



## 16ème législature

<b>Question N° :</b> <b>12320</b>	<b>De Mme Chantal Jourdan ( Socialistes et apparentés - Orne )</b>	<b>Question écrite</b>
<b>Ministère interrogé</b> > Petites et moyennes entreprises, commerce, artisanat et tourisme		<b>Ministère attributaire</b> > Économie, finances, souveraineté industrielle et numérique
<b>Rubrique</b> > commerce et artisanat	<b>Tête d'analyse</b> > Périodes de soldes et concurrence entre les petits commerces et l'industrie	<b>Analyse</b> > Périodes de soldes et concurrence entre les petits commerces et l'industrie.
Question publiée au JO le : <b>24/10/2023</b> Réponse publiée au JO le : <b>09/04/2024</b> page : <b>2811</b> Date de changement d'attribution : <b>12/01/2024</b>		

### Texte de la question

Mme Chantal Jourdan interroge 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 les inégalités frappantes entre les petits commerçants et les grandes enseignes au sujet des soldes. La période de soldes s'est modifiée au fil du temps et est de moins en moins en adéquation avec les saisons. En effet, de nombreux commerçants, tout comme la Fédération nationale de l'habillement (FNH), témoignent en ce sens. Ce décalage entraîne un manque de choix de produits adaptés dans les rayons. Par exemple, au cours du mois de février, où il ne reste que très peu de vêtements chauds pourtant nécessaires. De plus, de grands groupes de distribution et franchises de prêt-à-porter peuvent se permettre de « prolonger » les périodes de soldes en passant sous l'appellation « promotions » ou « ventes privées ». Les commerces indépendants ne peuvent pas s'aligner sur ce qui est proposé dans la durée par leurs concurrents. Ces pratiques pénalisent les commerces de proximité qui s'efforcent pourtant de répondre aux besoins de leur clientèle locale. Ainsi, ces éléments la poussent à l'interroger sur une réflexion quant à la modification des périodes de soldes qui permettrait de revenir à la saisonnalité des ventes ainsi que sur un meilleur encadrement de la concurrence entre les grandes enseignes et les petits commerçants sur le sujet.

### 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.