

Février 2023

SOLDES D'HIVER 2023 A PARIS RECHERCHE CLIENTS DÉSESPÉRÉMENT

Une majorité de commerçants n'est pas satisfaite du résultat des soldes de cet hiver : ils évoquent une baisse de la fréquentation, liée selon eux à la hausse des prix qui pénalise les achats non essentiels. Mais le début de saison et les fêtes de Noël ont été l'occasion de bonnes ventes, ainsi que les promotions en cours de saison comme le Black Friday. La hausse du coût de l'énergie et le climat social inquiètent les commerçants.

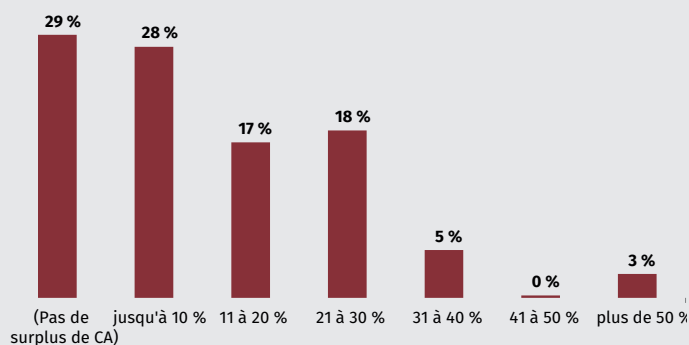
Des soldes décevants...

Cette saison, **51 % des commerçants parisiens interrogés ne sont pas satisfaits du résultat des soldes** : en effet, pour 57 % d'entre eux, le chiffre d'affaires a augmenté, au mieux, de 10 % seulement. Et pour 29 % d'entre eux, les soldes n'ont pas généré de chiffre d'affaires supplémentaire par rapport à un mois normal. « *Le problème principal, c'est la baisse de la fréquentation, les journées sont*

très calmes, on a des jours à 3-4 personnes, même les samedis, même le premier samedi des soldes, on n'a pas eu plus de passage pour autant » indique une commerçante de Saint-Germain-des-Prés.

Pour 49% des commerçants, juste avant le démarrage des soldes, les stocks étaient normaux, pour 33 % ils étaient élevés. Ce dernier cas concerne plus les indépendants (36 %) que les enseignes (29 %). Afin d'écouler ces stocks, les remises pratiquées étaient assez élevées, puisque 55 % des commerçants proposaient des articles à moitié prix (- 50 %) et que 20 % offraient même des ristournes égales ou supérieures à 60 %. « *On est obligés de faire*

A combien estimez-vous le surplus de chiffre d'affaires généré par les soldes d'hiver par rapport à un mois normal ?

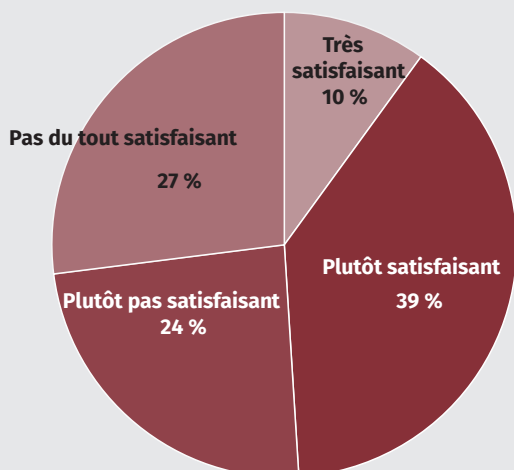


Source : Qualitest-CROCIS

51 %

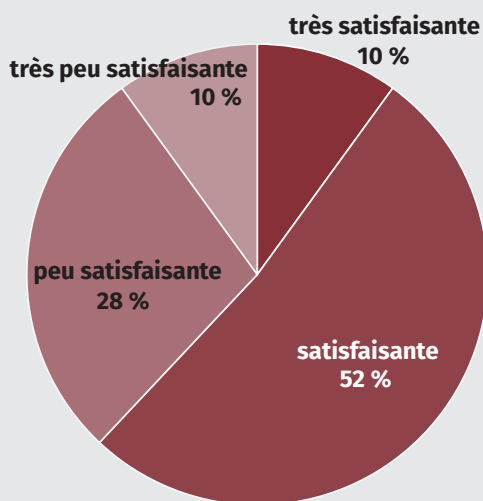
des commerçants parisiens
interrogés ne sont pas
satisfaits du résultat
des soldes

Ce résultat vous paraît-il ... ?



