

SOLDES D'ETE 2023

Inflation : près de 60% des français renoncent à faire les soldes où consacrent un budget moins élevé, soit 17 points en plus qu'en 2021



Le coup d'envoi des soldes sera donné le mercredi 28 juin 2023 pour quatre semaines. Cependant, **60% des Français** entendent renoncer aux soldes ou consacrer un budget moins élevé à leurs achats, dans un contexte étroitement lié à l'inflation. Parmi eux, c'est plus de **66% des moins de 35 ans**, selon les résultats d'un sondage exclusif réalisé par l'Ifop* pour Spartoo, l'un des leaders de la vente d'articles de mode en ligne, en Europe.

- **Des soldes moins attendues que les années précédentes, dans un contexte difficile lié à l'inflation**

En 2023, **27%** des Français déclarent renoncer aux soldes, soit une hausse de 10 points par rapport à 2021. **29%** des Français entendent dépenser un budget moindre par rapport aux années précédentes. Un pourcentage en hausse de 6 points par rapport en 2021. Et si on observe une baisse considérable du pouvoir d'achat des Français en général, cela reste chez les moins de 35 ans que cette chute est la plus marquante. En effet, **66% des moins de 35 ans** renoncent à faire les soldes où déclarent consacrer un budget moins élevé.

3% des Français ont cependant indiqué consacrer un budget plus important aux soldes, pour multiplier les bonnes affaires. Un pourcentage en baisse d'un point, en comparaison à 2021. Enfin **41% des Français** ont déclaré que l'inflation n'aurait aucun impact sur leurs achats, soit un pourcentage en baisse de 13 points.

- **Des prix en hausse selon 92% des Français**

44% des Français perçoivent une augmentation sur les prix des chaussures et des vêtements qui auraient augmenté d'au moins **15% au cours de ces six derniers mois**. 28% pensent que les prix ont augmenté de 10%. Les 18% restants pensent que les prix ont seulement augmenté de 5% où n'ont pas augmenté du tout.

Avec l'arrivée de l'inflation, les Français se raisonnent également sur leurs achats. En effet, **67% des Français vont faire des achats-utiles et non plaisirs**.

- **Un panier moyen en baisse**

Le panier moyen des Français est fixé à **124 euros**. Un chiffre en baisse par rapport aux soldes d'été de 2021 qui s'élevait à 171 euros. Un chiffre à relativiser tout de même, puisque 59% des Français déclarent de ne pas avoir de budget fixe.

Même s'ils sont majoritaires à renoncer aux soldes, les jeunes consommateurs se sont fixés un panier moyen à hauteur de **147 euros**. A noter que les hommes de moins de 35 ans ont le panier moyen le plus élevé, s'élevant à **161 euros**.

- **Internet, l'Eldorado des bonnes affaires**

44% des répondants pensent trouver les meilleures réductions sur internet. En 2021, ils étaient **41%**. Et parmi les meilleures affaires, **59% et 39 % des Français** envisagent d'acheter des vêtements et des chaussures, en priorité, sur internet.

Ce sont d'ailleurs les femmes qui arrivent en tête des achats de chaussures et de vêtements, avec 66% contre 52% des hommes.



- **Spartoo prêt pour le jour J**

" Dans un contexte difficile, nous sommes conscient que le pouvoir d'achat a considérablement baissé. Nous allons mettre tout en oeuvre afin de réduire au maximum l'impact de l'inflation. C'est pourquoi, dès la première semaine de solde, nous nous engageons à faire des rabais pouvant aller jusqu'à -60% sur l'ensemble de nos produits", affirme Boris Saragaglia, PDG et co-fondateur de Spartoo.

**Sondage réalisé par l'ifop à la demande du groupe Spartoo du 5 au 9 juin 2023 sur un échantillon de 1020 personnes représentatifs de la population Française âgée e 18 ans et +.*

A propos du groupe Spartoo

Avec **10 000 marques** et **plus de 1,4 million de références**, Spartoo propose l'un des **plus larges choix d'articles de mode** (chaussures, prêt-à-porter, sacs, décoration) **dans plus de 30 pays en Europe**, grâce à son équipe de plus de 400 collaborateurs de près de 30 nationalités différentes. En 2022, le Groupe réalise une GMV (Gross Merchandise Value) de 209,6 M€ . Disposant par ailleurs d'un savoir faire dans le développement informatique internalisé de ses technologies, d'une plateforme logistique et d'un service après-vente intégrés, Spartoo se distingue par son approche **customer centric**, objectivée par un très haut taux de satisfaction client. La stratégie s'appuie sur les fortes synergies entre le modèle de vente en ligne et les avantages propres aux magasins physiques, qui soutiennent la fidélisation et la notoriété de marque. Capitalisant sur son savoir-faire des métiers de l'e-commerce, Spartoo a également développé une gamme complète de services pour les professionnels.

Plus d'informations sur www.spartoo.com

GROUPE SPARTOO

Julia Blachon
Chargée des relations presse corporate
j.blachon@spartoo.com
+33 6 04 61 24 31
Grenoble, France

