



Communiqué de presse

Soldes d'hiver 2022

Une forte baisse de la fréquentation dans les commerces parisiens

78% des commerçants parisiens ne sont pas satisfaits du résultat des soldes d'hiver. L'enquête « soldes d'hiver 2022 »* menée par l'Observatoire économique régional (CROCIS) de la CCI Paris Ile-de-France révèle qu'après un début de saison réussi et des fêtes de fin d'année satisfaisantes, les commerçants ont dû faire face aux conséquences de la reprise de l'épidémie. La généralisation du télétravail dès début janvier a affecté la fréquentation des commerces pendant la période des soldes, alors que l'absence des touristes et les tensions sur le pouvoir d'achat pèsent encore sur l'activité commerciale.

Des soldes décevants

Cette saison, **78 % des commerçants parisiens interrogés ne sont pas satisfaits du résultat des soldes.** En effet, pour 40 % d'entre eux, les soldes n'ont pas généré de chiffre d'affaires supplémentaire par rapport à un mois normal. Pour 59 % d'entre eux, le chiffre d'affaires a augmenté, au mieux, de 10 % seulement. **53 % des commerçants déclarent que le résultat des soldes de cet hiver est inférieur à l'hiver dernier**, pourtant déjà peu satisfaisant à l'époque en raison du couvre-feu. **Pour 85 % des commerçants interrogés, la crise sanitaire a eu des répercussions « importantes ou très importantes » sur leur activité pendant les soldes.** Plus de la moitié des commerçants (51 %) avaient pourtant pratiqué de fortes démarques avec - 50 % dès le début des soldes mais les gros rabais n'ont pas fait revenir la clientèle dans les boutiques.

Les commerçants affirment que **la baisse très importante de fréquentation dans leurs magasins est en grande partie liée à la généralisation du télétravail.** « *Dans le quartier on avait beaucoup de clientes qui venaient faire du shopping à l'heure du déjeuner, et on ne les voit plus* », se désole une commerçante du 8^{ème} arrondissement. « *Le télétravail a tué la vie des quartiers* », renchérit une autre. « *Le gouvernement a préconisé trois jours de télétravail entre le 3 janvier et le 2 février, au total c'est quasiment toute la période des soldes qui a été concernée, forcément ça ne peut pas donner de bons résultats sur le commerce* », regrette le gérant d'une grande enseigne de chaussures.

Même les ventes privées, pratiquées cette année par 76 % des commerçants interrogés, n'ont pas séduits les consommateurs. **51 % d'entre eux jugent le résultat de ces promotions très décevant.**

Un début de saison pourtant bien engagé

La saison avait pourtant bien démarré **pour 60 % des commerçants qui se disent satisfaits de leurs ventes entre début septembre et fin novembre 2021.** Puis, la période des fêtes de Noël, traditionnellement l'occasion de pics de consommation, **a été satisfaisante pour 51 % des**

commerçants. Pour 71 % des commerçants, la crise sanitaire a eu malgré tout d'importantes répercussions sur leur activité à cette période.

Cette année, 53 % des commerçants interrogés ont pratiqué le Black Friday au mois de novembre, soit 7 points de plus que l'hiver dernier. 53 % des commerçants l'ont mis en œuvre sur une semaine entière, 29 % sur un week-end seulement. **Pour 53 % des commerçants qui ont proposé cette opération, le résultat a été positif.**

Une année 2021 encore marquée par le Covid

Au total, 58 % des commerçants jugent que leur activité n'a pas été satisfaisante pour l'ensemble de l'année 2021. **91 % jugent que la crise sanitaire a eu des répercussions importantes ou très importantes sur leur activité de l'année.** Pour 76 % des commerçants interrogés, le chiffre d'affaires 2021 est inférieur à celui de 2019, dernière année avant la crise sanitaire. **10 % des commerçants interrogés envisagent d'ailleurs de mettre fin à leur activité dans les mois qui viennent** (cession, dépôt de bilan,...).

