

24 juin 2026

Soldes d'été 2026

LA CANICULE DECOURAGE LES CONSOMMATEURS



Si un temps chaud et ensoleillé offre en général un contexte très favorable aux ventes de chaussures et d'habillement, en revanche la vague de chaleur extrême qui dure depuis plusieurs jours pénalise fortement cette première journée de soldes. En effet, la canicule de ces derniers jours a découragé les consommateurs qui ont déserté les boutiques et les démarques des soldes n'ont pas suffi à les inciter à y retourner. Des commerçants essaient d'adapter leurs horaires mais ne conservent que peu d'espoir pour cette nouvelle saison de soldes. Les grands magasins bénéficient de leur côté d'un afflux de touristes attirés autant par les marques de luxe que par la climatisation.

Peu d'affluence dans les commerces parisiens en ce premier jour des soldes d'été. Avec l'ensemble de la région classée en vigilance rouge, les consommateurs ont suivi les appels des autorités à éviter les déplacements et à privilégier le télétravail lorsque c'est possible. « Avec cette chaleur, les gens ne sortent plus de chez eux, c'est catastrophique pour un premier jour de soldes » se lamente la gérante d'une boutique de prêt-à-porter. En effet, c'est dans les premiers jours que les commerçants réalisent l'essentiel du chiffre d'affaires des soldes.

Pourtant les vitrines affichent des ristournes alléchantes : jusqu'à - 50 % chez Jules, Sandro, Gerard Darel, Maison 123, Etam, Darjeeling, -40 % chez Levis et Celio ; les grands magasins parisiens proposent comme à leur habitude des réductions allant jusqu'à -50 % sur de grandes marques de prestige (Lancel, Chloé, Jacquemus, Calvin Klein, Guess, Gucci, etc.) très prisées des touristes qui s'y réfugient également en grand nombre pour y trouver un peu de fraîcheur.

Cette vague de chaleur est une mauvaise nouvelle de plus pour les commerces du secteur chaussures-habillement qui souffrent depuis une quinzaine d'années. « *C'est bon pour les sites internet, mais pas pour nos boutiques* », souligne un autre commerçant. En effet, les sites internet devraient avoir les faveurs des Franciliens confinés à domicile ; seules les boutiques des centres commerciaux climatisés voient un peu de trafic.

Depuis plusieurs jours, quelques commerçants indépendants ont modifié leurs horaires, fermant aux heures les plus chaudes et restant ouverts plus tard en soirée, « à l'espagnole », en espérant que les températures moins chaudes en fin de journée incitent les clients à venir en boutique plus tard que d'ordinaire. Car dans les boutiques sans climatisation, l'atmosphère devient vite étouffante. Mais dans l'ensemble ils se déclarent déçus de la fréquentation de ce premier jour : « *Depuis la vague de chaleur, nous restons parfois des heures sans voir une seule personne entrer dans le magasin, et l'affiche « soldes » dans la vitrine n'y change absolument rien* ». Même les grandes enseignes sont touchées par cette désaffection des consommateurs. Des commerçants indépendants vont jusqu'à envisager de fermer boutique pour quelques jours, jusqu'à samedi. Ils ont pourtant besoin d'écouler les stocks d'été pour faire de la place et installer la nouvelle collection de rentrée, celle qui intéresse particulièrement les touristes.

A la chaleur s'ajoutent les problèmes dans les transports franciliens qui touchent les clients mais aussi les salariés des commerces : retards et absences se sont multipliés ces derniers jours. Enfin, il convient de ne pas oublier le contexte d'un pouvoir d'achat de plus en plus contraint, en raison notamment de l'augmentation récente et brutale des coûts des carburants au deuxième trimestre, conséquence directe de la guerre au Moyen-Orient. L'INSEE a annoncé une hausse des prix à la consommation de 2,4 % sur un an en mai dernier ; les ménages doivent recourir à des arbitrages budgétaires et les dépenses d'équipement de la personne sont en général considérées comme non prioritaires.

Les seuls commerces à exprimer une relative-satisfaction sont les boutiques de lingerie qui ont vendu beaucoup de maillots de bain : « *On ne commande pas son maillot sur internet car il faut essayer, heureusement pour nous, donc on a eu quelques clientes ce matin malgré la chaleur, disons qu'on a un peu travaillé mais rien de fou non plus* » indique la gérante d'une boutique du 6^{ème} arrondissement.

Il faut dire que, dès le tout début du mois de juin, toutes les grandes marques de chaussures et d'habillement ont largement communiqué sur leurs ventes privées, proposant d'intéressantes réductions sur la collection en cours. Les soldes, placés en fin de saison après plusieurs périodes de promotions et de ventes privées, ont perdu en attractivité. La canicule risque de réduire à néant les espoirs des commerçants parisiens pour cette saison, à moins d'un retour rapide à des températures plus raisonnables.

Enquête flash réalisée par le CROCIS auprès d'une cinquantaine de commerçants parisiens le 24 juin 2026. Le 20 juillet prochain, 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 des entretiens en face-à-face réalisés auprès des commerçants de la rue de Rennes à Paris 6^{ème}, qui appréciera le succès des soldes de l'été 2026 dans les commerces parisiens.