

Juillet 2022

# SOLDES D'ÉTÉ 2022

## LES COMMERÇANTS PARISIENS RETROUVENT LE SOURIRE

*Grâce à une météo estivale et au retour des touristes, les commerçants parisiens sont, pour la première fois depuis longtemps, plutôt satisfaits des soldes, même s'ils n'ont pas retrouvé l'intégralité de leur fréquentation d'avant la crise sanitaire. Des difficultés d'approvisionnement et des retards de livraison ont toutefois freiné les ventes, tandis que l'inflation affecte, elle aussi, la consommation.*

### Après deux ans de vaches maigres, des soldes plutôt réussis

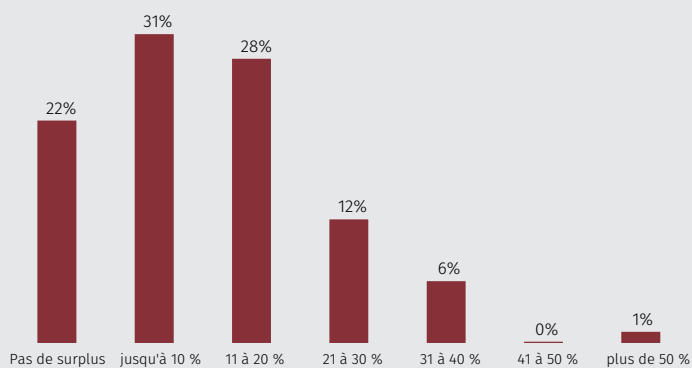
Les soldes de cet été 2022 sont une bonne surprise pour les commerçants parisiens : 78 % d'entre eux ont enregistré une hausse de chiffre d'affaires au moins égale à 10 %. Pour 47 % d'entre eux, la hausse est supérieure à 10 %. 50 % des commerçants se disent satisfaits de ce résultat.

Pour 42 % des commerçants, ce résultat est supérieur à celui de l'année dernière ; ils disent en effet avoir observé

une hausse de la fréquentation et de la consommation. « Les gens sont revenus dans les magasins, après deux ans passés sur leur ordinateur ! », s'exclame la gérante d'une boutique de prêt-à-porter multimarques. « Même nos clientes de province sont de retour. Elles n'étaient pas venues depuis deux ans à Paris, aujourd'hui elles reviennent faire du shopping dans la capitale ».

En revanche, pour 61 % des commerçants, ce résultat est inférieur aux soldes de l'été 2019, avant la crise sanitaire. « On a fait - 20 % par rapport à 2019, c'est bien en-deçà de ce qu'on espérait », regrette la gérante d'une grande enseigne de prêt-à-porter féminin. « La météo a joué en notre faveur, avec la chaleur très tôt dans la saison » indique le responsable d'une boutique de

