

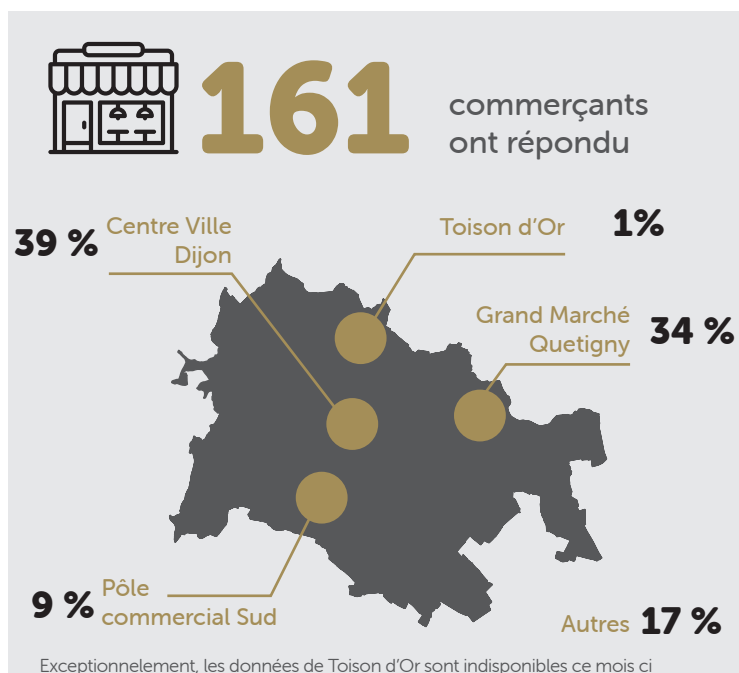
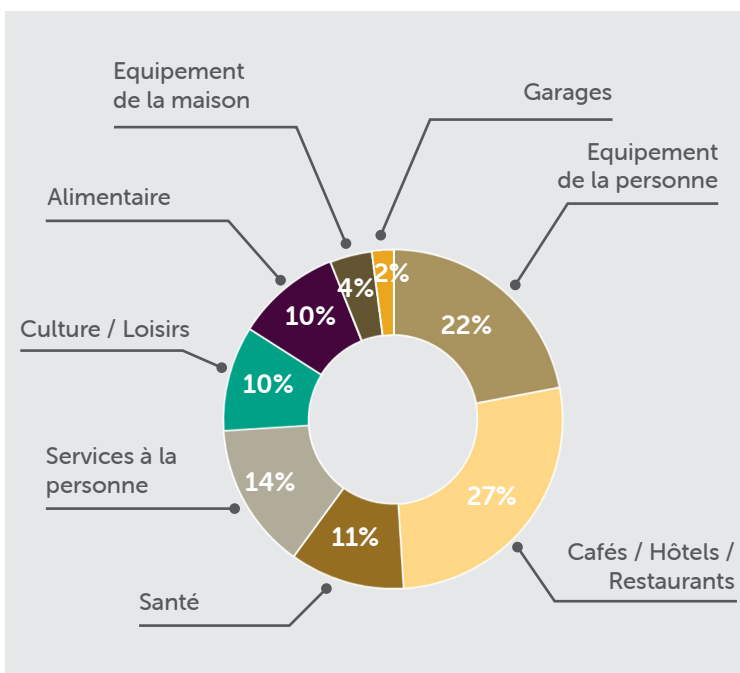
# Observatoire Commerce Dijon Métropole

Conjoncture Commerce - Janvier 2023

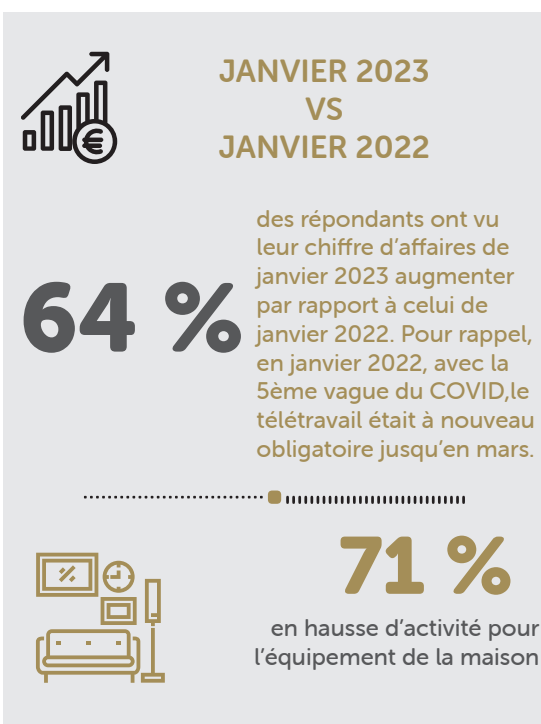


Cette note de conjoncture, réalisée par la Chambre de Commerce et d'Industrie, permet de mesurer mensuellement l'activité des commerçants de Dijon Métropole.

