres de marques troyens en 2009 : comportements des touristes commerciaux et répercussions sur l'économie locale (période de soldes et hors soldes)



Observatoire économique de la Chambre de Commerce et d'Industrie de Troyes et de l'Aube  
octobre 2009

### I) Profils des touristes commerciaux en période de soldes et hors soldes

#### Caractéristiques des touristes commerciaux - période de soldes

Critères	Chalands extérieurs à l'Aube
Sexe	Hommes: 48% Femmes: 53%
Age moyen	Hommes: 35 ans Femmes: 35 ans
CSP	Sans emploi: 36% Employés/ professions intermédiaires: 34% Cadres et profession intellectuelle sup.: 19%
Nombre moyen de personnes / groupe	3,64
Distance moyenne parcourue	218 kilomètres
Etablissement d'un budget	Oui: 14% Non: 86%
Dépenses moyenne sur le site	274 €

ZOOM chalands non Auboisi		Chalands extérieurs à l'Aube
Critères		
Part de nouveaux chalands	25%	
Durée du séjour	Quelques heures:	6%
	Une demi-journée:	14%
	Une journée:	64%
	> à une journée:	17%
Lieux de restauration	75% mangent au moins une fois sur le lieu d'achat	
	37% mangent au moins une fois en centre-ville	
Nombre de chalands dormant à l'hôtel	59%	
Achats supplémentaires dans un autre site magasins d'usine	Oui: 45%	
Achats supplémentaires en centre-ville de Troyes	Oui: 13%	

#### Caractéristiques des touristes commerciaux - période hors soldes

Critères	Aubois	Chalands extérieurs à l'Aube
Sexe	Hommes: 43% Femmes: 57%	Hommes: 57% Femmes: 43%
Age moyen	Hommes: 30 ans Femmes: 33 ans	Hommes: 38 ans Femmes: 37 ans
CSP	Sans emploi: 30% Employés/ professions intermédiaires: 33% Cadres et profession intellectuelle sup.: 30%	Sans emploi: 32% Employés/ professions intermédiaires: 39% Cadres et profession intellectuelle sup.: 22%
Nombre moyen de personnes / groupe	2,72	3,76
Distance moyenne parcourue	24 kilomètres	238 kilomètres
Etablissement d'un budget	Oui: 30% Non: 70%	Oui: 26% Non: 74%
Dépenses moyenne sur le site	81 €	156 €

ZOOM chalands non Auboisi		Chalands extérieurs à l'Aube
Critères		
Part de nouveaux chalands	23%	
Durée du séjour	Quelques heures:	9,5%
	Une demi-journée:	15,3%
	Une journée:	60,3%
	> à une journée:	14,8%
Lieux de restauration	76% mangent sur le lieu d'achat	
	22% mangent au moins une fois en centre-ville	
Nombre de chalands dormant à l'hôtel	42%	
Achats supplémentaires dans un autre site magasins d'usine	Oui: 49%	
Achats supplémentaires en centre-ville de Troyes	Oui: 12%	

### II) Comportement des chalands extérieurs et répercussions sur l'économie locale

#### Les nouveaux clients

##### Hors soldes

2007	2008	2009
18,1 %	19,2 %	23%

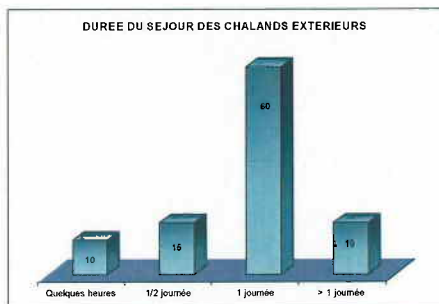
En 2009, la part de la clientèle venant pour la première fois est de 23% en période hors soldes. Il s'agit d'un pourcentage élevé mais qui n'est pas surprenant au regard de la fréquentation en hausse des chalands extérieurs à l'Aube. En période de soldes, ce taux culmine à 25% dont une part significative de chalands venant d'Île-de-France (sur l'ensemble des nouveaux chalands, plus du tiers sont des franciliens en que ce soit en période de soldes ou hors soldes).

