

# SOLDES D'HIVER 2024 A PARIS

## LES COMMERÇANTS SE SATISFONT D'UN RÉSULTAT MODESTE

Février 2024



Les commerçants parisiens, dans leur ensemble, se disent satisfaits des résultats des soldes de cet hiver, malgré une faible augmentation de leur chiffre d'affaires et une majorité d'indépendants déçus. L'inflation pèse sur les budgets des consommateurs qui réclament des prix toujours plus faibles ; les commerçants multiplient donc les opérations de promotions. La tenue des Jeux Olympiques dans la capitale cet été suscite un enthousiasme relatif mais soulève des inquiétudes sur ses impacts logistiques pour l'activité commerciale.

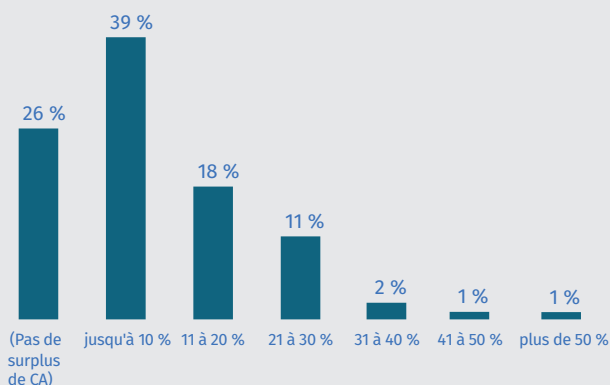
### Un effet soldes bien ému

72 % des commerçants ont enregistré une hausse de chiffre d'affaires lors des soldes de cet hiver. Toutefois cette hausse est très modérée puisque pour 39 % d'entre eux, la hausse est au mieux égale à + 10 % par rapport à un mois normal. Et un quart des commerçants (26 %) n'ont pas enregistré de tout de hausse de chiffre d'affaires. Malgré cela,

52 % des commerçants dans leur ensemble se disent satisfaits de ce résultat.

Il faut toutefois noter qu'une majorité des commerçants indépendants n'est pas du même avis : 54 % d'entre eux se disent insatisfaits du résultat de ces soldes d'hiver, se plaignant d'une baisse de la fréquentation et d'une morosité ambiante peu propice aux achats.

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



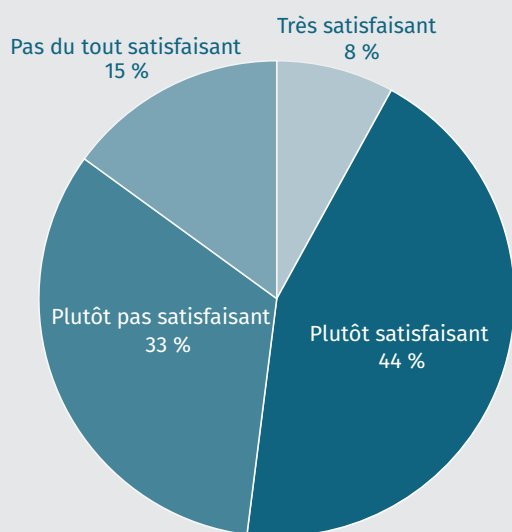
Source : MBAction-CROCIS

Par rapport à l'hiver dernier, 48 % de l'ensemble des commerçants ont observé un résultat identique et 60 % des commerçants interrogés notent que le panier moyen est en baisse (66 % des indépendants).

# 52 %

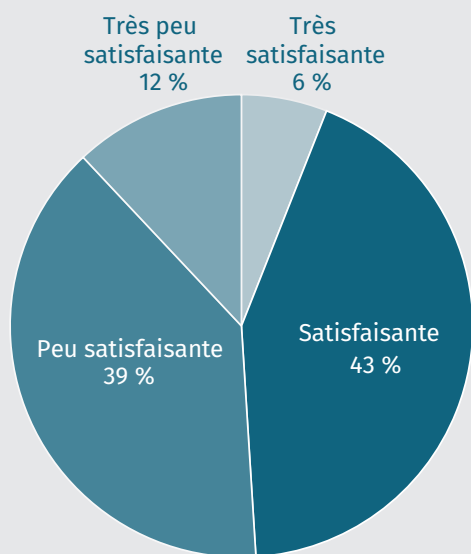
des commerçants parisiens interrogés sont satisfaits du résultat des soldes

Ce résultat vous paraît-il ... ?



