



16ème législature

Question N° : 12319	De M. Stéphane Viry (Les Républicains - Vosges)	Question écrite
Ministère interrogé > Petites et moyennes entreprises, commerce, artisanat et tourisme		Ministère attributaire > Économie, finances, souveraineté industrielle et numérique
Rubrique > commerce et artisanat	Tête d'analyse > Déclin de l'attractivité des soldes et des commerces physiques	Analyse > Déclin de l'attractivité des soldes et des commerces physiques.
Question publiée au JO le : 24/10/2023 Réponse publiée au JO le : 09/04/2024 page : 2811 Date de changement d'attribution : 12/01/2024		

Texte de la question

M. Stéphane Viry attire l'attention de Mme la ministre déléguée auprès du ministre de l'économie, des finances et de la souveraineté industrielle et numérique, chargée des petites et moyennes entreprises, du commerce, de l'artisanat et du tourisme, sur l'attractivité des soldes et la préservation des commerces. En effet, depuis plusieurs années l'attractivité pour la période des soldes n'a de cesse de décroître. Certains envisagent leur suppression, d'autres la modification de la période ou encore des solutions innovantes pour inverser la tendance. Les prix remisés toute l'année sont notamment à l'origine de ce déclin. Ces promotions en continu proposées par les grandes enseignes ou les plateformes en ligne affaiblissent les commerces physiques qui peuvent difficilement être compétitifs au vu des charges qui leur incombent. Il est urgent de supprimer les inégalités entre le commerce en ligne et la boutique physique afin de préserver les commerces et les emplois qui en découlent. À cet égard, il est nécessaire de redonner du sens et une attractivité aux soldes en adoptant des mesures protectrices des commerçants. Dès lors, il lui demande de mettre un terme à la possibilité de proposer des promotions permanentes. Au surplus, afin de permettre l'application de tarifs plus justes aux consommateurs tout au long de l'année et rendre aux soldes leur véritable intérêt, il sollicite l'instauration de la mise en œuvre d'un coefficient multiplicateur de vente minimum.

Texte de la réponse

Les soldes restent un moment attendu et apprécié par les consommateurs Français : alors que l'inflation en juillet 2023 a augmenté de 4,3 % par rapport à l'année précédente, les résultats des soldes d'été 2023 sont globalement stables par rapport à l'été 2022. En particulier, le chiffre d'affaires (CA) du secteur de l'habillement a baissé de 1 % et on note une hausse de 7 % des commandes en ligne. Les deux premières semaines des soldes ont d'ailleurs enregistré une hausse de + 14,5 % de CA par rapport à l'été 2022. Il s'agit d'une performance exceptionnelle pour les commerçants. En tout état de cause, compte tenu de la multiplication d'offres promotionnelles hors soldes (Black Friday, French Days...), les soldes ne sont plus synonymes de « pic de consommation » pour les distributeurs. C'est pourquoi, le Gouvernement a déployé plusieurs adaptations du cadre réglementaire des soldes afin de les rendre plus attractifs. La loi sur le plan d'action pour la croissance et la transformation des entreprises (PACTE) du 22 mai 2019 (article 16) a modifié l'article L. 310-1 du code de commerce pour réduire de six à quatre semaines la période des soldes. De récentes mesures réglementaires ont d'ailleurs été prises pour mieux réguler les pratiques promotionnelles : l'entrée en vigueur depuis le 28 mai 2022



d'un nouvel encadrement du prix de référence devrait ainsi imposer plus de rigueur aux grands distributeurs en la matière. Enfin, une réflexion plus globale sur l'avenir des soldes et promotions est en cours dans le cadre d'un groupe de travail dédié du Conseil national du commerce (CNC) ; cette instance permettra de faire émerger les propositions du secteur qui seront prises en compte par le Gouvernement.