##### Soldes

2009
25%

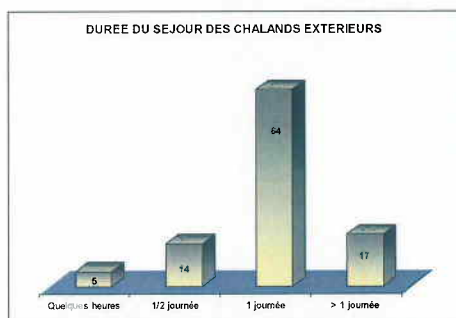
### ↳ Durée du séjour des chalands extérieurs à l'Aube

#### Hors soldes



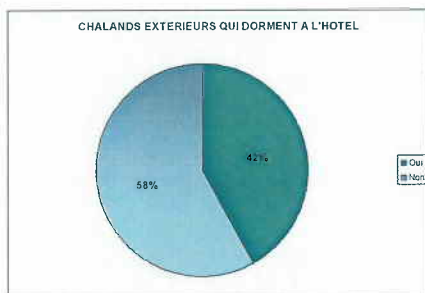
Une large majorité des consommateurs reste une journée à Troyes pour réaliser ses achats. Seul 15% des chalands restent plus d'une journée en période hors soldes. Ce taux s'élève très légèrement en période de soldes (17%). En revanche, ils sont moins nombreux à ne rester que quelques heures en période de soldes (5%).

#### Soldes



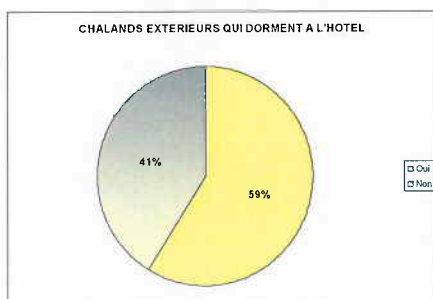
### ↳ Nuitées à l'hôtel

#### Hors soldes



Sur les 15% de chalands qui restent plus d'une journée en période hors soldes, 42% dorment à l'hôtel. Cette part est nettement plus importante en période de soldes puisque sur les 17% qui séjournent au moins 2 jours à Troyes, plus de la moitié réserve une chambre dans un hôtel.

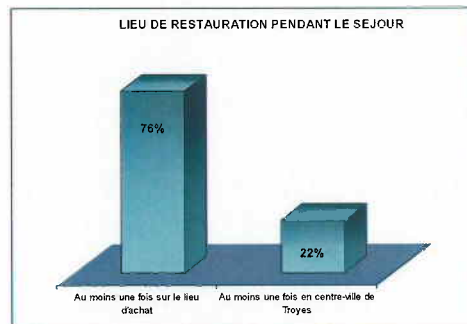
#### Soldes



A noter l'importance des soldes pour l'ensemble de l'économie troyenne. En période de soldes, les chalands sont plus nombreux à se rendre au centre-ville de Troyes pour se restaurer et pour y passer une ou plusieurs nuits.

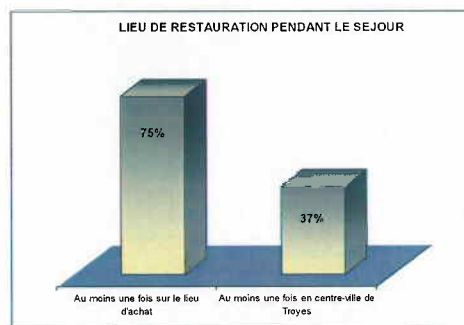
### ↳ Lieux de restauration

#### Hors soldes



Sur l'ensemble des consommateurs qui restent plus d'une demi-journée, les ¾ se restaurent au moins une fois sur le lieu d'achat (et particulièrement dans le secteur de la restauration rapide) quelque soit la période d'achat. En revanche, ils sont plus nombreux (+15 points) en période de soldes à se rendre dans le centre-ville pour y manger au moins une fois.

#### Soldes



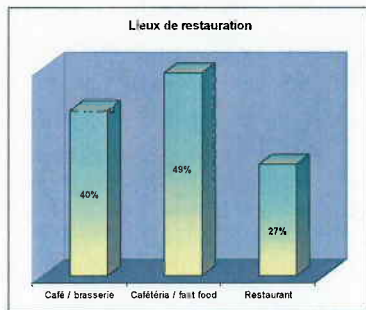
### III) Impacts économiques

A Troyes, la présence des centres de marques influence directement l'économie locale puisque les touristes commerciaux viennent spécifiquement pour acheter dans ces centres. L'influence sur l'économie locale ne se limite cependant pas aux effets directs des achats en prêt-à-porter mais elle est élargie à l'ensemble du secteur touristique (hôtellerie, restauration...). Si les impacts sont plus importants lors des deux périodes de soldes annuelles, l'économie auboise affiche des retombées économiques positives tout au long de l'année. Pour déterminer l'impact économique de la fréquentation des magasins d'usine, nous excluons l'ensemble des chalands auboisi dont les dépenses ne constituent pas un apport supplémentaire pour l'économie locale. Nous analysons donc uniquement les dépenses des chalands extérieurs au département de l'Aube.