Source : MBAction-CROCIS

Pour la période de l'automne 2023, c'est-à-dire de la rentrée de septembre jusqu'à fin novembre, hors soldes, comment qualifieriez-vous l'activité de votre magasin ?



Source : MBAction-CROCIS

En cause : la crise du pouvoir d'achat, qui amène les consommateurs à renoncer à certains achats et à privilégier les petits prix. **65 % des commerçants estiment que l'inflation a eu des répercussions importantes sur leur activité pendant les soldes** : un panier moyen plus faible, des consommateurs qui dépensent moins et recherchent de petits prix, des achats « besoin » et non plus « plaisir ». « *Maintenant les clientes arrivent et me disent : je cherche un pull, mais 30 euros maximum, c'est nouveau qu'elles annoncent leur budget comme ça. Et puis, elles viennent quand elles ont un besoin, mais elles n'entrent plus dans la boutique comme ça, pour voir si quelque chose leur plairait, c'est fini ce temps-là* », indique la gérante d'une boutique de prêt-à-porter. « *Les clients sont beaucoup plus exigeants* » ajoute le responsable d'une boutique de mode masculine, « *ils veulent tout savoir, la matière, la fabrication, ...* ».

Un automne décevant

**51 % des commerçants ne sont pas satisfaits de la saison automne 2023** : ils ont enregistré une baisse de la fréquentation, et accusent l'inflation qui grève les budgets des consommateurs. « *Plusieurs facteurs se combinent* », a indiqué au Crocis la gérante d'une boutique multimarques de la rue de Rennes (Paris 6<sup>ème</sup>) : « *Le télétravail nous a fait beaucoup de mal, les gens ne viennent plus faire du shopping à l'heure du déjeuner, et puis les habitudes de consommation ont changé, les achats se font sur internet maintenant, on ne retrouvera jamais nos niveaux de vente d'avant la crise, sauf si on supprime le télétravail* ». En raison de cet automne peu réussi, près d'un quart des commerçants (23 %) disposaient de stocks élevés au démarrage des soldes.

51 %

des commerçants ne sont pas satisfaits des ventes de la saison d'automne 2023



## Des fêtes réussies

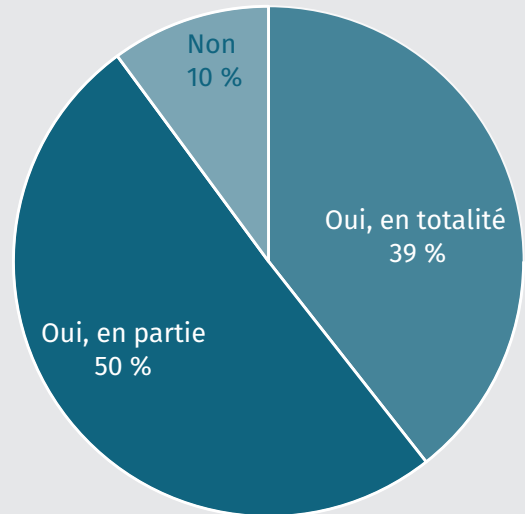
En revanche, **la période des fêtes a été satisfaisante pour 56 % des commerçants**, même si les indépendants sont moins enthousiastes (seuls 46 % d'entre eux se disent satisfaits). **58 % de l'ensemble des commerçants pensent que même dans cette période, les répercussions de l'inflation ont été importantes** (63 % pour les indépendants). « *Nous nous sommes adaptés à la demande de petits prix : j'avais anticipé en commandant beaucoup d'accessoires, et c'est ce qui a le mieux marché, des mitaines, des pochettes, de petits sacs* » indique la gérante d'une boutique de prêt-à-porter féminin du 6<sup>ème</sup> arrondissement. « *J'ai remarqué que les gens ont réduit leurs budgets cadeaux, ils offraient des mitaines à 12 euros par exemple, en revanche ils demandaient des paquets cadeaux élaborés comme pour des produits de luxe* ».