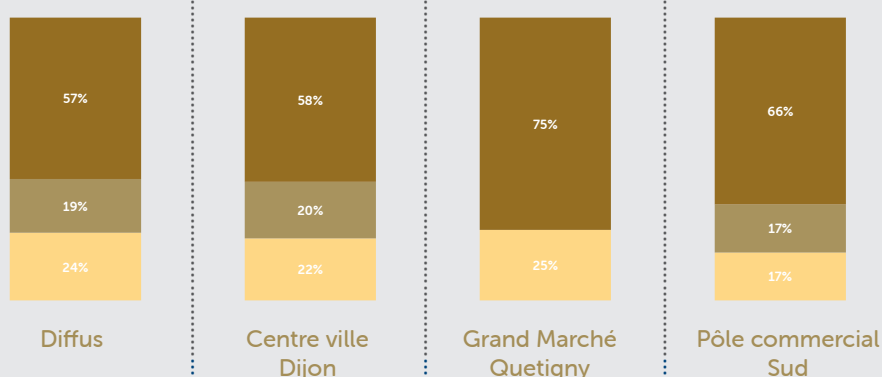
## PROFIL DES RÉPONDANTS



## CHIFFRE D'AFFAIRES



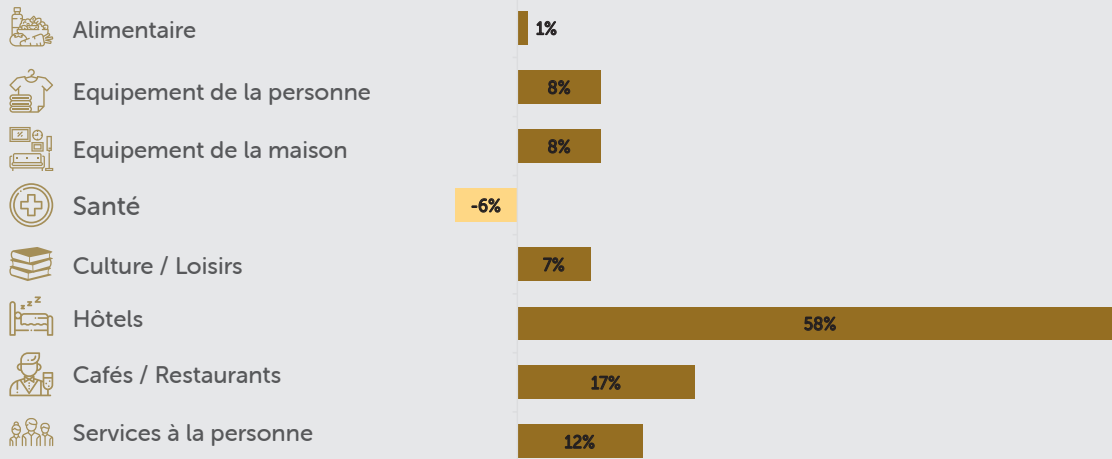
## ÉVOLUTION DU CHIFFRE D'AFFAIRES PAR PÔLE COMMERCIAL (Janvier 2023 / Janvier 2022)



Légende : ■ Augmentation ■ Stabilité ■ Diminution

## EVOLUTION DU CHIFFRE D'AFFAIRES \*

### EVOLUTION MOYENNE PAR ACTIVITE PAR RAPPORT A JANVIER 2022



L'évolution moyenne de chiffre d'affaires entre janvier 2022 et janvier 2023 est de :