71 % des commerçants interrogés pensent que les clients qui achetaient dans les magasins préfèrent désormais commander via internet. La peur du virus, le travail à domicile, les sollicitations régulières par e-mail, tout concourt à favoriser le e-commerce, et cette évolution sera très certainement durable.

Des difficultés pour les commerçants...

Interrogés sur les principales difficultés rencontrées dans leur activité de manière générale, les commerçants évoquent en premier lieu la baisse de la fréquentation liée au développement du télétravail, au Covid et à la concurrence du web. « *Les journées sont longues à attendre le client* », indique une commerçante parisienne. Toutefois 50 % des commerçants interrogés n'évoquent aucune difficulté particulière. « *La principale difficulté c'est le manque de clients. La seule aide dont nous avons besoin c'est que les gens reviennent* ».

L'absence de touristes en particulier affecte beaucoup les commerces, comme par exemple à Saint-Germain-des-Prés : « *Ils représentent en temps normal de 30 à 40 % de notre chiffre d'affaires* », indique la gérante d'un commerce de prêt-à-porter de luxe, « *leur absence pèse fortement sur notre activité* ». Les difficultés de pouvoir d'achat jouent également un rôle important, selon les commerçants : « *Les clients sont très attentifs aux prix, on voit bien qu'ils ont des problèmes de pouvoir d'achat, ils ne font que des achats utiles, rarement des achats plaisir. Tant que les salaires n'augmenteront pas, les clients ne s'autoriseront pas à dépenser* » explique la gérante d'une boutique de prêt-à-porter multimarques.

Quand on leur demande quelle aide leur serait le plus utile, **35 % des commerçants évoquent une baisse de loyer, ou une aide au paiement de leur loyer.** En effet, malgré la crise sanitaire et la baisse de fréquentation, les loyers restent très élevés dans les rues commerçantes, ce qui explique que de nombreux commerces restent vacants.

... qui veulent malgré tout rester optimistes

Malgré toutes les difficultés évoquées, **72 % des commerçants interrogés se déclarent optimistes pour la saison prochaine.** Beaucoup sont confiants dans la fin de l'épidémie : « *Quand l'épidémie sera terminée, ou qu'elle se sera complètement banalisée, les clientes vont revenir, avec le soleil, la vie va reprendre, ce sera l'euphorie, comme dans l'après-guerre !* » espère une commerçante.

« **Une situation vraiment préoccupante** », selon le président de la CCI Paris Ile-de-France, Dominique Restino, qui salue « **les efforts constants déployés par les commerçants pour s'adapter aux multiples obstacles rencontrés depuis maintenant deux ans (fermeture, respect des jauges, télétravail, contrôle des pass sanitaires...)**. **Malgré les incertitudes et les doutes, ils ont su répondre présent à la demande de leur clientèle et adapter leur offre en se digitalisant**». Mais cette résilience requiert aussi un accompagnement sur le long terme, l'agilité du commerçant à répondre aux mutations du commerce dépend aussi du soutien de l'action publique. Sur ce point, « **nos commerçants ont de fortes attentes au regard des conclusions issues des Assises du commerce qui se sont tenues en décembre dernier qu'il s'agisse d'un rééquilibrage des rapports sur le bail commercial, de la simplification des procédures d'installation des commerces ou encore de l'équité fiscale vis-à-vis du e-commerce**» souligne Dominique Restino.

Pour aider concrètement les commerçants, dans le cadre du Programme Régional Relance entreprise, la CCI Paris Ile-de-France leur propose jusqu'à fin mars un [dispositif gratuit et complet d'évaluation, d'information et d'accompagnement](#). Il permet aux professionnels des CHR de sécuriser leur relance et redémarrer le développement de leur activité en incluant notamment la mise en relation avec un conseiller de proximité.

** Cette enquête a été réalisée par téléphone auprès de 300 commerçants parisiens entre le 25 et 31 janvier 2022, complétée par des entretiens en face-à-face auprès des commerçants de la rue de Rennes.*

[Enquête détaillée téléchargeable ici](#)

Relations presse :

Pauline Launay – 01 55 65 70 52/57 - 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](#)