

ENQUÊTE SOLDES D'ÉTÉ

Enquête du 14 au 17 Juin 2022

870 répondants

% 20

% 50



Syndicat des indépendants et des TPE

CONTACT PRESSE : Advocaciz

Alexandra Richert : 06.08.77.86.22 - Ambre Fourneau : 06.44.39.89.25

LES PRINCIPAUX ENSEIGNEMENTS DE L'ENQUÊTE

Les soldes : une affaire pour les grandes enseignes devenue une aberration pour les commerces de proximité.

Après les périodes de fermeture-ouverture en 2020 et 2021, les soldes d'été 2022 se dérouleront de nouveau dans un environnement particulier placé sous le signe d'une chute de la consommation liée à l'inflation.

Les boutiques constatent d'ores et déjà globalement une activité en demi-teinte depuis le début de l'année, avec des baisses de CA plus concentrées sur les activités situées dans les zones commerciales et en périphérie des grandes villes. A noter que le CA du premier semestre 2022 est comparé à 2021 et donc sur une période durant laquelle les commerces « non essentiels » avaient été fermés d'avril à mi-mai.

Dans un contexte de morosité et de baisse du pouvoir d'achat, les soldes pourraient être considérées comme une parenthèse plaisir pour une clientèle au budget contraint.

Tel n'est pas le sentiment des 870 commerçants et artisans de proximité interrogés par le SDI.

Les soldes ont-elles encore un intérêt pour les commerces de proximité ?

Si certains y voient encore le moyen d'élargir leur clientèle, le plus grand nombre estime que les soldes sont devenues l'affaire des grandes enseignes et du e-commerce comme l'une des nombreuses périodes promotionnelles qui jalonnent leurs activités, sans que les consommateurs ne connaissent bien au final la valeur réelle de vente des produits.

Les soldes vécues comme une contrainte

35% des professionnels interrogés estiment que les soldes sont devenues une nouvelle modalité de faire des ventes, perdant de fait leur fonction initiale de liquidation des stocks. Ils se plient bon gré mal gré à cette donnée d'environnement concurrentiel généré par les grandes enseignes et les pure-players du e-commerce.

De faibles démarques à attendre de la part des commerces de proximité

70% d'entre eux pratiqueront des démarques jusqu'à 30% dans la grande majorité des cas.

Ce taux de démarque est faible au regard des 50% habituellement affichés sur les vitrines. De fait, contrairement à la grande distribution dont les pratiques consistent à la constitution de stocks en vue des soldes, les démarques pratiquées par les indépendants visent réellement au déstockage de produits invendus... encore faut-il avoir disposé d'un temps raisonnable nécessaire à la vente des dits produits !

Entre les retards de livraison et des dates de soldes fixées bien trop en amont dans la saison, le temps de mise en vente « au prix » des produits et donc la capacité des commerçants à dégager une marge correcte sont réduits à la portion congrue.

Les retards de livraison comme facteur aggravant

Circonstance exceptionnelle supplémentaire cette année, 71% d'entre eux ont connu des retards de livraison voire des livraisons seulement partielles, si bien que la durée de mise en rayon des produits au prix normal en a été réduite d'autant.

Pour certains, les livraisons tardives leur interdisent de pratiquer des soldes sur les produits concernés, lesquels doivent être légalement mis en rayon au minimum un mois avant de pouvoir être soldés.

Les soldes devenues une période promotionnelle parmi d'autres

Ainsi, 60% d'entre eux ne ressentent pas d'attente particulière de leur clientèle quant aux soldes devenues une période promotionnelle parmi tant d'autres. Ils ne sont d'ailleurs que 36% à estimer que la période de soldes qui s'ouvrira le 22 juin leur permettra d'écouler la majeure partie de leur stock.

Ces commerçants dénoncent une politique permanente de baisse des prix, entre promotions, anniversaires, French Days, Black Friday et soldes privés qui induisent une perte de repère d'une clientèle sollicitée en permanence.

Seuls 20% d'entre eux pratiquent les ventes privées, par définition à destination exclusive de leur clientèle régulière.

