

# Les Echos

## Malgré l'inflation, les soldes ont été une déception pour l'habillement

Le bilan des soldes d'été qui se poursuivent jusqu'au 19 juillet n'est pas bon alors que la hausse générale des prix aurait pu pousser les consommateurs vers les bonnes affaires. Sur les trois premières semaines, le chiffre d'affaires des boutiques de vêtement a chuté de 13 % par rapport à 2019. Les réductions ne sont pas si importantes qu'attendu. Le nombre de clients qui se déplacent en magasin plonge.



Le cru 2022 des soldes d'été n'a pas été bon. Les clients sont moins nombreux à être venus en magasin. (STRINGER / AFP)

Par [Virginie Jacobberger-Lavoué](#), [Philippe Bertrand](#)

Publié le 18 juil. 2022

Pour renouveler son vestiaire, on ne s'est pas bousculé vers les soldes qui se poursuivent en France jusqu'au 19 juillet. Le bilan s'annonce particulièrement décevant dans l'habillement. Les ventes ont été inférieures de 13 % pendant les trois premières semaines de la période par rapport à celles de 2019, année de référence avant Covid. « Au bout des onze premiers jours, la chute était de 19 % », explique Yohann Petiot, directeur général de l'Alliance du commerce qui regroupe 700 enseignes d'habillement et de chaussures, y compris les grands magasins. Pour les deux premières semaines, le panel de L'Institut français de la mode (IFM) indiquait que 63 % des entreprises interrogées avaient constaté un recul des ventes les deux

premières semaines par rapport à la même période des soldes d'été 2021. la fédération Allure des indépendants parle d'une baisse d'activité de 19%/

## Fréquentation en baisse

La situation s'est donc améliorée au fil du temps, un paradoxe alors que les premiers jours de rabais sont en général les plus courus. Un autre chiffre démontre que la saison été 2022 des soldes n'a pas été bonne : [la fréquentation des boutiques a fléchi de 23 %](#) . « Nous avons perdu un client sur quatre », résume Yohann Petiot.

Seule consolation : lorsque les acheteurs se déplacent, ils achètent plus, ce qui explique que le chiffre d'affaires baisse moins que la fréquentation. « [Il y a aussi un effet inflation](#) », tempère le directeur de l'Alliance du commerce. La hausse des prix renchérit le panier moyen. Elle a pu pousser les clients à faire les soldes pour s'équiper avant une nouvelle hausse, mais comme l'inflation touche aussi l'énergie et l'alimentation, les arbitrages des Français ont pu pénaliser l'équipement de la personne.

Les soldes souffrent de la concurrence des ventes privées qui se multiplient les jours qui les précèdent. Certains voient dans leur perte d'attractivité d'autres phénomènes. Les dirigeants de la marque de mode Asphalt ont réalisé une étude auprès de 6.000 hommes et femmes. Il en ressort qu'une partie des consommateurs se détournent des enseignes de « fast fashion », les Zara et autres H&M qui dominent le marché textile pour privilégier la qualité des vêtements. L'enquête indique que 42 % des sondés ont arrêté de les fréquenter et qu'autant cherchent à limiter les achats effectués dans leurs magasins pour des considérations écologiques essentiellement.

## Des rabais pas si importants

Le comparateur de prix Idealo, filiale du groupe allemand Axel Springer pointe une autre raison. Une nouvelle disposition du Code de la consommation - transcription d'une directive européenne - est entrée en vigueur. C'est elle qui impose que les rabais soient effectués sur les prix établis un mois auparavant. La loi évoquait jusqu'à présent « un délai raisonnable ». La réglementation cherche à éviter que les commerçants fassent de fausses promotions en affichant un -30 % sur un prix qui, trois jours avant, avait été gonflé de 10 % ou 20 %. Idealo a comparé les prix en solde au prix des mêmes produits affichés un mois auparavant.

Il s'avère que loin des promesses de rabais « jusqu'à 50 % », les réductions sont parfois minimales. Le comparateur indique que les meilleures affaires sont les baskets (-23 %). A l'inverse, les tarifs n'ont baissé que de 1 % pour les smartphones et de 4 % pour les téléviseurs. En dehors de l'habillement, les soldes ne sont pas toujours intéressants. La pandémie a en outre renforcé d'autres tendances de consommation comme la seconde main dans l'habillement, note l'observatoire économique de l'Institut français de la mode, la seconde main qui offre, elle, des étiquettes vraiment coupées de moitié.