**+ 58 %**  
pour les hôtels

**-6 %**  
pour la santé

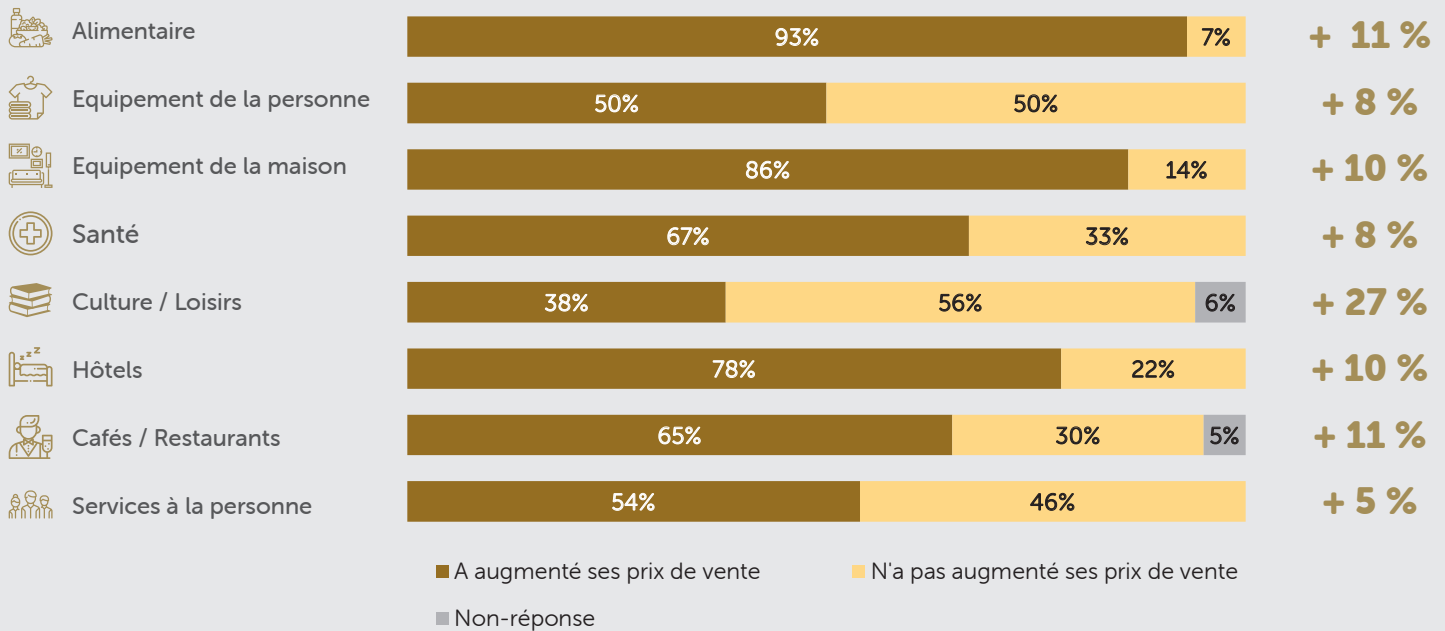
### AUGMENTATION DES PRIX DE VENTE ENTRE JANVIER 2022 ET JANVIER 2023

**65 %** des répondants déclarent avoir augmenté leurs prix de vente entre janvier 2022 et janvier 2023

Pour les répondants ayant augmenté leurs prix de vente, la hausse moyenne déclarée est de

**11 %**

Pour ceux ayant augmenté leurs prix, hausse moyenne de :



## FREQUENTATION ET PANIER MOYEN \*



### ÉVOLUTION FRÉQUENTATION

**53 %** des commerçants déclarent **une augmentation** de la fréquentation entre janvier 2022 et janvier 2023



**73 %** des répondants en hausse pour les hôtels



### ÉVOLUTION PANIER MOYEN

**43 %** des commerçants déclarent **une hausse** du panier moyen entre janvier 2022 et janvier 2023



**63 %** des répondants en hausse pour les hôtels



## OUVERTURE LES DIMANCHES AU CENTRE VILLE DE DIJON

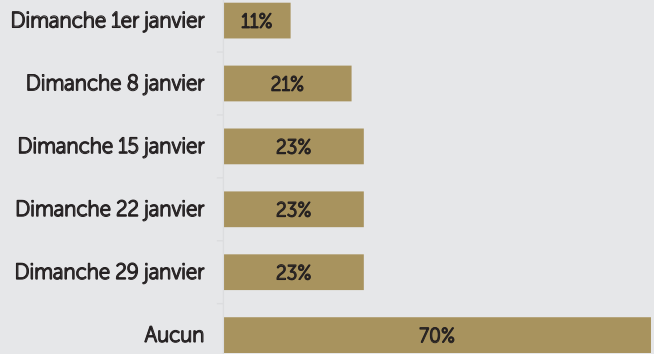
(hors hôtels, garages, services à la personne)