Les commerçants vivent de la marge, les grandes enseignes du volume

Les produits soldés, et il s'agit en principe de la définition même des soldes, sont ceux qui subsistent en fin de saison, une fois la majeure partie des produits vendus à leur juste prix. Pour un indépendant, les soldes ont pour objet de renforcer sa trésorerie à défaut de dégager une marge sur la vente. C'est une différence fondamentale avec la grande distribution qui acquiert de grandes quantités de produits en prévision des soldes et mise sur le volume des ventes pour compenser une marge plus faible.

Des soldes d'été au 22 juin : une aberration commerciale et calendaire !

Lors des deux dernières années, les périodes de soldes avaient été reportées en raison de la pandémie de Covid 19, donnant lieu à un affrontement entre la grande distribution qui voulait les voir fixées le plus tôt possible et le commerce de proximité qui voulait les repousser le plus loin possible.

De fait les commerçants sont unanimes à dénoncer des périodes de soldes qui interviennent beaucoup trop tôt dans la saison. Pratiquer des soldes d'été, ou plus précisément sur des produits de la saison d'été, deux jours après le début calendaire de ladite saison est une aberration. Logiquement, les invendus devraient faire l'objet de vente à prix cassés en fin de saison, soit fin au mieux mi-août.

Des commerces et des familles sous tension

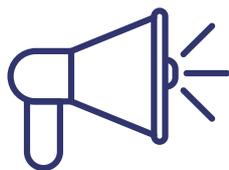
Parmi les personnes interrogées, 20% travaillent en entreprise familiale, majoritairement avec un(e) conjoint(e) salarié(e).

Afin d'assurer la poursuite de leur activité depuis les deux dernières années, une large majorité (62%) a mis en œuvre des éléments particuliers pour traverser ces crises.

Le recours à l'emprunt figure au premier rang des moyens mis en œuvre, suivi de la baisse des rémunérations du dirigeant, de la digitalisation et d'une gestion des stocks à la baisse. A ce stade, les licenciements restent faibles.

Si la digitalisation figure comme un élément positif sous réserve qu'il produise des résultats, les trois autres moyens engagés ne peuvent qu'être des palliatifs de court terme. L'emprunt, comme par exemple le PGE, peut se concevoir comme moyen transitoire et la charge qu'il représente doit être compensée par une croissance du résultat. Or, il est difficile d'envisager une croissance avec moins de stock et donc de marchandises à vendre. La réduction des rémunérations, notamment lorsque les revenus du foyer sont exclusivement tirés de l'activité, ne peut là encore être envisagée que sur le court terme.

Ces éléments préfigurent de fortes tensions à venir, déjà présentent pour 36% des personnes interrogées qui indiquent ne pas disposer de la trésorerie nécessaire pour acquérir la prochaine collection.



CONCLUSIONS DU SDI

Les périodes de soldes doivent correspondre à une démarche commerciale cohérente au regard des spécificités géographiques et temporelles.

C'est pourquoi le SDI propose une réforme fondée sur :

- **La généralisation de périodes de soldes fixées au niveau des Régions**

L'objectif est de répondre aux spécificités liées notamment au tourisme et aux vacances scolaires.

- **Des périodes de soldes qui doivent correspondre à une saisonnalité cohérente de liquidation de stocks de fin de saison.**

Les éléments qui précèdent resteront toutefois insuffisants pour relancer le commerce de proximité écrasé par une concurrence avec la grande distribution physique omnicanale et les pure-players du e-commerce.

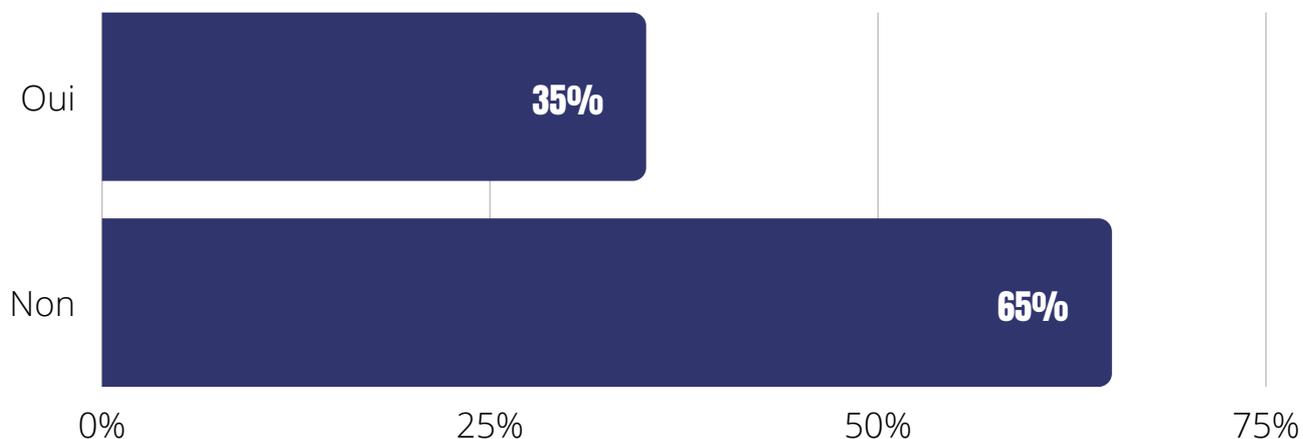
La digitalisation et le soutien qui doivent l'accompagner constituent des éléments d'avenir essentiels pour les commerces vivants.

