



JEAN-CHRISTOPHE VERHAEGEN/AFP

Certaines enseignes délaisseront le système de rabais progressifs en affichant, dès le premier jour, des remises importantes.

Soldes sous haute tension

Après une année catastrophique, ils démarrent avec des rabais de 50 %.

ANNE-SOPHIE CATHALA
@Ascathala

HABILLEMENT À situation inédite, opérations et rabais inédits. Pour inciter les clients à profiter des soldes, qui démarrent ce mercredi, certains jouent la carte festive : au BHV Marais, une course en sac permet de décrocher un bon d'achat de 500 euros, et 100 cartes cadeaux de 100 euros sont mises en jeu aux Galeries Lafayette Haussmann, par le biais de machines à grappin dignes des fêtes foraines.

Dans plusieurs centres commerciaux d'Unibaïl, des séances de cinéma gratuite et « babysittées » permettront aux parents de faire leur shopping sereinement. Les rabais atteindront souvent d'emblée 50 % dans les grandes enseignes. Plusieurs feront fi du système de rabais progressifs, qui, de la première à la troisième démarque, voire au « coup de balai » final, permettaient, l'an dernier encore, de stimuler les achats tout au long des soldes. Dans les 4 départements qui ont commencé les soldes le 2 janvier, -50 % et -70 %

ont fleuri d'entrée de jeu. Des alertes SMS - notamment du Printemps - promettent des remises supplémentaires de 10 % dès trois articles. Une dégressivité que les petits commerçants indépendants, « qui ne peuvent se permettre des -50 % vu leurs marges serrées, pratiqueront aussi en boutiques, proposant 20 % puis 10 % supplémentaires selon le nombre d'articles achetés », détaille Bernard Morvan, président de la Fédération nationale de l'habillement.

Frugalité de crise

Il s'agit, pour les enseignes d'habillement, d'attirer à tout prix un chaland plus rare que jamais depuis le 13 novembre, en particulier en Île-de-France. Et ce, malgré une avalanche jamais vue de promotions et ventes privées, avant et après Noël.

Selon l'IFM, les ventes de prêt-à-porter ont chuté de 9 % en novembre, compromettant toute chance, pour le secteur, de revenir pour 2015 à une légère croissance après huit ans de baisse. L'espoir en était pourtant permis en octobre. Un léger regain, quelques jours seulement avant Noël, n'a pas suffi à changer la donne. La météo, trop douce, les élections et, cette semaine, les commémorations des attentats de janvier dernier n'arrangent rien. « Le risque, c'est que les consommateurs ne s'habituent finalement à une certain-

ne frugalité de crise et aient du mal à lâcher prise pour se laisser malgré tout tenter par les soldes, aucun signal ne laisse pour l'instant espérer un mieux », souligne Yves Marin, consultant chez Kurt Salmon. À moins d'un coup de froid, qui aiderait à quelques achats de manteaux et grosses pièces.

En attendant, les stocks sont plus fournis que d'habitude. Ce qui offrira de réelles aubaines. Selon une étude Toluna pour LSA, 72,1 % des Français auraient l'intention d'acheter de la mode en solde cet hiver, un peu moins nombreux que l'an passé et avec un budget global pour les soldes de 215,50 euros en léger retrait (-4,9 %). Un peu moins de la moitié les feront sur Internet, selon un sondage Trustpilot et Yougov, afin d'éviter notamment la foule. Selon la Fevad, cette motivation ne serait toutefois pas plus déterminante cette année.

« Le consommateur est de plus en plus rationnel et prévoyant et aura plus que jamais comparé les offres en ligne avant d'essayer le vêtement de ses rêves en cabine », explique en tout cas Philippe Jourdan, professeur et consultant. Bien des clients n'ont toutefois pas attendu les soldes pour se faire plaisir : seulement 21,1 % de ceux interrogés par Toluna pour LSA ont différé des achats depuis plusieurs semaines en attendant ce mercredi. ■

LES SOLDES,
MOINS ATTRACTIFS
QUE LES PROMOTIONS

72,1 %
des Français déclarent
vouloir acheter
des vêtements
pendant ces soldes
d'hiver (source : sondage
Toluna pour LSA)

17 %
Part des achats
de vêtements réalisés
en soldes en 2015
(en valeur, source IFM)

23 %
Part des achats de
vêtements réalisés
en promotions en 2015
(en valeur, source IFM)