# 23 %

des répondants du centre ville de Dijon déclarent avoir ouvert le dimanche 15 janvier 2023, premier dimanche des soldes (21% le premier dimanche des soldes 2022)

# 70 %

des répondants du centre ville de Dijon n'ont ouvert aucun dimanche de janvier



## PRÉVISIONS FEVRIER \*

### HAUSSE D'ACTIVITE

# 38 %

des commerçants prévoient une augmentation de chiffre d'affaires entre février 2022 et février 2023.

Pour les répondants déclarant une augmentation, la hausse moyenne entre février 2022 et février 2023 serait de

# 19 %

### BAISSE D'ACTIVITE

# 20 %

des commerçants prévoient une diminution de chiffre d'affaires entre février 2022 et février 2023.

Pour les répondants déclarant une diminution, la perte moyenne entre février 2022 et février 2023 serait de

# 14 %

## DIFFICULTES \*

### PROBLEMES D'APPROVISIONNEMENT

# 29 %

déclarent rencontrer des problèmes d'approvisionnement (34% le mois dernier)



# 43 %

en équipement de la maison



# 57 %

pour l'alimentaire

### PROBLEMES DE RECRUTEMENT

# 26 %

déclarent rencontrer des problèmes de recrutement (29% le mois dernier)



# 33 %

pour les hôtels



# 40 %

pour les cafés / restaurants

## IMPACT DU CONTEXTE ACTUEL \*

### LICENCIEMENTS

# 12 %

pensent que le contexte actuel peut générer des licenciements dans leur entreprise (17% le mois dernier)

# 33 %

déclarent ne pas savoir (34% le mois dernier)

### PERENNITE DE L'ENTREPRISE

# 21 %

pensent que le contexte actuel peut remettre en cause la pérennité de leur entreprise (29% le mois dernier)

# 38 %

déclarent ne pas savoir (37% le mois dernier)

## PROBLEMES DE TRESORERIE

# 10 %

des répondants rencontrent des difficultés pour payer leurs cotisations (13% le mois dernier)

# 8 %

pour payer leur loyer (15% le mois dernier)

# 10 %

pour payer leurs fournisseurs (14% le mois dernier)

# 78 %

déclarent n'avoir aucun problème de trésorerie (73% le mois dernier)

## IMPACT DU CONTEXTE GEOPOLITIQUE \*

**91 %**

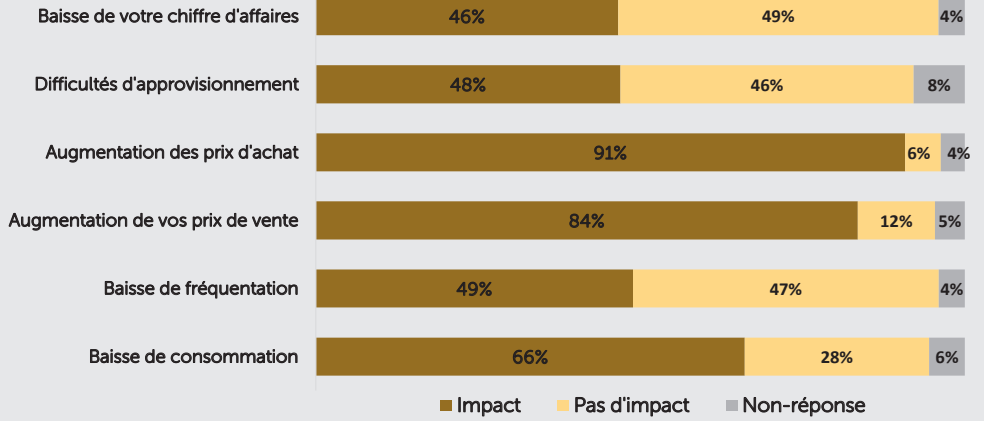
des répondants déclarent que la guerre en Ukraine entraîne une augmentation des prix d'achat (95% le mois dernier)

**84 %**

une augmentation des prix de vente (83% le mois dernier)

**66 %**

une baisse de la consommation (63% le mois dernier)