C'est pourquoi le SDI propose les soutiens suivants :

- **Soutien à l'investissement sous forme de subventions, crédit d'impôts et sur-amortissement des biens immatériels.**
- **Soutien à la décision au plus près du terrain par le biais des managers de centre-ville formés en community managers de centre-ville.**
- **Soutien technique par :**
 - · La formation des chefs d'entreprise.
 - · La labellisation suite à appel à projets de start-up déjà investies sur le marché de la digitalisation des entreprises artisanales et commerciales de proximité.
- **Soutien opérationnel par la mutualisation des aspects logistiques (stockage et transport).**

Vision des soldes

Considérez-vous les soldes comme une nouvelle façon de faire des ventes (pas seulement écouler des stocks) ?



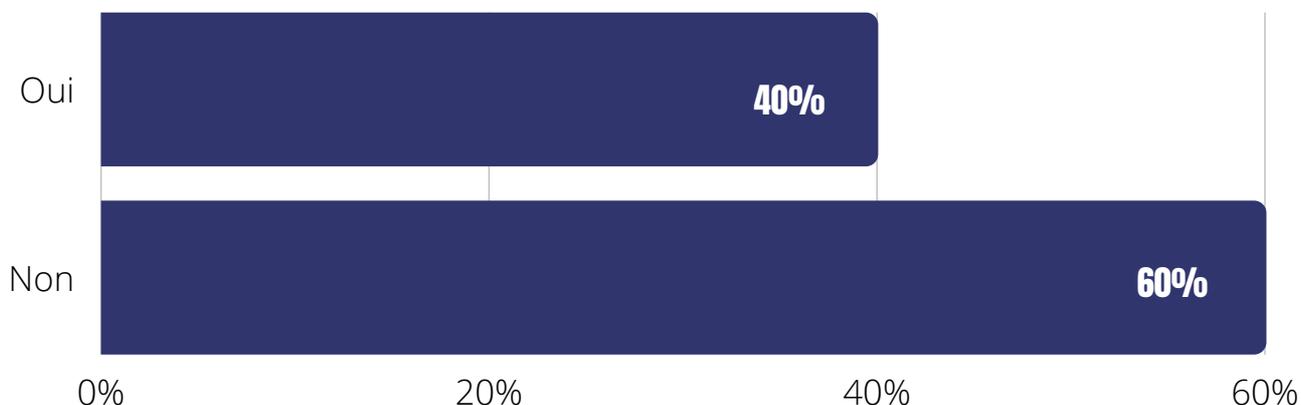
Commentaires

« Les offres promotionnelles et personnalisées fonctionnent mieux sur la clientèle habituelle. En revanche, les soldes permettent de toucher une autre clientèle. »

« Il y a une demande incessante de remise. Les petits prix, les promotions proposées tout au long de l'année font perdre aux clientes la notion du juste prix, celui qui nous permet de nous rémunérer à peu près correctement ! »

Vision des soldes qui s'annoncent

Estimez-vous que cette période de solde est une forte attente de votre clientèle ?