Source : Qualitest-CROCIS

Pour la période de l'automne 2022, c'est-à-dire de la rentrée de septembre jusqu'à fin novembre, hors soldes, comment qualifieriez-vous l'activité de votre magasin ?



Source : Qualitest-CROCIS

des démarques assez fortes car les enseignes et les grands magasins n'hésitent pas à proposer du - 60 %, nous les indépendants, nous ne pouvons pas suivre jusque-là, mais il ne faut pas que nos remises aient l'air ridicules » indique la gérante d'une boutique multimarques du 6^{ème} arrondissement.

... en raison de l'inflation

Pour 41 % des commerçants, le résultat des soldes de cet hiver est inférieur à l'hiver dernier, pourtant déjà peu satisfaisant ; deux raisons principales sont évoquées par 53 % des commerçants mécontents : la baisse de la fréquentation et de la consommation, et les difficultés de pouvoir d'achat liées à l'inflation. Pour 52 % d'entre eux, le panier moyen est d'ailleurs en baisse. « On sent que les gens font attention, ils réfléchissent beaucoup avant d'acheter », indique une commerçante de la rue de Rennes.

Pour 61 % de l'ensemble des commerçants, l'inflation a entraîné des répercussions, importantes ou très importantes, sur leur activité pendant les soldes : 46 % des commerçants évoquent une baisse du pouvoir d'achat des consommateurs, 28 % un changement de priorité dans leurs dépenses, et 25 % une baisse de la fréquentation. « L'inflation a eu un impact car je ne vois plus certains clients et les autres achètent moins », indique la gérante d'une boutique de prêt-à-porter féminin ; « Les gens regardent en priorité les plus fortes démarques du magasin » ajoute-t-elle. « Les clients sont bien plus regardants qu'avant et le panier moyen a baissé, ils se freinent », complète le responsable d'une enseigne de mode masculine. « Pour faire une vente, on est obligé de sortir le grand jeu à la cliente, il faut vraiment aller chercher les ventes une par une, convaincre les clientes à coup d'arguments, ce n'est plus aussi facile qu'autrefois. Et ce sont les dernières démarques qui marchent le mieux, on voit bien que ce que les gens attendent, ce sont de petits prix », résume la gérante d'une grande enseigne de mode de Saint-Germain-des-Prés.

Pour
41 %

des commerçants, le résultat des soldes de cet hiver est inférieur à l'hiver dernier



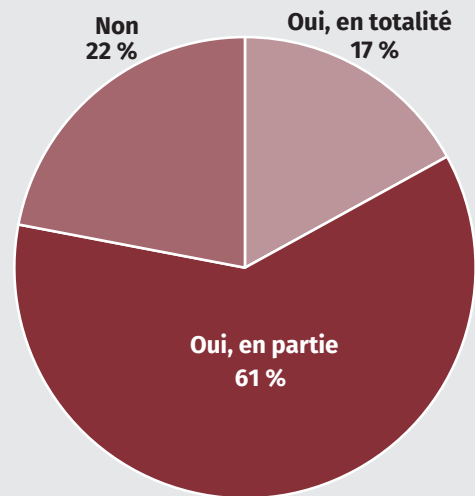
La hausse des prix touche aussi les commerçants

Les commerçants eux-mêmes subissent également l'inflation : **68 % ont connu en 2022 une hausse de leur facture énergétique par rapport à 2021** ; pour 67 % d'entre eux la hausse a été inférieure à 25 %. **Mais 79 % des commerçants ont aussi connu une hausse des prix de leurs fournisseurs** dans l'approvisionnement de leur boutique : pour 47 % d'entre eux, la hausse a été comprise entre 11 et 20 %, et pour 43 % elle n'a pas dépassé 10 %. 61 % des commerçants ont répercuté en partie cette hausse sur leurs prix à la clientèle, 17 % l'ont répercuté intégralement. « *La hausse des prix a impacté tout et tout le monde* », se désole un commerçant. « *J'ai passé mes chemises de 69 euros à 79 voire 85 car les fabricants italiens ont augmenté tous leurs prix* » indique le gérant d'une boutique de prêt-à-porter masculin de la rue de Rennes.