## Des promotions tous azimuts

Face à l'inflation, les commerçants ont multiplié les opérations de promotions pour pousser les consommateurs à l'achat. **55 % des commerçants ont participé au Black Friday** (44 % seulement des indépendants) et pour 78 % d'entre eux, le résultat de cette opération était satisfaisant (67 % pour les indépendants). 54 % des commerçants ont mis en place cette opération pendant une semaine. La moitié des commerçants envisage de renouveler ce Black Friday l'année prochaine, car cette opération est entrée dans leurs habitudes. « *Le Black Friday c'est pour nous une opération majeure, ça nous a permis de rattraper les autres mois qui avaient été mauvais, c'est la « promo de l'année »* » indique le gérant d'une grande enseigne de prêt-à-porter.

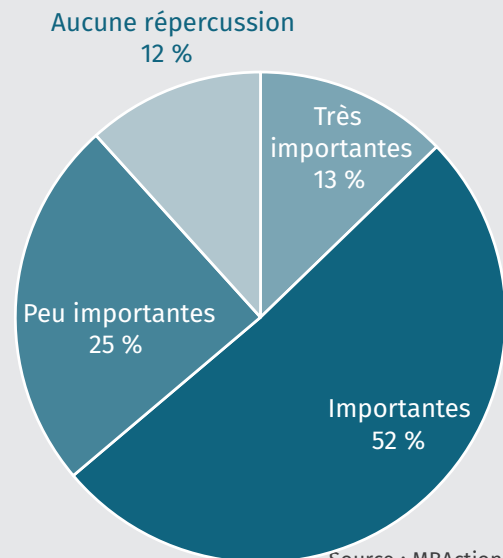


**Avez-vous répercuté les hausses de tarifs de vos fournisseurs sur vos prix à la clientèle ?**



Source : MBAction-CROCIS

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



Source : MBAction-CROCIS

Pour  
**65 %**  
des commerçants, l'inflation a entraîné des répercussions, importantes ou très importantes, sur leur activité pendant les soldes

**73 % des commerçants ont pratiqué des ventes privées ou promotions avant le démarrage des soldes**, dans l'objectif de fidéliser la clientèle, et de générer du chiffre d'affaires. 34 % des commerçants ont mis en place ces ventes privées juste avant les soldes, début janvier, 19 % l'ont fait juste après Noël. **Pour 69 % des commerçants, le résultat de ces ventes privées a été satisfaisant** (64 % pour les indépendants) ; pour 49 % des commerçants, ces ventes privées génèrent une hausse de chiffre d'affaires allant jusqu'à 10 % par rapport à un mois normal. 65 % des commerçants ont l'intention de proposer à nouveau des ventes privées dans les six prochains mois. « *Les gens n'achètent qu'en promotions, il faut vraiment ça pour relancer un peu l'activité, même si notre marge s'en ressent bien sûr* » se désole une commerçante de la rue de Rennes (Paris 6<sup>ème</sup>).

### Les soldes, une tradition à conserver

**Malgré leur succès, 65 % des commerçants considèrent que les ventes privées n'ont pas remplacé les soldes pour les clients** ; ce taux est beaucoup plus élevé chez les indépendants (71 %) que dans les commerces en

réseaux. **76 % des commerçants estiment que les soldes présentent toujours une utilité pour eux par rapport aux autres promotions** : ils permettent de déstocker, de toucher une nouvelle clientèle, et ils correspondent à une tradition du commerce.