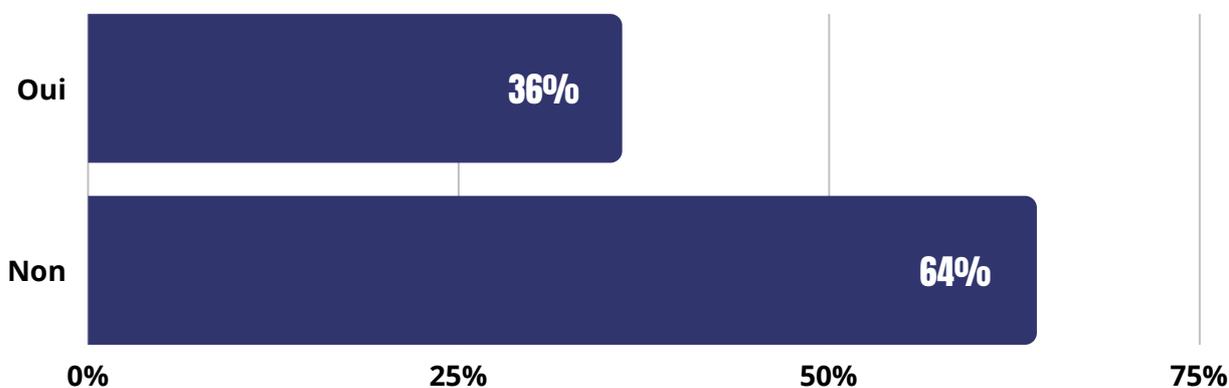


Commentaires

« À cause des promos et remises incessantes le reste de l'année, les Soldes ne sont plus du tout attractives. »

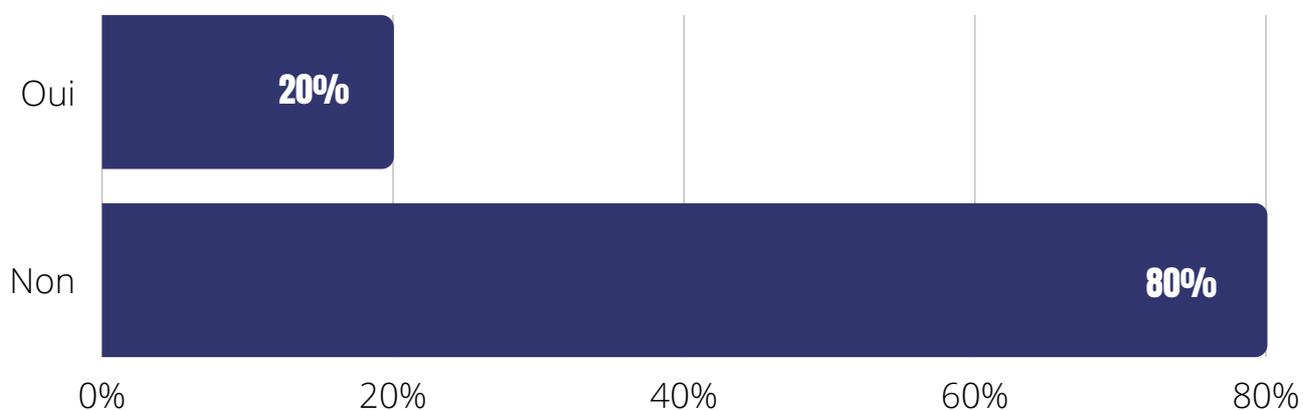
« Au vue des prix qui augmentent de partout, les soldes sont attendues sur tout ce qui s'achète. Trop de spéculation avec des politiques qui ne connaissent rien de l vrai vie et qui n'écoutent rien . »

Estimez-vous que la période de soldes qui va s'ouvrir vous permettra d'écouler la majeure partie de vos stocks ?



Ventes privées

Pratiquez-vous les ventes privées ?