**Méthodologie :** Nous déterminons le nombre de ces visiteurs en 2009 à 3 889 655. Nous partons du postulat que le CA annuel moyen pour les magasins d'usine troyens représente 254 millions d'euros. Connaissant la ventilation du nombre de chalands auboisi / non auboisi, nous calculons le CA réalisé grâce aux chalands non-auboisi que nous divisons par le panier moyen. Ce résultat nous permet de déterminer le nombre de consommateurs. Il suffit ensuite de multiplier le nombre de consommateurs par le nombre de personnes par groupe pour estimer le nombre de visiteurs qui se rendent dans les centres troyens. C'est sur cette base que nous nous sommes appuyés pour estimer l'impact économique des magasins d'usine, généré par les chalands extérieurs. La méthode appliquée repose sur l'utilisation de données issues des enquêtes, rapprochées du chiffre d'affaires global des centres de marques troyens obtenu en parallèle grâce au concours des opérateurs présents à Troyes. Aucun élément chiffré ne peut apparaître nominativement. Tous les résultats présentés portent sur l'ensemble de l'offre commerciale locale. Les estimations présentées antérieurement ont été élaborées à partir de la même méthode, ce qui autorise les comparaisons et donne un sens aux évolutions constatées.

**Hôtellerie :** 14% des chalands non auboisi déclarent dormir à l'hôtel lors de leur passage à Troyes, ce qui représente un chiffre d'affaires pour 2008 de 5,1 millions d'euros pour les structures hôtelières locales. Depuis 2005, ce secteur d'activité a vu son chiffre d'affaires augmenter puisque les touristes commerciaux ont été plus nombreux à dormir à l'hôtel (+1,6% entre 2005 et 2008).

**Restauration :** La part des chalands extérieurs déclarant se restaurer lors de leur passage à Troyes a légèrement baissé depuis 2005 (-2 points). Par conséquent, les dépenses effectuées auprès des restaurateurs auboisi qui s'élèvent à 17 millions d'euros ont été plus faibles qu'en 2005 (18 millions d'euros), compensée par une hausse de la dépense moyenne en restauration par chaland.



La somme est supérieure à 100, du fait des réponses multiples

Les établissements de restauration du centre-ville profitent des effets positifs du tourisme commercial, et notamment lors des soldes puisque 36% des chalands extérieurs vont s'y restaurer au moins une fois durant leur séjour contre 22% en période hors soldes. La fréquentation des établissements qui sont sur le lieu d'achat se maintient (75% des chalands extérieurs s'y restaurent au moins une fois lors de leur visite, quelque soit la période d'achat).

#### 1- Autres achats

18 % des touristes commerciaux déclarent faire d'autres achats hors des centres de marques à l'occasion de leur passage à Troyes, ce qui représente un potentiel de plus de 700 000 personnes à l'année. La dépense moyenne avancée est de 43 € par personne, ce qui représente une dépense globale annuelle de 30,1 M€ dans l'Aube. Notons que le niveau de dépense est nettement plus élevé qu'en 2005 puisqu'il s'élevait à 26€ en moyenne par personne. Par ailleurs, plus des ¾ des touristes commerciaux déclarant faire d'autres achats hors des centres de marques souhaitent effectuer leurs achats en centre-ville de Troyes.



#### Contexte de l'étude

L'offre commerciale troyenne se caractérise par 85 000 m<sup>2</sup> de magasins de marques répartis en 3 sites dans l'agglomération de Troyes (Marques Avenue à Saint-Julien-les-Villas ; McArthurGlen et Marques City à Pont-Sainte-Marie). Les trois centres de magasins d'usine et de marques troyens, qui bénéficient d'une zone de chalandise extrêmement vaste couvrant le quart Nord-Est du pays, attirent chaque année 5 millions de visiteurs dont 4 millions de touristes commerciaux extérieurs au département de l'Aube. L'observatoire économique de la Chambre de Commerce et d'Industrie de Troyes et de l'Aube a mis en place depuis 2007, en partenariat avec l'observatoire européen des centres de marques Magdus, une série d'études périodiques qui contribuent à nourrir la réflexion des collectivités territoriales ou des opérateurs sur le fonctionnement des centres de marques troyens.

#### Objectifs de l'étude

Cette étude a pour objectif d'affiner le profil des consommateurs qui fréquentent les centres de marques troyens en période hors soldes et en période de soldes.

#### Méthodologie

L'étude suivante est issue d'une enquête réalisée sur les sites Marques Avenue et McArthurGlen en période hors soldes du 10 au 20 juin 2009 auprès de 251 personnes et en période de soldes du 23 juin au 1<sup>er</sup> juillet 2009 auprès de 158 personnes. Celles-ci ont été interrogées de manière aléatoire et l'échantillon est composé de 106 Auboisiens (60 en période hors soldes et 46 en période de soldes) et de 303 chalands extérieurs au département (191 en période hors soldes et 112 en période de soldes).

#### Réalisation

Observatoire économique de la Chambre de Commerce et d'Industrie de Troyes et de l'Aube, septembre 2009