

7 janvier 2026

FROID ET NEIGE PERTURBENT LE PREMIER JOUR DES SOLDES D'HIVER À PARIS



Les soldes d'hiver démarrent aujourd'hui à Paris sous des températures glaciales alors que la neige recouvre les rues de la capitale ; la Présidente de la Région Ile-de-France et le ministre des Transports ont appelé les Franciliens à reporter leurs déplacements et privilégier le télétravail ce mercredi. Les clients sont rares dans les magasins et le commerce en ligne devrait bénéficier de cette météo hivernale, au grand dam des commerçants parisiens. Les plus optimistes espèrent que le froid leur permettra d'écouler des articles de plein hiver (manteaux, après-skis) et ainsi reconstituer leur trésorerie, même si l'impact des soldes est bien émoussé depuis plusieurs années déjà.

La période des soldes d'hiver s'ouvre aujourd'hui pour les commerces, en boutiques et sur internet : pendant 4 semaines, jusqu'au 3 février, les commerçants parisiens vont pouvoir proposer des prix réduits -voire vendre à perte- afin d'écouler leurs stocks.

Mais la vague de froid qui touche la région parisienne inquiète les commerçants : « *J'ai peur que les clients ne se déplacent pas aujourd'hui, la neige tient au sol et d'ailleurs aucun bus ne circule* » se désole un commerçant du 15^{ème} arrondissement. En effet les enquêteurs du Crocis ont observé des commerces vides, même dans les artères les plus commerçantes du 15^{ème} et du 6^{ème} arrondissement. Plusieurs commerçants rencontrés par le Crocis craignent que cette météo hivernale ne pousse les consommateurs à privilégier le commerce en ligne, qui leur permet de faire les soldes tout en restant au chaud : « *Le commerce en ligne est déjà notre concurrent numéro un, et ça va être encore plus vrai pour les soldes de cet hiver !* ». Pourtant les rabais dans les boutiques ce matin sont élevés, avec de nombreux articles à -40 ou -50 %.

D'autres commerçants, plus optimistes, pensent que le froid pourrait jouer un rôle positif dans les prochains jours en poussant les consommateurs à s'équiper en articles adaptés à ces conditions météorologiques : manteaux, doudounes, bottes fourrées, après-ski devraient bien s'écouler et ces pièces sont relativement chères, ce qui devrait être positif pour le chiffre d'affaires des commerçants. La période de soldes d'hiver représente habituellement pour les commerçants un chiffre d'affaires supérieur aux soldes d'été. C'est donc un moment important pour les commerces parisiens : pour les indépendants en particulier, cette période permet d'écouler les invendus et de remettre à flot la trésorerie, afin de pouvoir commander les articles de la nouvelle collection de printemps. Les derniers chiffres sur la consommation en biens des ménages (+ 0,4 % en octobre après + 0,3 % en septembre selon l'Insee) indiquent une tendance favorable.

Toutefois depuis de nombreuses années maintenant les soldes ont perdu de leur impact car ils succèdent à toute une série de périodes de promotions : les soldes sont désormais fortement concurrencés notamment, en hiver, par le Black Friday, qui lance fin novembre le début des achats de Noël : « *Le vrai coup d'envoi des achats de Noël ça a été le Black Friday qui a démarré le 28 novembre dernier et qui dans les faits a duré au moins une semaine voire plus chez certaines enseignes* » déclare au Crocis un commerçant du 6^{ème} arrondissement. « *Les consommateurs apprécient ces promotions qui leur permettent de faire leurs cadeaux de Noël à moindre coût, avec des articles de la saison* » précise-t-il. Plusieurs commerçants du secteur de l'habillement et de la maroquinerie nous ont indiqué avoir réalisé de bonnes ventes à cette occasion.

Autre période de promotions qui a lieu avant les soldes : les ventes privées, qui démarrent chaque année plus tôt, dès le 26 décembre et même parfois avant Noël, ce qui aurait été inconcevable il y a quelques années : « *Il faut capter le consommateur au moment où il a l'envie ou la nécessité de consommer, donc avant les fêtes c'est le bon moment* » indique le gérant d'une boutique de maroquinerie. Au Black Friday ont donc succédé, chez de grandes enseignes notamment, des ventes « privées » qui ne sont en fait plus privées depuis bien longtemps puisque tout consommateur peut en bénéficier et qui sont de fait des pré-soldes (sans toutefois la possibilité de vendre à perte).

Arrivant en fin de saison, après toute une série de promotions diverses, les soldes séduisent de moins en moins les consommateurs, dont le budget n'est pas illimité. Les commerçants rencontrés par le Crocis soulignent la frilosité des consommateurs français qui hésitent longuement avant d'acheter, mais comptent sur la clientèle des touristes, au pouvoir d'achat élevé, pour augmenter le panier moyen des soldes. Les touristes ont en effet été très présents au moment du réveillon et du début d'année (+ 6,5 points en moyenne de taux d'occupation hôtelier prévu par rapport à l'an dernier selon l'Office du Tourisme de Paris).

Enquête réalisée par le CROCIS de la CCI Paris Ile-de-France le 7 janvier 2026 auprès d'une trentaine de commerçants parisiens. Le 2 février 2026, 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 50 entretiens en face-à-face, qui appréciera le succès des soldes d'hiver 2026 dans les commerces parisiens.