Commentaires

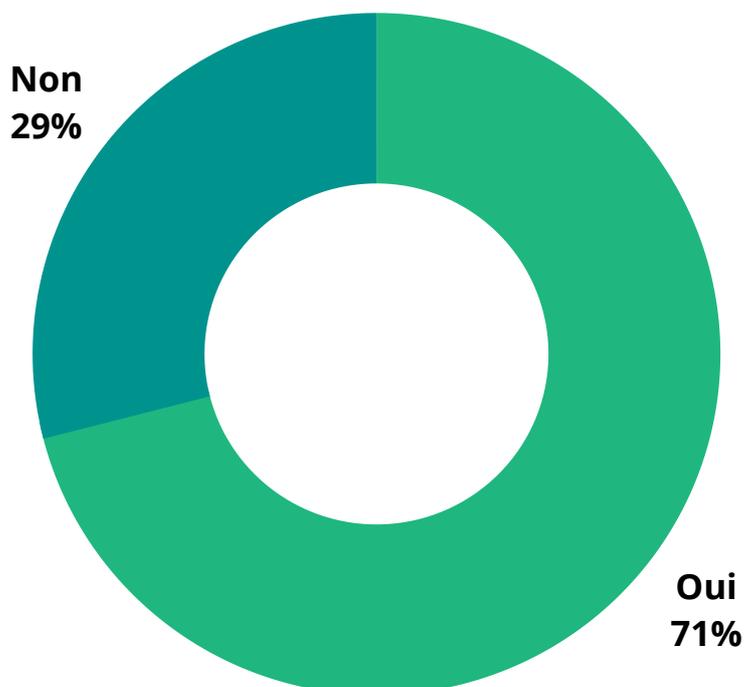
« Je ne génère pas assez de marge pour pratiquer les ventes privées. »

Considérez-vous cette pratique comme financièrement plus favorable à celle des soldes ?



Approvisionnement et commandes

Avez-vous rencontré des difficultés dans l'approvisionnement de vos marchandises ?

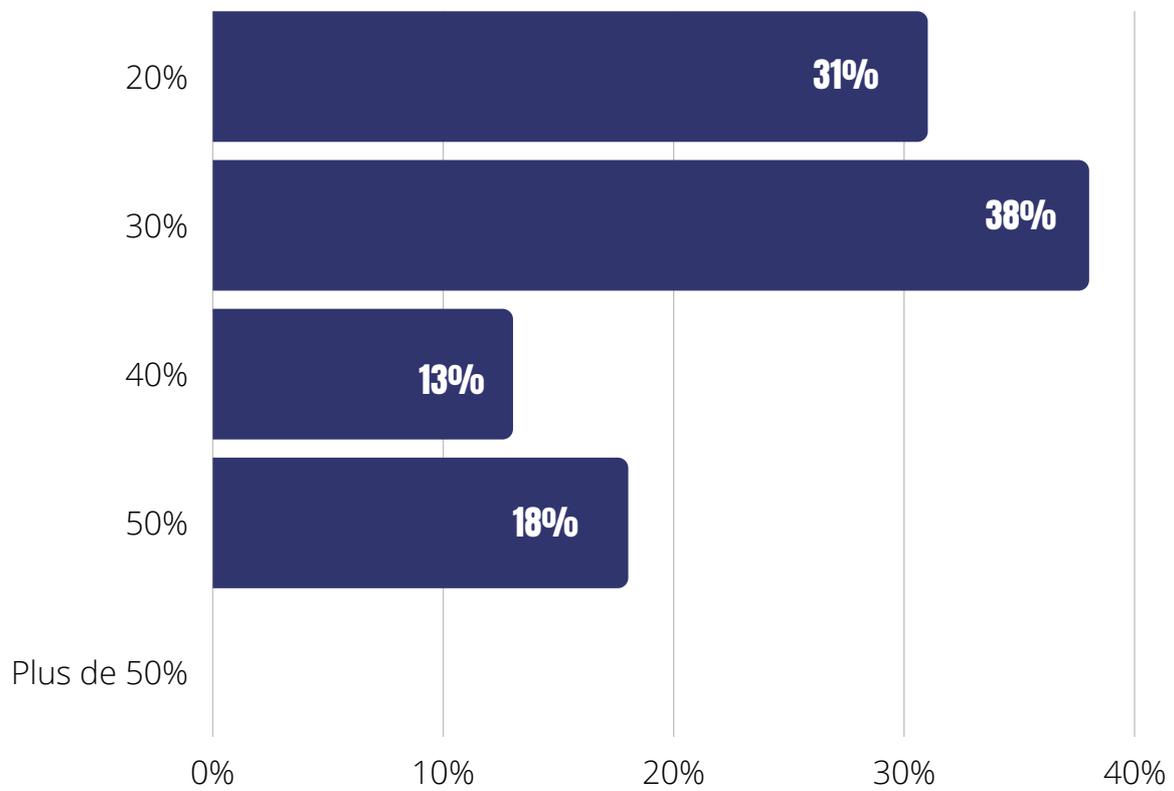


Commentaires

« Beaucoup de livraisons partielles et tardives d'où l'impossibilité de solder certains articles reçus trop tard. »

