

Le 27 juin 2018

Soldes d'été 2018 : les clients sont au rendez-vous ce matin

Les soldes d'été ont débuté ce matin dès 8h dans les magasins et sur internet. Ils constituent la seule période de l'année durant laquelle les commerçants peuvent vendre à perte. Mais cette période de prix cassés subit toujours de plein fouet la concurrence accrue des promotions et ventes privées, organisées en nombre avant le démarrage officiel des soldes, ainsi que celle du e-commerce. Une évolution réglementaire qui pourrait doper les ventes est attendue dès l'année prochaine.

Une concurrence toujours plus forte, un dispositif qui va évoluer

Les opérations de ventes privées et de promotions, qui ne sont pas des opérations de ventes à perte, sont dorénavant largement répandues dans le paysage commercial régional et national. Plus d'un commerçant parisien sur deux propose aujourd'hui des ventes à prix cassés, souvent dans les dix à quinze jours précédant la période officielle des soldes, été comme hiver. « *On organise des ventes privées car l'activité est soutenue pendant cette période ; et surtout, si on ne le faisait pas, les clients iraient profiter des bonnes affaires ailleurs !* » affirme ce commerçant parisien interrogé par le CROCIS de la CCI Paris Ile-de-France.

Les soldes font également face à la concurrence d'internet : le marché des ventes en ligne maintient en effet un rythme de croissance soutenu avec des dépenses sur internet qui ont progressé de près de 14% en 2017 par rapport à 2016 et atteignent le chiffre considérable de 81,7 milliards d'euros en France (source Fevad). Aujourd'hui, plus de 37 millions de Français réalisent des achats en ligne et le e-commerce continue à gagner des parts de marché : il est estimé à 8,5% du commerce de détail en 2017.

Face à cette double concurrence, le gouvernement semble avoir entendu les attentes des commerçants ; le dispositif des soldes, dans son organisation actuelle, va évoluer dès le début de l'année prochaine. La première évolution concerne la réduction de la durée des soldes ; « *cela fait un moment que l'on réclame la fin des soldes de six semaines car, de toute façon, tout se passe les premiers jours* » déclare ce commerçant du 8^{ème} arrondissement. La seconde évolution possible concerne l'instauration d'un événement à durée limitée, sur le format du « Black Friday », qui viendrait booster l'activité lors de périodes généralement creuses au printemps.

Des rabais élevés dès le premier jour

Les commerçants misent sur ces soldes d'été 2018, même s'ils les ont, plus que jamais, fait précéder de périodes de promotions et ventes privées. Et la présence du beau temps ce matin devrait indéniablement stimuler l'affluence dans les magasins parisiens, surtout après la fin de printemps pluvieuse qui n'a pas favorisé les ventes de textile et d'habillement.

Dans les grands magasins parisiens, qui bénéficient à plein de la présence des touristes étrangers, le chiffre d'affaires pendant les soldes représente en moyenne 10% du chiffre d'affaires annuel. L'affluence ce matin constatée par le CROCIS est, par ailleurs, toujours soutenue, les clients nationaux et étrangers étant venus profiter des bonnes affaires qui sont proposées avec des rabais oscillant en majorité entre 30 et 50%.

Dans les autres commerces parisiens, certains commerçants affichent allègrement dans leur vitrine des rabais compris entre 40 et 50 % dès la première démarque. Un commerçant parisien précise que « *c'est la norme maintenant : dès le premier jour, nous mettons en place des remises élevées car c'est ce qu'attendent nos clients* ».

Par ailleurs, la date de démarrage des soldes est toujours loin de faire consensus parmi les commerçants. Certains se satisfont de la date du 27 juin, d'autres, plus nombreux, semblent

circonspects et jugent que la date de démarrage est trop tardive. Ce que confirme ce commerçant parisien interrogé ce matin par le CROCIS de la CCI Paris Ile-de-France : *« les soldes commencent beaucoup trop tard encore une fois ; on est beaucoup trop près de la date de début des vacances scolaires et les clients pensent plutôt aux vacances qu'à acheter dans les magasins ! »*

Un contexte économique pesant mais en amélioration

Les soldes arrivent dans un contexte général d'amélioration de la conjoncture économique, mais qui ne se traduit pas encore par des effets positifs sur le marché du textile et de l'habillement. Après dix ans de recul des ventes en France, le marché a renoué avec une croissance symbolique de 0,2% en 2017 (source IFM). Mais l'année 2018 tarde à confirmer ce léger regain pour le moment, avec un recul des ventes de 2% lors des quatre premiers mois de l'année. Au total, depuis 2008, les ventes dans ce secteur ont chuté de 14% environ. Le succès du e-commerce aurait pu tirer le marché vers le haut, mais cela n'a pas été le cas ; en réalité, il s'agit plus d'un nouveau mode de consommation que d'un relais de croissance.

Pour cette période de soldes, 83% des français ont tout de même l'intention de participer aux soldes d'été 2018 selon une enquête Ifop. La fréquentation globale devrait donc se maintenir par rapport à l'année dernière. A cela s'ajoute un budget dédié aux soldes prévu aux alentours de 200 euros, soit en légère hausse de 5% par rapport à l'été dernier.

Un optimisme raisonné

L'optimisme semble dominer chez les commerçants parisiens, mais un optimisme raisonné : *« on sent que la situation s'améliore, mais va-t-on en profiter durant les soldes ? Les clients vont-ils être présents en nombre dans nos magasins ? Seul l'avenir nous le dira... »* déclare ce commerçant parisien rencontré ce matin. Un autre reste même très prudent dans ses propos : *« on est toujours sur la défensive lorsqu'il s'agit des soldes ; on ne sait jamais à quoi vraiment s'attendre en termes de fréquentation et de chiffre d'affaires. Mais on continue car on n'a pas le choix ! »*

Enquête réalisée par le CROCIS de la CCI Paris Ile-de-France le 27 juin 2018 auprès d'une cinquantaine de commerçants parisiens.

Le 1^{er} août 2018, le CROCIS dressera un bilan définitif des résultats des soldes à partir d'une enquête réalisée auprès d'un échantillon représentatif de 300 commerçants parisiens, complétée par 80 entretiens en face-à-face, qui appréciera le succès des soldes d'été 2018 dans les commerces parisiens.

Propositions de la CCI Paris Ile-de-France

La CCI Paris Ile-de-France soutient la mesure envisagée par le gouvernement dans le cadre du projet de loi Pacte de réduire la période des soldes à 3 semaines minimum. Cette mesure correspond à une évolution des modes de consommation.

La CCI Paris Ile-de-France préconise, depuis plus d'un an, d'aller plus loin en avançant la date des soldes d'hiver au tout début du mois de janvier et en créant un nouvel événement promotionnel fédérateur selon un format court, sur 3 ou 4 jours à l'instar de la mobilisation créée par le Black Friday.

Enfin, la CCI Paris Ile-de-France a réuni le 22 juin 2018 les grands acteurs publics et opérationnels du secteur pour lancer une plateforme partenariale en faveur du commerce francilien.