

Le commerce à l'épreuve de

L'explosion des températures de ce début d'été ne perturbe pas seulement la gestion des rayons « météo-sensibles ». Elle oblige aussi les distributeurs à adapter les conditions d'accueil des clients, voire de travail pour les salariés.

LE CONTEXTE

■ **Les températures** étaient supérieures de 8 °C aux normales du 29 juin au 5 juillet, pour parfois atteindre les 40 °C.

■ **Les distributeurs** doivent faire face aux pics de ventes des eaux, glaces, produits frais et autres articles « anticanicule ».

■ **Une grande vigilance doit être portée** sur la qualité d'accueil des clients et les conditions de travail des salariés.

Plus encore qu'un phénomène climatique, la canicule est un immense dérèglement... de consommation ! C'est comme si tout notre pays, et ses habitants avec, avait subitement dérivé vers des latitudes équatoriales. Avec des conséquences dans

les ventes et méventes en magasins. Premier touché : le rayon des eaux. « *Les deux premiers jours de canicule, les ventes peuvent être multipliées par deux*, estime Laurent Guivarch, directeur national des ventes GMS de Danone Eaux France. *Et sur un épisode de plusieurs jours, elles augmentent au global de 30 à 40 %, sachant que les quatre mois d'été, de juin à septembre, pèsent déjà 40 % des volumes annuels d'eaux en bouteilles.* » « *Les eaux aromatisées saisonnières sont privilégiées*, complète Valérie Siegler, directrice marketing du groupe Spadel (Wattwiller et Carola). *Viennent ensuite les eaux gazeuses, jugées plus désaltérantes que l'eau sans bulles.* » Ces besoins d'hydratation mettent les équipes sur le pied de guerre. Danone Eaux France, ayant anticipé l'épisode caniculaire grâce aux données météorologiques prévisionnelles (qui n'existaient pas en 2003), a expédié un stock de sécurité de trois semaines dans les entrepôts de ses clients. Et sa force de vente mobilise 160 personnes avec les stagiaires saisonniers !

Des impacts météo grandissants

Bien d'autres rayons subissent le coup de chaud. Tout ce qui est frais a évidemment la cote, notamment les glaces individuelles « explosives ». Au top des produits météo-sensibles établi par d'Iri et Clim-

pact-Metnext (*lire ci-contre*) figurent encore les insecticides et les déodorants. Et les impacts météo sont d'autant plus spectaculaires que la température monte et que dure la canicule ! Si les prévisions de hausse thermiques se confirment, pour la semaine en cours, les glaces individuelles devraient bondir de 70 % et celles des bières spéciales blondes de 30 %, par rapport à la même période de 2014.

Par ailleurs, en exclusivité pour LSA, Toluna a sondé les Français sur leurs « attentes caniculaires » vis-à-vis des commerçants : produits qu'ils veulent trouver, mais aussi services réclamés. Parmi les articles les plus courus, les brumisateurs dépassent de peu les ventilateurs. Rue du Commerce fait même état d'achats fortement anticipés au rayon climatisation (climatiseurs, ventilateurs et rafraîchisseurs), avec un boum de 145 % des volumes de commandes entre le 22 et le 30 juin. Reste que les achats « anticanicule » bénéficient principalement aux GSA pour l'équipement de la maison (47,2 % des acheteurs sondés y trouvent leurs articles) et aux magasins de mode pour les vêtements (36,1 %). Suivis des sites d'e-commerce (25,1 %), des magasins de sport (18,9 %) et des enseignes de bricolage-jardinage (12,7 %).

Chaud sur les soldes !

En tout cas, la bonne météo des soldes étant celle de la saison déstockée – froid pour les collections hiver, chaud pour celles d'été –, ceux de 2015 devraient tirer bénéfice de cette canicule ! Le sondage Toluna montre que 60,6 % des Français ont été incités à acheter des vêtements légers. Le top 5 des impulsions étant les tee-shirts et débardeurs, sandales et tongs, shorts et bermudas, chapeaux-casquettes et maillots de bain.

Mais ce que vient aussi chercher le chaland en magasin quand le thermomètre monte, c'est... un peu de fraîcheur ! Les centres commerciaux climatisés deviennent des oasis. « *Spécialement les sites de centres-villes auxquels la population peu spontanément accéder à pied* », confirme Véronique Margerie, directrice du centre commercial de la Part-Dieu à Lyon, ayant également dirigé Nice Étoile ou le Forum des Halles, à Paris. « *Faire ses courses par forte chaleur*

RETROUVEZ

SUR LE SITE

LSA.FR

Notre Dossier

Canicule

recueillant

quotidiennement

statistiques de

ventes, conseils,

témoignages

de professionnels,

avis d'experts,

etc.