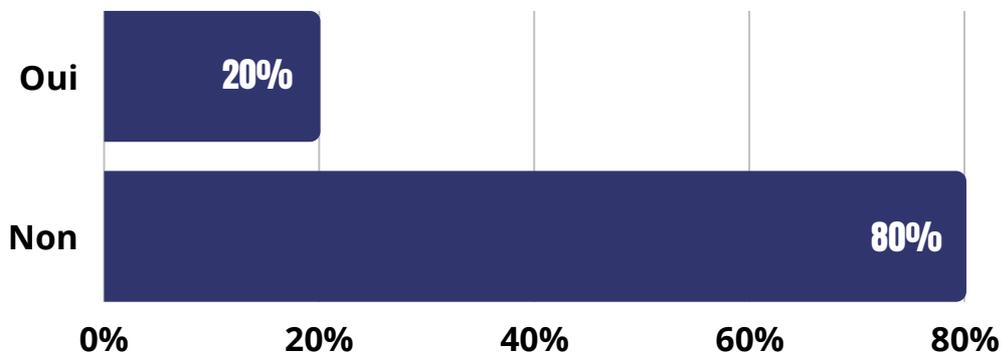
État sur les démarques & niveau de marchandise

Quel sera le montant de votre première démarque ?



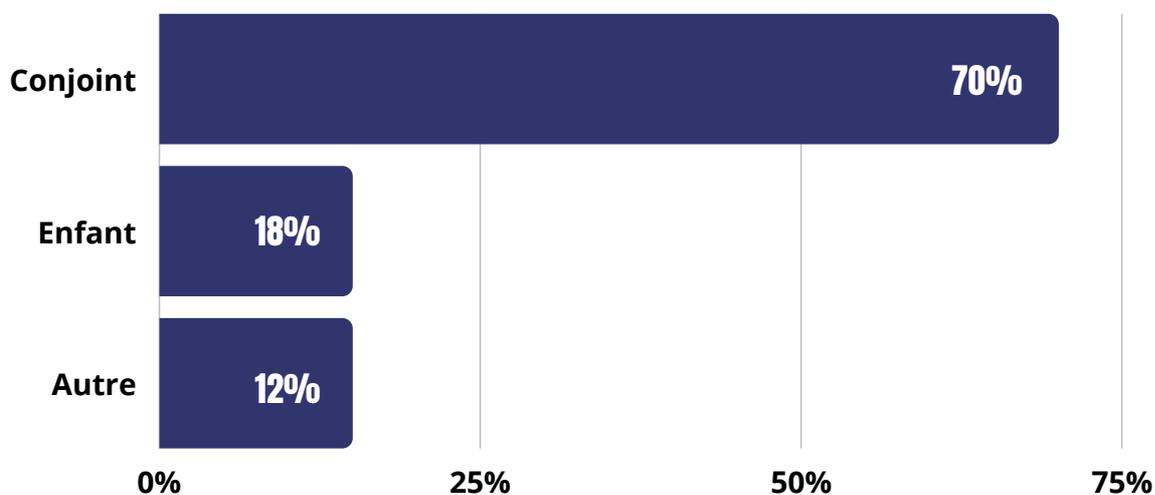
Mieux connaître les personnes interrogées

Exercez-vous votre activité en famille ? (conjoint, enfant, etc.)