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

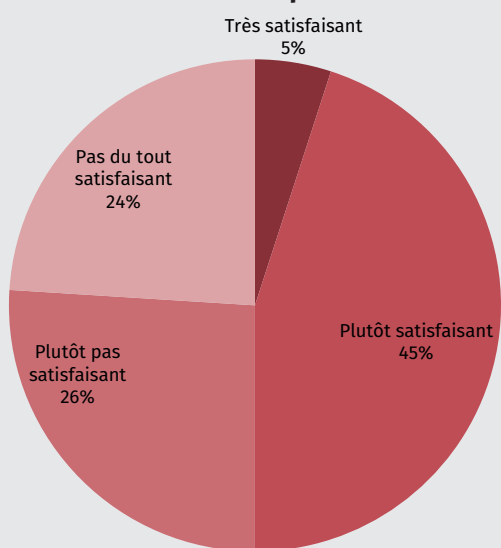


Source : Qualitest-CROCIS

# 78 %

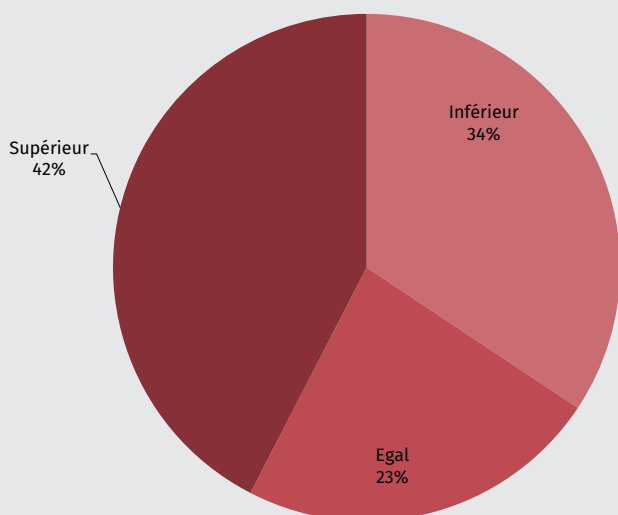
des commerçants ont enregistré une hausse de chiffre d'affaires au moins égale à + 10 % par rapport à un mois normal.

**Ce résultat vous paraît-il ... ?**



Source : Qualitest-CROCIS

**Par rapport aux soldes d'été de l'année dernière, ce résultat est-il ?**



Source : Qualitest-CROCIS

chaussures. « C'est mieux que l'année dernière, donc on ne va pas se plaindre, mais on est loin des chiffres d'avant le Covid », souligne-t-il.

Pour ces soldes, 67 % des commerçants avaient pratiqué des démarques identiques à l'été dernier : les remises les plus fortes affichées étaient de - 50 % pour la moitié des commerçants. Dans 55 % des boutiques, le panier moyen dépensé pendant ces soldes est stable ou en hausse par rapport à l'été dernier.

**Le retour des touristes réjouit les commerçants parisiens**

La première raison de cette embellie dans les commerces parisiens est bien sûr la météo estivale, chaude et ensoleillée, qui est traditionnellement favorable au commerce : les petites pièces d'été sont, de plus, assez peu chères et peuvent être l'objet d'un achat « coup de cœur » sans mettre en péril le budget des consommateurs.

Mais les commerçants parisiens évoquent surtout le retour tant attendu des touristes : 77 % des commerçants ont observé une fréquentation de leur boutique par la clientèle internationale pendant ces soldes. « En 2020, nous n'avons vu aucun touriste, en 2021 encore très peu, mais là c'est sûr, ils sont de retour ! On a beaucoup d'Européens, des Américains, même des Australiens ! » observe la gérante d'une boutique de luxe de Saint-Germain-des-Près. « Nous avons retrouvé notre clientèle habituelle de touristes. Ils ont un fort pouvoir d'achat et ne regardent pas à la dépense, contrairement à la clientèle française », se réjouit un commerçant en prêt-à-porter masculin de Montparnasse. L'Office du Tourisme et des Congrès de Paris (OTCP) a d'ailleurs observé depuis le week-end de Pâques des taux d'occupation hôteliers très élevés, notamment dans l'hôtellerie haut de gamme, et prévoit pour juillet que les touristes européens seront plus nombreux qu'en 2019 dans la capitale, tandis que les Américains devraient revenir à des niveaux comparables à 2019 après l'été.

Pour **71 %** des commerçants, l'activité pendant la saison printemps-été 2022 a été satisfaisante



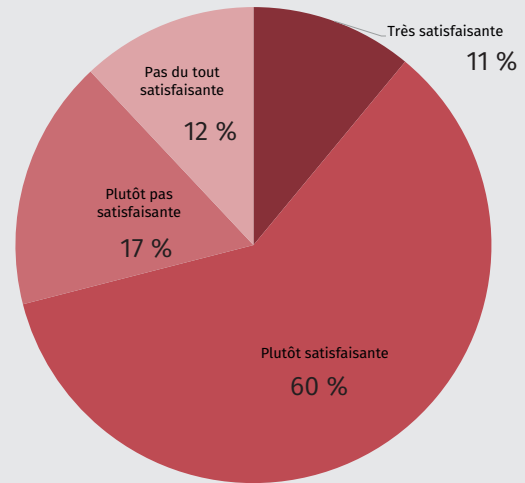
Pour 48 % des commerçants, la part des dépenses des touristes dans le chiffre d'affaires de leur boutique pendant les soldes est d'au moins 20 %. « C'est une vraie différence quand les touristes sont là, ils achètent plusieurs articles à la fois, c'est une part vraiment pas négligeable de notre chiffre », souligne un commerçant en maroquinerie. Pour 57 % des commerçants, la part des touristes dans leur chiffre d'affaires est stable ou même en progression par rapport à la période avant la crise sanitaire.

