

Le 11 février 2021

Communiqué de presse

Soldes d'hiver 2021 Des commerces parisiens sinistrés

Pour 90% des commerçants parisiens, le résultat des soldes d'hiver 2021 est inférieur à celui de l'année précédente. L'enquête « soldes d'hiver 2021 »* menée par l'Observatoire économique régional (CROCIS) de la CCI Paris Ile-de-France révèle que le contexte sanitaire, l'absence de touristes et le couvre-feu ont empêché la période des soldes de jouer son rôle de rattrapage après une année 2020 sinistrée pour les commerçants parisiens.

Les soldes n'ont pas permis de rattraper le retard de consommation lié au confinement

Selon l'enquête du CROCIS, **85% des commerçants parisiens ne sont pas satisfaits du résultat des soldes d'hiver**. Pour 62% d'entre eux, les soldes n'ont même pas généré de chiffre d'affaires supplémentaire par rapport à un mois hors soldes. Malgré un résultat déjà peu satisfaisant pendant les soldes d'hiver 2020, marqués par une baisse de fréquentation liée aux grèves des transports, **le résultat des soldes de cet hiver est encore inférieur à l'hiver dernier pour 90% des commerçants**. Le contexte sanitaire, l'absence de touristes et le couvre-feu sont les principales raisons invoquées. « *Les gens ont peur du virus, certains refusent d'aller dans les magasins le samedi, ils n'osent plus sortir, à part pour des achats vraiment nécessaires* », indique une commerçante.

Cette saison, les commerçants ont pourtant fait de gros efforts sur les démarques consenties, afin de faire revenir les clients dans les boutiques grâce à des prix attractifs. Ils ont frappé fort dès le début avec des ristournes de 50%, 60% et 70%. Elles ont été pratiquées respectivement par 41% des commerçants (5 points de plus qu'en 2020), 18% (10 points de plus qu'en 2020), et 13% (10 points de plus qu'en 2020). Mais les clients n'étaient pas au rendez-vous : **pour près de 80% des commerçants interrogés, les soldes n'ont pas été pour les consommateurs une occasion de rattraper leur retard de consommation lié au confinement**.

Même la date de début des soldes repoussée au 20 janvier n'a pas eu l'effet escompté. Le but était de permettre aux commerçants de facturer plus longtemps au prix « fort » mais finalement **75% des commerçants se disent mécontents de ce report**, jugeant le démarrage trop tardif. « *C'était une très mauvaise idée de décaler les soldes, parce que fin janvier l'hiver est quasiment fini, les gens n'achètent plus, au final on a perdu 3 semaines* », indique une commerçante.

Des promotions et ventes privées peu satisfaisantes

71% des commerçants ont mis en place des promotions ou ventes privées avant les soldes. Pour la majorité des boutiques, elles ont eu lieu entre début janvier et le début des soldes. Mais là encore, le **résultat n'a pas été satisfaisant pour 55% des commerçants**, qui mettent en cause le manque de fréquentation et l'absence d'envie des clients. On voit s'esquisser un début de remise en cause des promotions : interrogés sur leur intention de pratiquer des ventes privées ou promotions dans les 6 prochains mois, 39% des commerçants s'y disent prêts, contre 50% l'hiver dernier.

De même, 46% des commerçants ont participé au Black Friday cette année alors qu'ils étaient 62% l'année dernière. Sans doute faut-il y voir la difficulté pour les commerçants, dont les salariés sont souvent au chômage partiel, de prendre en charge la logistique que suppose cette opération commerciale.

Une année 2020 sinistrée

Ces soldes font suite à une année 2020 globalement sinistrée, marquée par deux confinements, dont un avec fermeture totale des commerces non alimentaires, puis depuis le 16 janvier par un couvre-feu à 18h. **42% des commerçants déclarent pour l'année 2020 une perte de chiffre d'affaires égale ou supérieure à 50% par rapport à 2019.**

Pour la période de septembre à fin octobre, où les déplacements étaient plus libres, 72% des commerçants se disent déçus en raison d'une faible fréquentation liée au contexte sanitaire. Même les fêtes de fin d'année, habituellement un moment de forte consommation, ont été décevantes : 65% des commerçants se déclarent insatisfaits de cette période. « *Les gens réduisent leur consommation, ils font de tous petits cadeaux, 15-20 euros, du coup les accessoires se sont vendus mais pas le prêt-à-porter car pour eux c'est déjà trop cher* », s'agace la gérante d'une boutique de la rue de Rennes.

Autre observation, le couvre-feu pénalise beaucoup les commerces. **Même si 66% des commerçants déclarent avoir modifié leurs horaires d'ouverture depuis le couvre-feu de 18h, en ouvrant plus tôt le matin**, le résultat ne compense pas du tout les ventes manquées en fin de journée. « *Avec le couvre-feu on a perdu 30% de notre chiffre car on perd tous les clients qui venaient à la sortie du bureau* », indique une commerçante en bagagerie du 6^{ème} arrondissement.

Enfin, on remarque que le confinement a fait bondir les ventes par internet. **Selon 63% des commerçants, les clients préfèrent désormais faire leurs achats sur internet** : « *C'est rapide, facile, pratique, sans danger. Les jeunes en particulier ont maintenant l'habitude de tout acheter sur internet* ».

Or, une courte majorité parmi les commerçants indépendants interrogés ne dispose pas de site web pour sa boutique, par manque d'intérêt (49%), en raison du coût (31%) ou par manque de compétence technique (20%). Et, parmi ceux qui ont un site, 60% jugent que l'activité du site pendant le confinement n'a pas été satisfaisante.

L'avenir des commerces physiques en suspens

Interrogés sur l'avenir de leur commerce, 40% des commerçants l'envisagent avec pessimisme. **16% des indépendants songent même à mettre fin à leur activité dans les prochains mois** (3 à 6 mois en majorité). « *Entre les attentats, les gilets jaunes puis les grèves de transport, ces dernières années ont été très dures pour le commerce* », indique un commerçant du 6^{ème} arrondissement.

Pour 18% des commerçants, tout dépendra de l'évolution de la crise sanitaire et des mesures gouvernementales : « *S'il y a un reconfinement avec tous les commerces non alimentaires fermés comme en mars, je peux mettre la clé sous la porte* », réagit le gérant d'une boutique de chaussures.

« **Une situation de plus en plus préoccupante** », selon le président de la CCI Paris Ile-de-France, Didier Kling, qui souligne « **les efforts déployés par les commerçants pour résister au tsunami de la crise sanitaire, leur capacité d'adaptation et la mise en œuvre de dispositifs innovants au service de leur clientèle, y compris dans les plus petits commerces.** » La CCI Paris Ile-de-France accompagne les commerçants dans leurs initiatives et les encourage à poursuivre et amplifier leur démarche de digitalisation grâce à laquelle ils pourront maintenir un niveau d'activité satisfaisant en attendant la levée des contraintes liées à la situation sanitaire.

**L'enquête « soldes d'hiver 2021 » a été menée par le Centre Régional d'Observation du Commerce, de l'Industrie et des Services (CROCIS) auprès de 300 commerçants parisiens du 4 au 8 février 2021, complétée par des entretiens en face-à-face rue de Rennes.*

[Enquête détaillée téléchargeable ici](#)

Relations presse :

Pauline Launay – 01 55 65 70 52 - plaunay@cci-paris-idf.fr

Chambre de commerce et d'industrie de région Paris Ile-de-France

27 avenue de Friedland - 75382 Paris cedex 08 - [Espace presse](#)