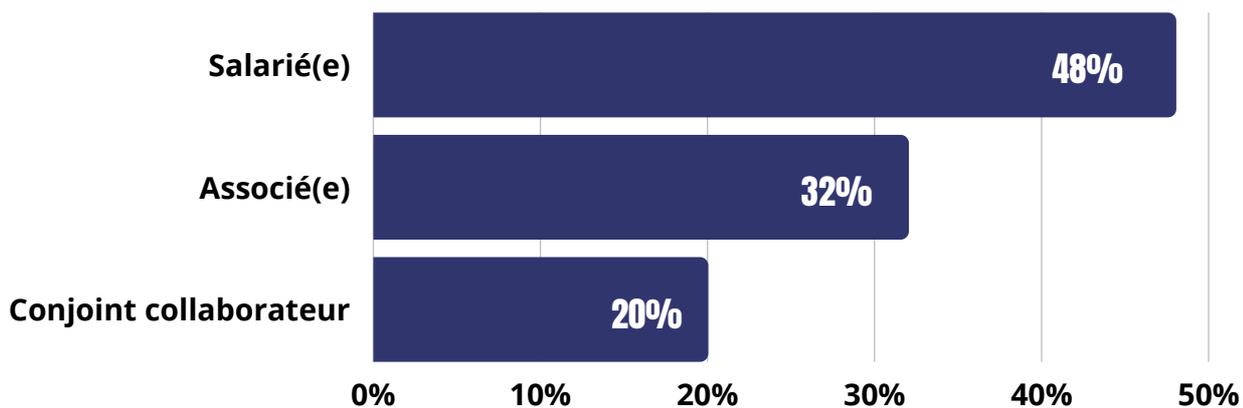


Pour les personnes exerçant leur activité en famille

Avec quel(s) membre de votre famille travaillez-vous ?
(plusieurs réponses possibles)

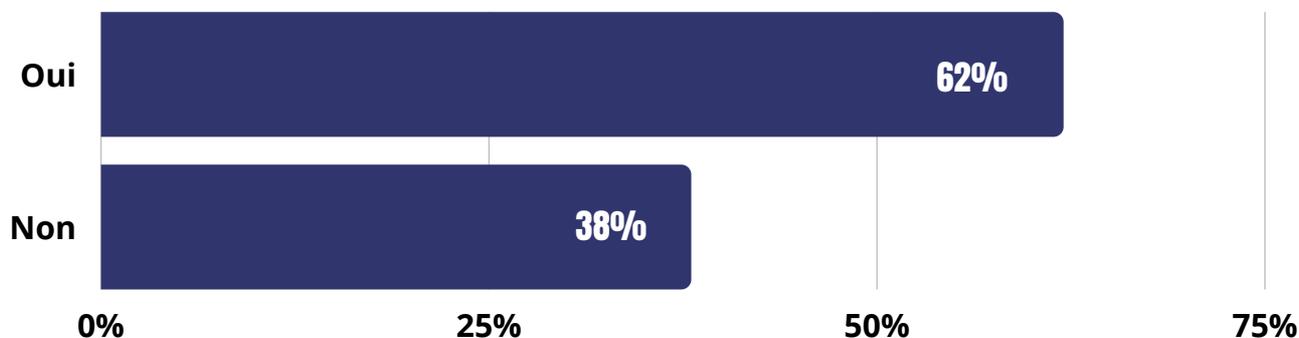


Quel est son statut ?