Les grands magasins parisiens, vitrine des plus grandes marques de luxe et de prêt-à-porter français, ont vu affluer de nombreux touristes venus faire leur shopping dans le confort d'un magasin climatisé, malgré l'absence des Chinois, traditionnellement forts consommateurs de produits de luxe français.

### Des difficultés d'approvisionnement ont pénalisé certains commerçants

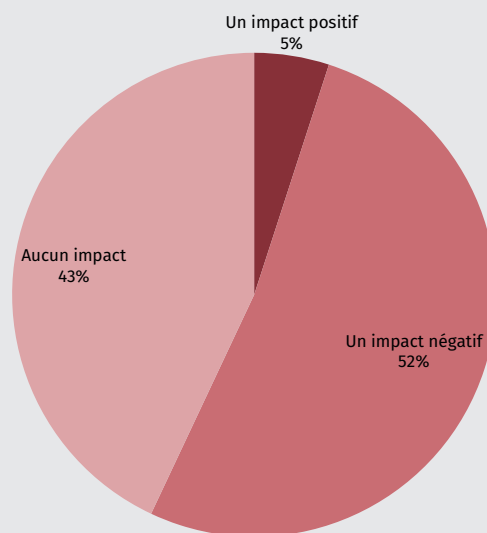
Mais les commerçants ont dû affronter des problèmes d'approvisionnement : 36 % des commerçants ont vu leurs commandes non satisfaites par leurs fournisseurs et 63 % d'entre eux ont subi des retards de livraison. 66 % des commerçants estiment que ces difficultés ont eu un impact négatif sur les ventes de la saison. « Nous avons eu retards de livraison car en Asie les containers sont restés bloqués dans les ports. Certains produits de saison sont arrivés plus tard que prévu, générant des problèmes en magasin ; par moments on a manqué de stock : on a dû dédoubler certains articles, c'est-à-dire présenter le même article plusieurs fois à différents endroits du magasin pour créer un effet de masse », indique la responsable d'une boutique de sportswear de la rue de Rennes. « On a encore beaucoup d'articles d'été alors que c'est la fin des soldes, on aurait dû les recevoir il y a un mois, avant que les gens partent en vacances, mais nos usines ont été bloquées, on aurait pu vendre plus sans cela », indique une autre commerçante.

**Diriez-vous que l'activité de votre magasin pendant le printemps 2022, c'est-à-dire entre mars et le début des soldes le 22 juin a été... ?**



Source : Qualitest-CROCIS

**L'inflation est actuellement de 5,2 %. Pensez-vous que la hausse des prix a eu sur votre chiffre d'affaires...**



Source : Qualitest-CROCIS



Pour  
**48 %**

des commerçants, la part des dépenses des touristes dans le chiffre d'affaires de leur boutique pendant les soldes est d'au moins 20 %.

A contrario certains ont pu tirer leur épingle du jeu, telle cette commerçante en prêt-à-porter du 6<sup>ème</sup> arrondissement : « *Notre marque fabrique ses propres fils et a une usine en Bulgarie, nous n'avons donc rencontré aucun problème d'approvisionnement* ».

### Les promotions soutiennent la fréquentation en période d'inflation

En raison de la hausse des prix des matières premières et du transport, 79 % des commerçants ont constaté une hausse des prix chez leurs grossistes, et 64 % déclarent avoir répercuté cette hausse sur leurs prix de vente, au moins partiellement. Or, les consommateurs sont plus que jamais à la recherche de petits prix.

En effet, l'inflation s'est fortement accélérée ces derniers mois : en juin, les prix à la consommation ont enregistré une hausse estimée à 5,8 % sur un an selon l'Insee. 52 % des commerçants pensent que l'inflation a eu un impact négatif sur leur chiffre d'affaires. « *Dans les moments d'insécurité et de difficultés économiques, les gens sacrifient en premier lieu les achats d'habillement, on le sait* », rappelle un commerçant de la rue de Rennes. « *Les gens attendent les offres promotionnelles, on ne les voit qu'à ce moment-là* » ajoute la responsable d'une boutique de vêtements pour enfants.