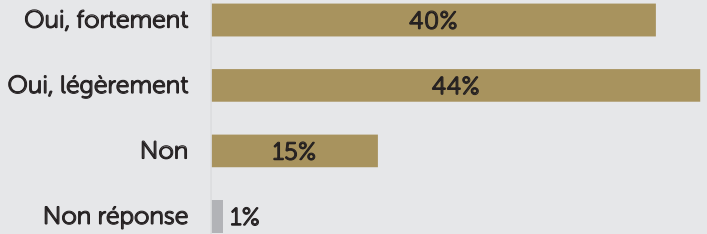
## MOUVEMENTS SOCIAUX \*

**84 %**

des répondants pensent que les mouvements sociaux vont s'intensifier dans les prochains mois (93% le mois dernier)

**40 %**

d'entre eux se disent fortement inquiets par une intensification des mouvements sociaux (50% le mois dernier)



## ENERGIE \*



### AUJOURD'HUI

**71 %**

des répondants déclarent avoir déjà remarqué une augmentation des coûts énergétiques (59% le mois dernier)

Pour les répondants affirmant une augmentation des coûts d'énergie, la hausse moyenne déclarée est de **94 %** (87% le mois dernier)

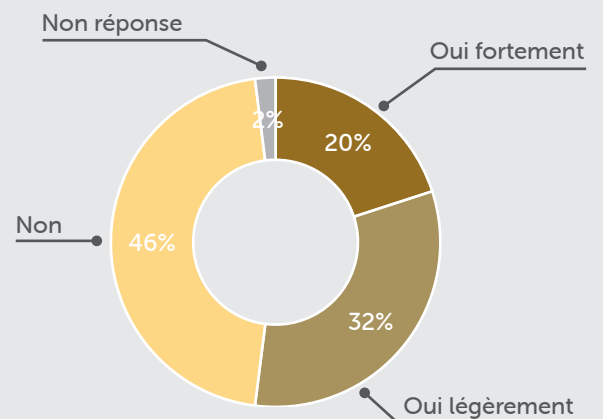
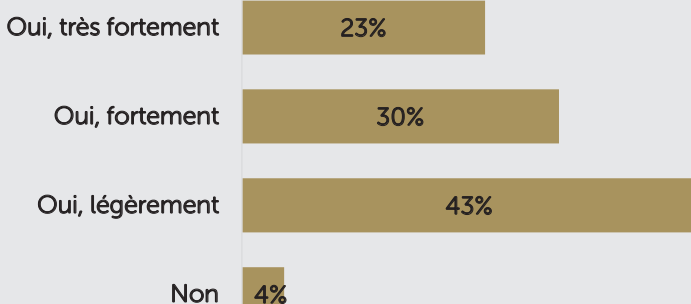
### DANS LES MOIS A VENIR

**53 %**

des répondants pensent que ce poste de dépenses impactera fortement voire très fortement leur rentabilité dans les mois à venir (64% le mois dernier)

**20 %**

des répondants déclarent que les mesures du Plan de Sobriété Énergétique dans les mois à venir les inquiètent fortement (28% le mois dernier)





CHIFFRE D'AFFAIRES

**36 %**

des commerçants concernés par les soldes ont vu leur chiffre d'affaires des soldes d'hiver 2023 **augmenter** par rapport aux soldes d'hiver 2022



**36 %**

en hausse dans le secteur équipement de la personne



FREQUENTATION

**46 %**

des commerçants concernés par les soldes ont constaté une **baisse de fréquentation** entre les soldes d'hiver 2022 et ceux de l'hiver 2023



**36 %**

en baisse dans le secteur équipement de la personne



PANIER MOYEN

**43 %**

des commerçants concernés par les soldes ont constaté un panier moyen en **stabilité** pendant les soldes d'hiver 2023 par rapport aux soldes d'hiver 2022



**64 %**

en stabilité dans le secteur équipement de la personne

\* Attention : chiffres hors Toison d'Or et Quetigny

\* Attention : chiffres hors Toison d'Or et Galerie marchande Quetigny

Méthodologie :

- Ce document se base sur les données déclaratives de 161 commerçants enquêtés à l'échelle Dijon Métropole
- Pour chaque thème (Chiffre d'affaires, CA cumulé, fréquentation, panier moyen), le répondant a le choix entre trois réponses : augmentation, stabilité, diminution
- Les chiffres indiquent la part des commerçants ayant constaté les différentes évolutions