

Le 2 août 2010

Communiqué de presse

Enquête soldes d'été 2010 Un bilan positif pour les commerçants parisiens malgré un démarrage tardif

La Chambre de commerce et d'industrie de Paris (CCIP) publie son enquête « Soldes d'été » menée par le Centre Régional d'Observation du Commerce, de l'Industrie et des Services (CROCIS) auprès de **300 commerçants parisiens** du 20 au 24 juillet 2010.

L'enquête dévoile **un bilan plutôt positif**, avec un **chiffre d'affaires supérieur ou égal à l'été dernier pour 57 % des commerçants**. La hausse de chiffre d'affaires reste cependant assez modérée en raison des démarques consenties pour la majorité des commerçants. Ceux-ci restent néanmoins optimistes sur la consommation de la prochaine saison.

Ventes privées et démarques élevées pour pallier un démarrage tardif

Gênés par une date de début des soldes jugée trop tardive, les commerçants ont fait appel aux soldes privées pour déclencher les achats après une saison printemps-été morose, et ont mis en place des démarques élevées dès le début : **près d'un commerçant sur deux a ainsi proposé dès l'ouverture des soldes des remises de 50 %, poussées également par la concurrence des sites internet**.

Les ventes durant la saison printemps-été n'avaient pas été satisfaisantes pour la majorité des commerçants, mais la chaleur, le retour des touristes grâce à la baisse de l'euro, à la reprise économique mondiale et à l'« effet soldes » qui perdure, ont permis aux commerçants d'écouler leurs stocks. Ce bon résultat conduit **68 % des commerçants interrogés à se déclarer « optimistes » ou « très optimistes »** pour l'activité de leur magasin **pour la saison automne-hiver 2010**.

Peu d'enthousiasme pour les soldes flottants

70 % de l'ensemble des commerçants n'ont pas l'intention de mettre en place des soldes flottants dans les six prochains mois. Ils ne voient que peu à d'intérêt de ces soldes en pleine saison, par rapport à une opération de promotion classique, et jugent que les deux périodes traditionnelles de soldes d'été et d'hiver suffisent.

Paris : le tourisme, élément déterminant pour l'ouverture dominicale

L'ouverture dominicale à Paris ne fait pas l'unanimité auprès des commerçants interrogés. En effet, ceux dont la clientèle est parisienne et francilienne marque un intérêt limité pour l'ouverture dominicale (trois commerçants sur cinq). En effet, ils estiment qu'une ouverture le dimanche n'augmenterait pas un volume d'affaires. En revanche, ceux accueillant des touristes y sont favorables ; ils considèrent qu'ils perdent, le dimanche, une part importante de leur chiffre d'affaires, perte qui est définitive.

Enquête détaillée ci-jointe ou téléchargeable sur : www.crocis.ccip.fr

Information presse :

Anne Leibovici – Tél: 01 55 65 70 57 – [✉ aleibovici@ccip.fr](mailto:aleibovici@ccip.fr)