

Soldes d'été 2014 : un recul de **-5.4%** en valeur par rapport à 2013

Paris, le 29 juillet 2014 – *Les soldes d'été s'achèveront le 29 juillet et le premier bilan fait apparaître une baisse de la dépense moyenne par Français. Selon une étude menée par Promise / Panel On The Web entre le 25 et le 27 juillet 2014 auprès de 4.635 Français représentatifs de la population française sur les critères de genre, d'âge, de région d'habitation et de taille de communes, la baisse atteindra -5.4% en valeur.*

UNE BAISSSE DES ACHATS DECLARES EN VALEUR POUR LES SOLDES D'ETE EN 2014

Les Français ont adressé un bilan sans appel de leur comportement pendant la période des soldes :

- ✓ **20%** d'entre eux ont déclaré n'avoir rien acheté en soldes cet été, un taux à peu constant chaque année (pour rappel, il était un peu plus élevé de l'ordre de **24%** en 2013).
- ✓ Ceux qui ont fait les soldes (**80%**) ont moins dépensé : s'ils sont **15%** à déclarer avoir dépensé plus ou beaucoup plus, ils sont en revanche **42%** à déclarer avoir dépensé moins ou beaucoup moins.

UNE BAISSSE DES DEPENSES EN DECLARATIF QUI TOUCHE TOUS LES CANAUX, MAIS A DES DEGRES DIVERS

- ✓ L'écart entre ceux qui déclarent avoir dépensé « moins ou beaucoup moins » (**15%**) et ceux qui déclarent avoir dépensé « plus ou beaucoup plus » (**42%**) est de 27 points au global.
- ✓ Des différences marquées existent entre les types de magasins ou les canaux de vente fréquentés. Sans surprise, c'est **Internet** qui tire le mieux son épingle du jeu avec un recul en déclaratif limité (**-9 pts**) alors que la **grande distribution** de type supermarchés et hypermarchés ou les grandes surfaces d'ameublement et d'électroménager accusent des écarts conséquents (**supérieurs à -30 pts**).
- ✓ Les achats dans les **boutiques de luxe** sont également impactés, mais deux particularités de cette activité devraient limiter le bilan mesuré ici : en premier lieu, les achats des touristes étrangers non pris en compte d'une façon générale dans cette étude et particulièrement élevés dans les secteurs du luxe ; en second lieu, le faible pourcentage de marques de prêt-à-porter de luxe qui pratiquent des soldes clairement affichées en dehors bien sûr des ventes privées ou éphémères réservées à leurs meilleurs clients.

UNE BAISSSE QUI ATTEINT EN VALEUR **-5.4%**

- ✓ Les Français déclarent une dépense moyenne de **210 € en 2014 vs 222 € en 2013**.
- ✓ La baisse d'une année sur l'autre est donc de **-5.4% soit 12 € en moyenne par Français**.
- ✓ Cette baisse est pour partie due à une contraction des dépenses effectuées par les « gros » acheteurs en soldes : ils sont **19%** à avoir acheté pour **350 € ou + en 2014 vs 24% en 2013 soit une baisse de -5 pts**.
- ✓ En revanche le **taux de participation aux soldes** est lui en hausse de 2 points passant de **76%** en 2013 à **78%** en 2014.

Notre expert Philippe Jourdan, fondateur de Promise Consulting, se tient à votre disposition pour vous apporter son éclairage sur ces sujets.



Diplômé d'HEC, docteur en sciences de gestion et professeur agrégé des Universités, Philippe JOURDAN a exercé le métier de directeur d'études marketing au sein du cabinet GfK avant de fonder les sociétés Panel On The Web en 2000 et Promise Consulting en 2008. Il est un spécialiste reconnu des méthodes d'évaluation et de valorisation des marques du point de vue du consommateur. Il a publié dans des revues académiques internationales sur le sujet, est l'auteur d'ouvrages marketing et conseille de nombreuses entreprises sur le sujet.

A propos de Promise Consulting

Promise est un groupe de conseil et d'études marketing réunissant les sociétés Promise Consulting Inc., JPL consulting et Panel On The Web. Promise intègre des prestations de conseil et d'études à forte valeur ajoutée.

Etabli à Paris, New-York et Casablanca, le groupe mène des études et des prestations de conseil dans le monde entier. Il est plus particulièrement reconnu pour son expertise en matière de mesure de la valeur de marque (brand value).

Promise a su développer des méthodes et des modèles innovants récompensés 7 fois en 10 ans par la profession au plan national et international. Il accompagne les plus grandes marques de luxe, de cosmétiques et de distribution sélective en particulier dans leur développement sur le marché national et les marchés étrangers. La société est également certifiée OPQCM et Social Media.

Pour en savoir plus

Site : <http://promiseconsultinginc.com>

Blog : <http://whatsnewinmarketing.blogspot.com>

Facebook : <http://facebook.com/promiseinc>

Twitter : @pjourdan1967

06 62 66 09 27

Relations Presse - Agence Wellcom

Gaëlle Legris – Julie Fontaine - Sonia El Ouardi

gl@wellcom.fr – jf@wellcom.fr - se@wellcom.fr

01 46 34 60 60