C'est pourquoi, réservées ou pas à une clientèle fidèle, les promotions sont incontournables : « *L'activité était très ralentie, il fallait faire quelque chose* », indique une commerçante en lingerie du 6<sup>ème</sup> arrondissement. « *Au début de la saison, c'était très calme, on a dû lancer des mailings avec des offres promotionnelles et ça a fait venir les gens, il faut ça pour créer du trafic en ce moment* », confirme une autre.

Les ventes privées et autres promotions sont donc désormais bien inscrites dans le paysage : cette saison, 65 % des commerçants les ont pratiquées.

Pour eux, ce rendez-vous est devenu habituel, et il permet de fidéliser la clientèle.

Pour 53 % des commerçants, ces promotions se sont tenues en fin de saison, la semaine avant les soldes. Le résultat a été satisfaisant pour 69 % des commerçants interrogés. 54 % des commerçants ayant mis en place des promos ou ventes privées jugent que le chiffre d'affaires réalisé pendant les premiers jours de ces promotions est supérieur ou égal à celui réalisé lors des premiers jours des soldes.

Nouveaux venus dans le paysage, les « French Days », opération commerciale sur le modèle du Black Friday, ont eu lieu du 4 au 9 mai dernier. Si 62 % des commerçants interrogés déclarent connaître cette opération, seuls 18 % d'entre eux l'ont pratiquée. « *C'est surtout sur le web, pour les produits hi-fi, dans l'habillement on n'est pas concerné, enfin, pour le moment !* », déclare un commerçant du 14<sup>ème</sup> arrondissement.

48 % des commerçants parisiens ont l'intention de proposer de nouvelles ventes privées ou promotions dans les six prochains mois ; c'est certes beaucoup, mais ils étaient 59 % dans ce cas à l'été 2021.

### Une saison printemps-été satisfaisante mais moins qu'avant le Covid

Pour 71 % des commerçants, l'activité pendant la saison printemps-été 2022 a été satisfaisante, car la fréquentation et l'activité de leurs boutiques sont reparties à la hausse.

17 % des commerçants disent qu'ils ont retrouvé la fréquentation d'avant la crise sanitaire, 51 % disent l'avoir retrouvée en partie seulement. Selon eux, le développement des ventes par internet et du télétravail font qu'une partie des clients ne reviendra pas en magasin : « *Nous ne retrouverons jamais la fréquentation d'avant le Covid, il faut l'accepter, les habitudes ont changé* ».

Les commerçants observent que la crise sanitaire a

# 77 %

des commerçants ont observé une fréquentation de leur boutique par la clientèle internationale pendant ces soldes.



provoqué une brusque accélération de tendances déjà à l'œuvre depuis plusieurs années. En effet plusieurs évolutions se sont conjuguées, puis intensifiées avec la pandémie, qui rendent les ventes en magasin beaucoup plus compliquées. Avec l'essor du télétravail, dans les quartiers de bureau, les boutiques n'ont pas retrouvé la fréquentation d'avant la crise sanitaire.

De plus, le commerce en ligne ne cesse de progresser et est désormais utilisé par toutes les générations. Les achats de « seconde main » se multiplient également aussi bien pour des raisons économiques qu'écologiques et car le vintage est à la mode. Enfin, les commerçants indépendants, fragilisés, éprouvent de plus en plus de difficultés à faire face aux charges

fixes, et surtout aux loyers élevés de la capitale.

## Malgré tout, un grand optimisme pour la rentrée prochaine

Malgré cette toile de fond, les commerçants veulent voir la fin du tunnel, après deux années cauchemardesques. 69 % des commerçants se disent optimistes pour la saison prochaine. « Ça va être compliqué, mais on s'adaptera, on verra selon la fréquentation de la rentrée, le cas échéant on fera moins de réassort » indique la gérante d'une boutique indépendante. Et elle ajoute : « Je suis optimiste, à la rentrée les gens voudront du nouveau ».

**69 %**

des commerçants  
se disent optimistes  
pour la saison prochaine



## 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 4 et le 8 juillet 2022 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 de la rue de Rennes. 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](mailto:crocis@cci-paris-idf.fr)

Retrouvez toutes nos publications sur [www.crocis.cci-paris-idf.fr](http://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