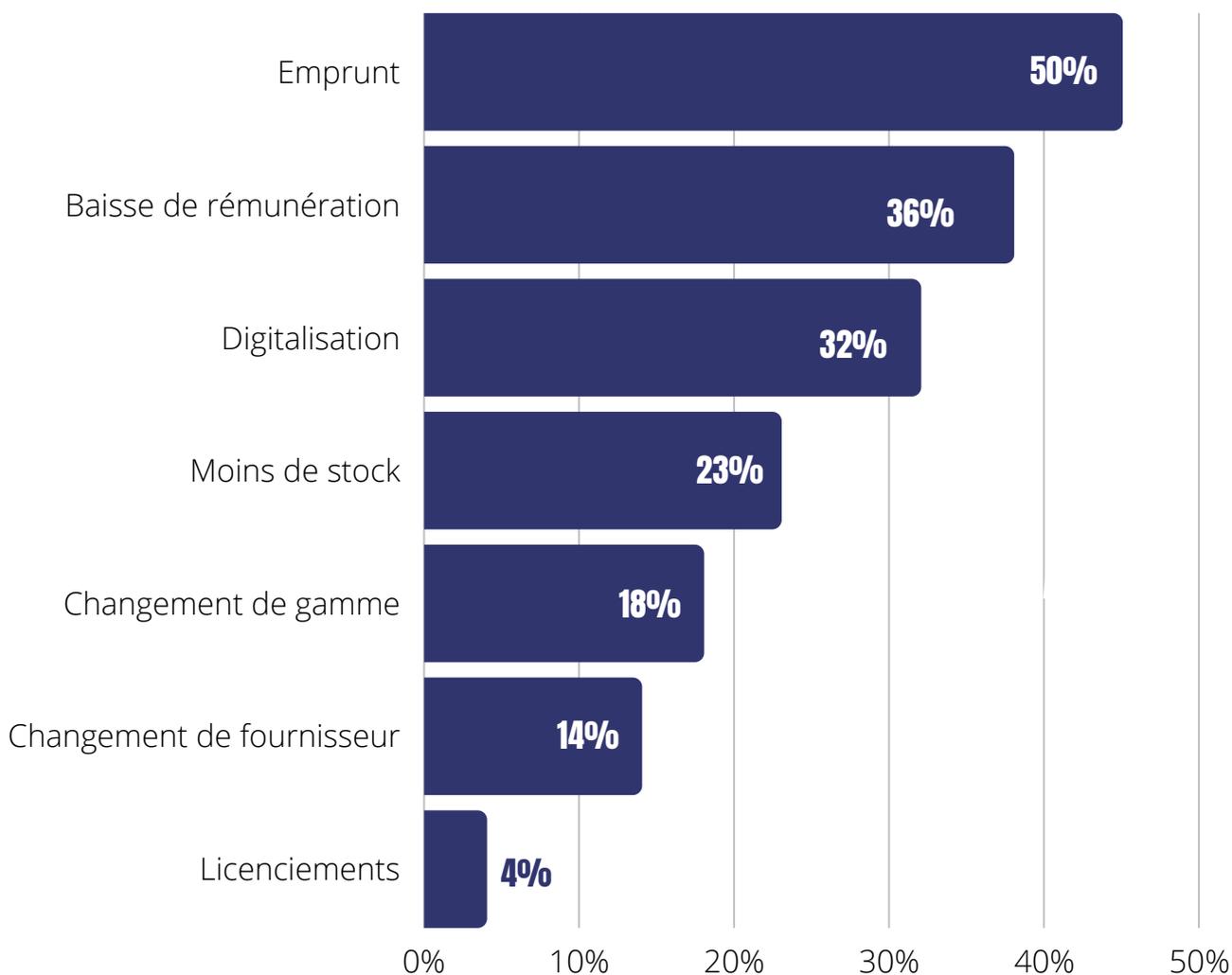
Les outils de résistance

Sur les deux dernières années avez-vous mis en œuvre des éléments particuliers dans la gestion et/ou le mode de fonctionnement de votre entreprise pour traverser la crise ?



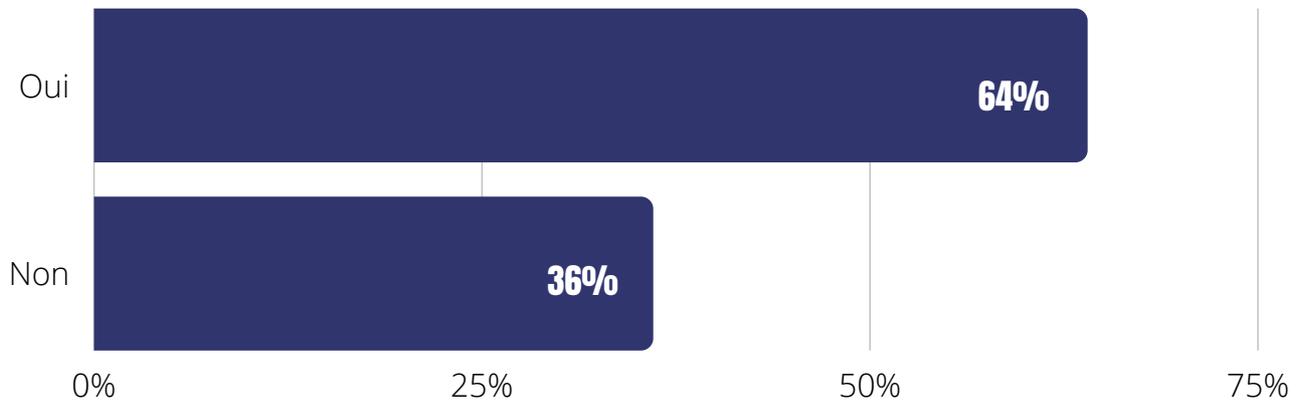
Pour les personnes ayant répondu OUI à la question ci-dessus

Quels éléments avez-vous mis en œuvre ?
(Plusieurs choix de réponse possible)



Approvisionnement et commandes

Avez-vous suffisamment de trésorerie pour passer la commande de votre prochaine collection ?



CONTACT

sdi.lyon@sdi-pme.fr

04.78.34.65.97

