



Juillet 2023

APRÈS UNE SAISON PRINTEMPS-ÉTÉ RÉUSSIE, UN BILAN DES SOLDES MITIGÉ

Les commerçants parisiens ont réalisé de bonnes ventes lors de la saison printemps-été 2023, en raison d'une météo favorable et du retour des touristes dans la capitale. Les ventes privées pratiquées au cours de la saison et notamment juste avant les soldes ont également donné de bons résultats. Les commerçants sont plus mitigés concernant la période des soldes proprement dits et évoquent des difficultés liées à la hausse des charges.

La saison printemps-été a bénéficié d'une météo clémente

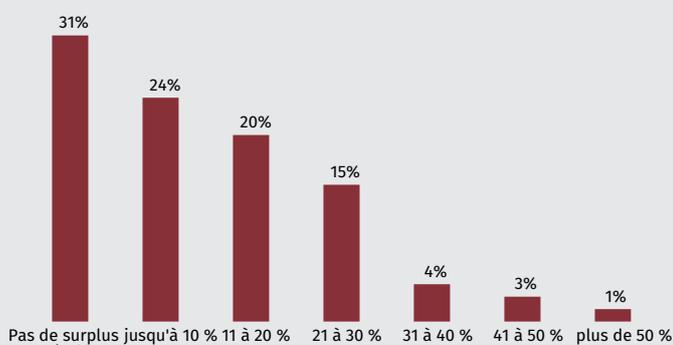
Grâce à une météo favorable, la saison printemps-été s'est plutôt bien passée puisque 68 % des commerçants interrogés se disent satisfaits de leur activité entre mars et le début des soldes. « Comme il a fait chaud, beaucoup de clientes ont dû compléter leur garde-robe avec des articles adaptés aux températures » explique une commerçante de la rue de Rennes. « L'activité de notre magasin au printemps est très satisfaisante. Nous avons atteint nos objectifs. Et même dépassé notre historique donc ça a plutôt

bien marché » renchérit la gérante d'une boutique de chaussures. Les chiffres provisoires de l'Institut Français de la mode (IFM) montrent une progression de 3,4 % des ventes de textile-habillement sur le mois de juin. Les niveaux restent cependant 4,7 % en dessous des ventes constatées au mois de juin 2019.

Les ventes privées font toujours recette

Les ventes privées sont aujourd'hui bien implantées dans le paysage commercial. **71 % des commerçants ont pratiqué des ventes privées ou promotions avant les soldes**, dans l'objectif de fidéliser la clientèle ; 68 % des commerçants se disent satisfaits du résultat de ces ventes privées et 54 % comptent renouveler cette opération dans les 6 prochains mois.

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

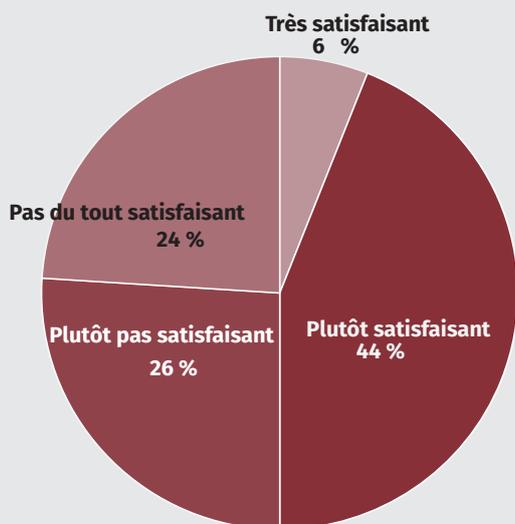


Source : Qualitest-CROCIS

55 %

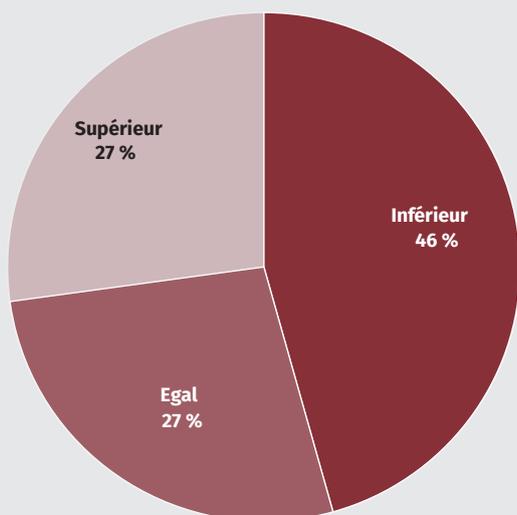
C'est la part des commerçants pour qui le chiffre d'affaires pendant les soldes a augmenté au mieux de 10 % par rapport à un mois normal