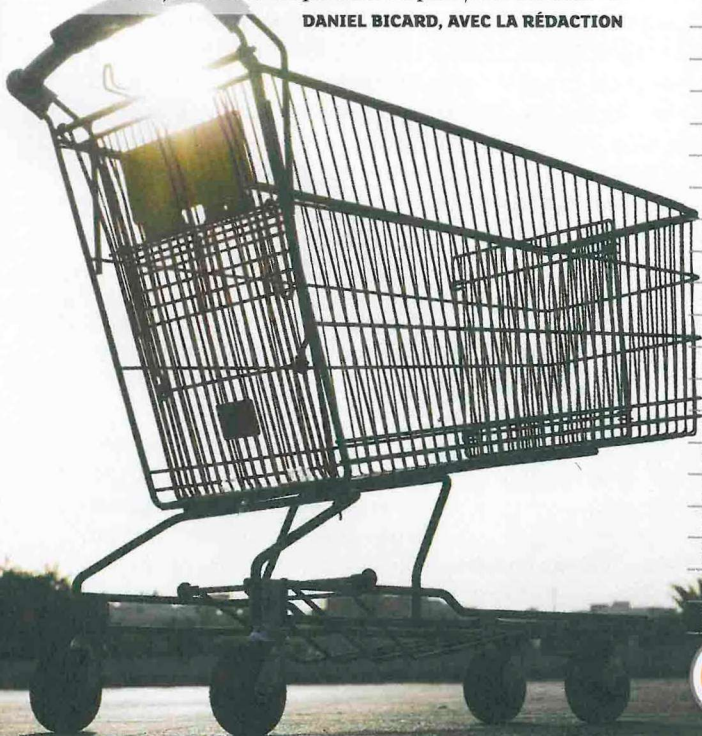
la canicule

peut être éprouvant : 4 Français sur 10 vont réduire leurs visites en magasins ou choisir des grandes surfaces et centres climatisés, souligne Philippe Guilbert, directeur général de Toluna. Les distributeurs ont intérêt à vérifier leur climatisation et leurs fontaines à eau pour ne pas décevoir leur clientèle qui a fait l'effort de venir... » D'autant plus que 40,5 % des Français pensent modifier leurs courses pendant la canicule : 17,3 % réduiront leurs visites en points de vente, 12,5 % iront davantage en grandes surfaces et 11,9 % en centres commerciaux.

La santé des salariés

L'ultime répercussion de la canicule que doivent assumer les distributeurs concerne la santé de leurs salariés. Selon l'Institut national de recherche et de sécurité (INRS), la chaleur peut constituer un risque pour les salariés au-delà de 30 °C pour une activité sédentaire, et 28 °C pour un travail nécessitant une activité physique. Tout employeur ayant obligation de sécurité pour ses salariés doit mettre en œuvre des mesures de prévention, rappelle Nicolas Chenevoy, avocat spécialisé dans le droit du travail, associé au cabinet Fidere Avocats. « Ce peut être la mise en place ou à disposition de ventilateurs ou de climatiseurs, de boisons réfrigérées. Voir un décalage dans les horaires de travail afin d'éviter les périodes de plus forte chaleur. »

DANIEL BICARD, AVEC LA RÉDACTION



Une semaine de chaleur en chiffres

LES PRODUITS DONT LES VENTES EXPLOSENT

■ Semaine du 29 juin au 5 juillet 2015

- Les glaces individuelles **+45 %**
- Les insecticides **+44 %**
- Le maïs en conserve **+36 %**
- Les sirops **+35 %**
- Les saucisses fraîches **+32 %**
- Les bières blondes **+20 %**
- Les déodorants **+18 %**

■ Estimations du 6 au 12 juillet 2015

- Les glaces individuelles **+70 %**
- Les bières blondes **+30 %**



LES PRODUITS DONT LES VENTES S'EFFONDRENT

■ Semaine du 29 juin au 5 juillet 2015

- Les plats cuisinés surgelés **-22 %**
- La confiserie de chocolat **-16 %**
- Le lait longue conservation **-3 %**

Évolutions par rapport à la semaine équivalente de 2014
Source chiffres : Iri et Climapact-Metnext

LES RÉGIMES ALIMENTAIRES QUE PRIVILÉGIENT LES FRANÇAIS

- Boire davantage d'eau plate **76,5 %**
- Manger plus de fruits **65,3 %**
- Manger plus de glaces **63,8 %**
- Manger plus de salades composées **62,8 %**

LES ARTICLES D'ÉQUIPEMENT DE LA MAISON LES PLUS RECHERCHÉS

- Les brumisateurs **25,5 %**
- Les ventilateurs **24,2 %**
- Les parasols **14,7 %**
- Les barbecues **9,7 %**
- Les piscines gonflables ou en dur **8,3 %**
- Les climatiseurs **8 %** en national ;
11 % en région Sud-Ouest

LES SERVICES QU'ATTENDENT LES CLIENTS

- Une bonne climatisation **54,2 %**
- Des fontaines à eau gratuites **47,5 %**
- Des promotions en boissons et produits en frais **37,6 %**
- Des stocks suffisants en boissons et en frais **27,7 %**
- Davantage de caisses **24,3 %**
- Des bouteilles d'eau offertes, en caisses, en drives **20,1 %**

Source : sondage exclusif de Toluna pour LSA, le 29 juin 2015, réalisé sur internet auprès d'un échantillon de 1 313 personnes de 18 ans et plus (% de réponses/intentions)