Une saison automne-hiver réussie

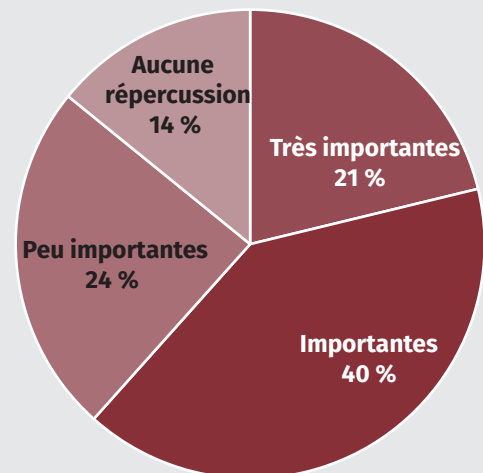
Pourtant, **la saison automne-hiver, jusqu'à fin novembre, avait été satisfaisante, voire très satisfaisante, pour 62 % des commerçants interrogés**. Ils sont 82 % à avoir observé à cette période une hausse de la fréquentation, et 11 % une fidélisation de la clientèle. Et la période des fêtes de Noël a été particulièrement réussie : **65 % des commerçants sont satisfaits de l'activité de leur boutique pendant la période de Noël**. « *Les fêtes sont toujours une période où les clients s'autorisent des dépenses pour les cadeaux, ils veulent encore préserver Noël* » indique une commerçante. Ils sont, malgré cela, 58 % à estimer que l'inflation a eu des répercussions à ce moment-là.

Avez-vous répercuté les hausses de tarifs de vos fournisseurs sur vos prix à la clientèle ?



Source : Qualitest-CROCIS

Selon vous, pendant la période des soldes, l'inflation a-t-elle eu sur votre activité des répercussions...



Source : Qualitest-CROCIS



Pour

61 %

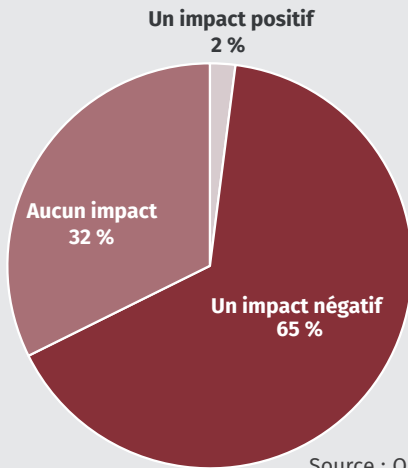
des commerçants, l'inflation a entraîné des répercussions, importantes ou très importantes, sur leur activité pendant les soldes

Des promotions qui font leur effet

Pour satisfaire la demande de petits prix au cours de l'année, **66 % des commerçants ont mis en place des actions promotionnelles ou ventes privées** : c'est le cas de 88 % des enseignes, mais de seulement 51 % des indépendants. C'est une démarche de fidélisation de la clientèle qui est désormais bien ancrée dans les habitudes des commerçants, des enseignes en particulier. 39 % des commerçants ont mis en place ces promotions avant Noël ; 37 % des boutiques ont attendu début janvier pour le faire, c'est-à-dire juste avant les soldes officiels.

Pour 61 % des commerçants, le résultat de ces promotions ou ventes privées a été satisfaisant ou très satisfaisant. Les enseignes se disent plus satisfaites de ce résultat (64 %) que les indépendants (52 %). 34 % des commerçants estiment la hausse de chiffre d'affaires de ces promotions à 10 % de plus qu'un mois normal, 38 % ont enregistré une hausse supérieure à 10 %. 60 % des commerçants envisagent de renouveler ces opérations dans les mois qui viennent : c'est notamment le cas des enseignes. « *On le fait car ça fait venir les clientes, tout simplement* ».

Les manifestations récentes, en lien avec la réforme des retraites, ont-elles eu sur votre activité...



Le Black Friday séduit surtout les enseignes

Fin novembre, 51 % des boutiques ont pratiqué le **Black Friday**, cet événement commercial offrant de fortes réductions sur une période réduite, un seul jour à l'origine ; c'est surtout le fait des enseignes (70 %), beaucoup plus que des indépendants. 56 % des commerces ont proposé ce Black Friday pendant une semaine entière. Le résultat de cette opération a été **positif pour 55 % des commerçants**. « *On a participé au Black Friday pour faire partir des articles et surtout pour faire comme les autres mais il y a eu moins de passage que l'an dernier* » indique une commerçante. Toutefois une majorité de commerçants (53 %) n'a pas l'intention de proposer ce Black Friday l'année prochaine. C'est notamment le cas des indépendants, à 66 %.