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

Pour 45 % des commerçants ayant mis en place ces opérations, ces ventes privées ont eu lieu la semaine juste avant les soldes. Mais pour 63 % des commerçants ayant pratiqué ces ventes privées, leur résultat est toutefois inférieur à ceux des premiers jours des soldes. En effet « *Le mot Soldes est un mot magique* » indique une commerçante, « *il y a une communication nationale et cela attire plus de monde, il y a des clients qu'on ne voit qu'aux soldes* » complète la gérante d'une boutique multimarques de la rue de Rennes. L'attente des commerçants par rapport aux soldes est donc plus grande que pour les ventes privées, plus confidentielles.

Les touristes sont de retour

Heureusement pour les commerçants, les touristes étrangers sont de retour : la fréquentation touristique enregistre une croissance ininterrompue depuis le début de l'année. En juin, la fréquentation a été en hausse de 54 % par rapport à janvier 2023, et de 12 % par rapport à la même période l'année dernière (source : CRT Paris Ile-de-France).

80 % des commerçants déclarent que les touristes fréquentent leur magasin depuis le début des soldes : pour 61 % d'entre eux, les touristes représentent au moins 20 % de leur chiffre d'affaires. Pour 65 % des commerçants, la part des touristes dans leur chiffre d'affaires est stable ou en hausse par rapport à 2019, avant la crise sanitaire. « *La clientèle internationale est revenue, surtout les Américains du Nord et du Sud* », indique le responsable d'une marque de prêt-à-porter de luxe de Saint-Germain-des-Près. « *Les touristes sont friands de mode parisienne, ce sont de bons clients qui ne regardent pas à la dépense* » indique une commerçante du 6^{ème} arrondissement. C'est notamment pourquoi **78 % des commerçants se disent optimistes pour la prochaine saison. C'est 9 points de plus que l'été dernier.**

71 %

c'est la part des commerçants qui ont pratiqué des ventes privées ou promotions avant les soldes



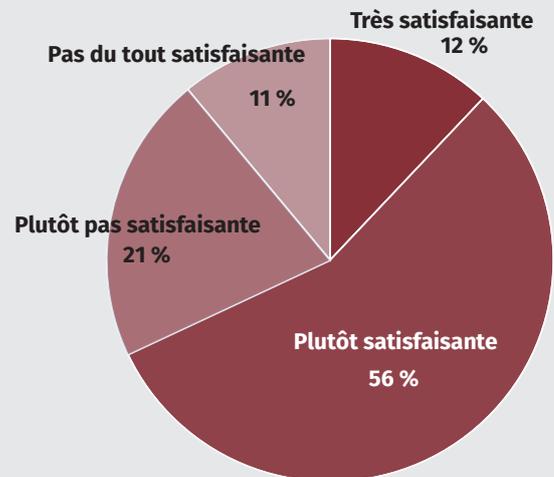
Des soldes en deçà des prévisions

54 % des commerçants parisiens ont réalisé un résultat supérieur ou égal à celui de l'été dernier, mais la moitié seulement des commerçants se disent satisfaits du résultat de ces soldes d'été. **Pour 55 % des commerçants parisiens, le chiffre d'affaires pendant les soldes a augmenté au mieux de 10 % par rapport à un mois normal**, et 31 % des commerçants n'ont constaté aucune hausse de chiffre d'affaires, soit 9 points de plus que l'année dernière. « Je ne suis pas satisfaite des soldes car il y a eu beaucoup de passages sans achat malgré notre promotion « booster » de -10 % supplémentaires sur tous les articles soldés », a indiqué au Crocis une commerçante en prêt-à-porter féminin du 6^{ème} arrondissement. Les violences urbaines qui ont eu lieu dans les premiers jours des soldes n'ont pas créé un climat favorable à la consommation : même si la plupart n'ont pas été directement touchés, **43 % des commerçants interrogés se sont dits affectés par ces événements**, dans le sens d'une baisse de la fréquentation.