### Pas de modification de date pour les soldes

80 % des commerçants se disent satisfaits des dates des soldes d'hiver. La proposition évoquée par une fédération de repousser la date des soldes d'un mois est rejetée par 68 % des commerçants.

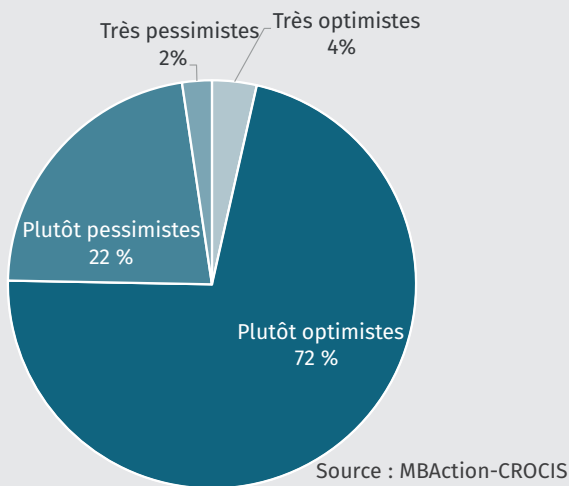
### L'inflation touche aussi les commerçants

75 % des commerçants ont subi des hausses de prix de la part de leurs fournisseurs, chiffre qui monte même à 92 % pour les indépendants. Pour 59 % de l'ensemble des commerçants, la hausse s'élève jusqu'à 10 % ; 89 % des commerçants ont répercuté cette hausse sur leurs prix de vente, en partie (pour 50 % d'entre eux) ou en totalité (39 %). « *Ce sont surtout les coûts de transport qui ont augmenté cette année, et certaines matières premières comme le coton et la laine* » indique un commerçant du quartier de Saint-Germain-des-Prés. « *J'ai essayé de répercuter l'intégralité des hausses, mais les clientes ont tiqué : j'ai monté un de mes basiques de 60 à 68 euros, mais les clientes m'ont fait des remarques, j'ai dû baisser* » indique la gérante d'une boutique de prêt-à-porter.

### Un enthousiasme relatif pour les JO

Pour un quart des commerçants, les touristes comptent pour plus de 20 % dans leur chiffre d'affaires ; pourtant, **les commerçants sont partagés en ce qui concerne la perspective des Jeux Olympiques à Paris cet été** : les pessimistes (33 %) craignent les perturbations que cela va engendrer (difficultés de transport, d'accès, de stationnement, problèmes de sécurité liés à la foule) et ne sont pas convaincus que les visiteurs dépensent dans les boutiques : « *Ca va surtout profiter aux hôtels, aux restaurants et aux cafés, mais je ne pense pas que*

#### Quelles sont vos prévisions concernant votre activité pour la prochaine saison printemps/été ? Sont-elles...



# 75 %

des commerçants ont subi une hausse des prix de leurs fournisseurs



ça aura beaucoup d'impact sur notre activité. Comment notre personnel va-t-il pouvoir se déplacer pour venir travailler, et puis comment va-t-on faire pour les livraisons ? » interroge un commerçant. 32 % sont optimistes, persuadés que l'événement va apporter du trafic et donc une augmentation du chiffre d'affaires. Une part importante des commerçants (35 %) ne se prononce pas sur le sujet, sans doute par manque d'informations :

« On manque encore d'éléments pour se prononcer, c'est encore loin ». 65 % des commerçants n'ont pas l'intention d'ouvrir le dimanche à l'occasion des JO et 90 % n'ont pas l'intention de recruter de collaborateur pour cette période. Malgré tout, 76 % des commerçants se disent optimistes pour la prochaine saison printemps-été.



# 56 %

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 22 et le 29 janvier 2024 par la société MB Action. 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<sup>ème</sup>). 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 X @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



Un centre d'observation de



CCI PARIS ILE-DE-FRANCE  
PROSPECTIVE

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