Des commerçants toujours attachés aux soldes malgré tout

Bien que nombreuses, les promotions n'ont pas encore supplanté les soldes : pour 53 % des commerçants, le chiffre d'affaires réalisé durant les promotions reste inférieur à celui qui est enregistré lors d'une première semaine de soldes. Même si les ventes privées rencontrent un vrai succès, ils ne remplacent pas les soldes selon 57 % des commerçants ; **les soldes ont pour 72 % d'entre eux encore une utilité par rapport aux autres promotions**, car c'est une tradition et qu'ils augmentent la fréquentation des magasins. « *Les soldes représentent toujours un intérêt car le mot soldes est un mot magique, cela nous apporte une autre clientèle, qu'on ne voit pas d'habitude* », indique la responsable d'une enseigne de mode.

79 %

des commerçants ont connu une hausse des prix de leurs fournisseurs



Le climat social inquiète

Pendant les soldes, 63 % des boutiques ont reçu la visite de touristes internationaux : ils représentent pour près de la moitié des commerçants (49 %) moins de 20 % de leur chiffre d'affaires, mais pour 30 % des boutiques, ils en représentent entre 21 et 40 %. Les touristes qui dépensent le plus dans les boutiques parisiennes viennent des États-Unis pour 76 % des commerçants, de pays du Moyen-Orient pour 22 %.

Selon 65 % des commerçants, les manifestations récentes en lien avec la réforme des retraites ont eu un impact négatif sur leur activité, particulièrement pour les indépendants (70 %). Environ **deux tiers d'entre**

eux sont inquiets pour leur activité en raison du climat social actuel car ils anticipent une baisse de la fréquentation (76 %) et des difficultés de déplacement (39 %). « *Le principal problème ce sont les transports, en cas de grève le personnel a du mal à venir et de toute façon les clientes ne se déplacent pas* », indique un commerçant.

Malgré tout, 72 % des commerçants se disent optimistes pour la prochaine saison printemps-été : ils anticipent une hausse de la fréquentation, grâce à une météo plus clémente et à la hausse des arrivées de touristes. **41 % des commerçants interrogés pensent que la réouverture des voyages aériens pour les Chinois aura un impact positif sur leur activité dans les mois qui viennent.**

65 %

des commerçants sont satisfaits
de l'activité de leur boutique
pendant la période de Noël



Bénédicte GUALBERT

Méthodologie :

Cette enquête a été réalisée par téléphone auprès de 300 commerçants parisiens selon une répartition par secteur d'activité et arrondissement. Les interviews ont été réalisées entre le 24 et le 31 janvier 2023 par la société Qualitest. Le traitement et l'analyse ont été effectués par le CROCIS de la CCI Paris Ile-de-France. L'enquête téléphonique a été complétée par des entretiens en face-à-face auprès des commerçants du quartier de la rue de Rennes (Paris 6^{ème}). Elle offre ainsi des résultats représentatifs de l'ensemble du commerce parisien.

Crocis de la CCI région Paris-Ile-de-France - 27 avenue de Friedland - 75382 PARIS cedex 08
tél. : +33 (0) 1 55 65 82 00 - fax : +33 (0) 1 55 65 82 62 - e-mail : crocis@cci-paris-idf.fr

Retrouvez toutes nos publications sur www.crocis.cci-paris-idf.fr
Suivez nous sur twitter @CROCIS_CCI_IDF

- Responsable : Julien TUILLIER
- Industrie - Démographie d'entreprises - Enquêtes : Yves BURFIN
- Conjoncture - Benchmark européen : Mickaël LE PRIOL
- Services - Commerce - Développement durable : Bénédicte GUALBERT
- Veille économique : Marielle GUERARD, Charlotte BIZIEUX
- PAO - Multimédia : Nathalie PAGNOUX
- Administration - Secrétariat : Isabelle BURGOT-LAMBERT



Directeur de la publication : Stéphane FRATACCI
Directeur de la rédaction : France MOROT-VIDELAINE
Rédacteur en chef : Isabelle SAVELLI
Maquette et mise en page : Nathalie PAGNOUX
Reproduction autorisée à la condition expresse de mentionner la source
Crédit photo : M.MPHOTO ADOBE STOCK

Un centre d'observation de

 CCI PARIS ILE-DE-FRANCE
PROSPECTIVE