L'inflation affecte les consommateurs

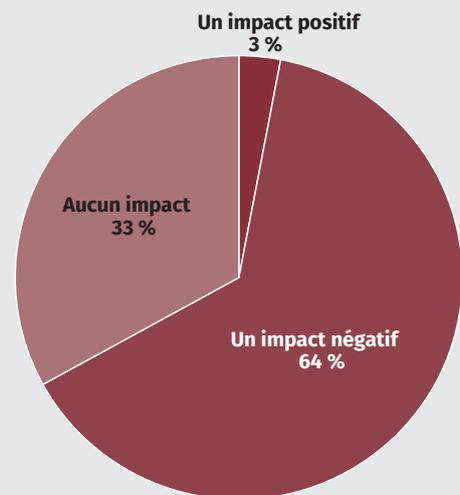
Les difficultés s'accumulent pour les commerçants car le contexte économique ne pousse pas les clients dans les magasins : **64 % des commerçants pensent que l'inflation a eu un impact négatif sur leur activité pendant les soldes** : baisse de la fréquentation (31 %), du panier moyen (30 %), du chiffre d'affaires (23 %). En raison de la forte hausse des prix des produits alimentaires (+ 15,1 % sur un an en juin) qui absorbe une part plus grande de leur budget, les consommateurs réduisent les autres achats (équipement de la personne, de la maison, loisirs). « Les gens achètent moins, ils regardent les prix car les articles ont augmenté ; ils marchandent, discutent les prix, demandent des ristournes s'ils prennent deux articles » indique une commerçante. « Ils sont demandeurs de petits prix et attendent toujours des démarques plus fortes », renchérit une autre. Mais

Diriez-vous que l'activité de votre magasin pendant le printemps 2023, c'est-à-dire entre mars et le début des soldes le 28 juin a été...



Source : Qualitest-CROCIS

L'inflation est de 5,1 % depuis un an. Pensez-vous que la hausse des prix a eu sur votre activité...



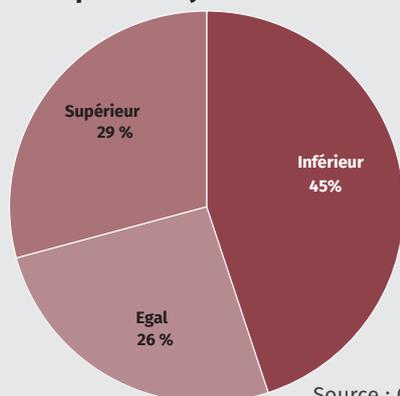
Source : Qualitest-CROCIS



68 %

C'est la part des commerçants interrogés qui se disent satisfaits de leur activité entre mars et le début des soldes

Le chiffre d'affaires réalisé pendant les premiers jours des « ventes privées ou promotions » est-il supérieur, égal ou inférieur à celui réalisé durant les premiers jours des soldes ?



Source : Qualitest-CROCIS



Les JO 2024, une opportunité pour les commerçants parisiens

Pour 46 % des commerçants les JO seront une opportunité pour leur commerce ; pour 12 % ce sera une contrainte ; 41 % ne savent pas encore si ce sera une contrainte ou une opportunité.

Parmi les contraintes évoquées en priorité par les commerçants, les difficultés d'accès à Paris pour la clientèle et les difficultés d'accès à leur commerce.

Parmi les opportunités citées par les commerçants, la principale est la venue d'une clientèle touristique plus nombreuse.

59 % des commerçants ne prévoient aucune mesure exceptionnelle pour la période des JO, 14 % prévoient une campagne de communication spécifique.

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 11 et le 21 juillet 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 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**

**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

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

64 % des commerçants ont préféré pratiquer des remises identiques à l'année précédente ; pour 48 % d'entre eux, la remise la plus forte était de - 50 %.

Les frais des commerçants s'alourdissent

Les commerçants eux-mêmes doivent faire face à l'augmentation des prix chez leurs fournisseurs : **88 % des commerçants ont constaté cette saison une hausse des prix chez leurs fournisseurs**, qu'ils ont répercutée totalement (22 %) ou partiellement (55 %) sur leurs prix de vente. Les commerçants soulignent également que les montants des loyers commerciaux ne sont plus en adéquation avec le flux de clientèle. **38 % des commerçants ont observé une hausse de leur loyer depuis un an** : pour 33 % d'entre eux, cette hausse a été égale ou supérieure à 50 %. La révision du loyer peut en effet intervenir automatiquement chaque année en cas de clause d'échelle mobile, ce qui est fréquent. Le président de l'Alliance du Commerce a récemment indiqué que l'indice des loyers commerciaux a augmenté de 18 % entre 2012 et 2022, alors que le chiffre d'affaires des acteurs de la distribution mode aurait baissé de 9,4 % sur la même période. Enfin, 82 % des commerçants ont constaté une hausse des prix de l'énergie : pour 51 % d'entre eux, cette hausse est égale ou supérieure à 50 %. On voit ainsi que plusieurs facteurs s'accumulent, qui nuisent à la rentabilité des commerces.

Bénédicte GUALBERT
bgualbert@cci-paris-idf.fr



Un centre d'observation de



**CCI PARIS ILE-DE-FRANCE
PROSPECTIVE**