

SOLDES D'HIVER

Pouvoir d'achat en berne : près de 60% des Français envisageraient de renoncer aux soldes ou de consacrer un budget moins élevé



Le coup d'envoi des soldes sera donné le mercredi 10 janvier 2024, pour quatre semaines. Cependant, cette année, elles ne semblent pas être aussi attendues que les années précédentes. En effet, **57%** des Français ont l'intention de renoncer aux soldes ou de consacrer un budget moins élevé à leurs achats, contre **42%** en 2021, et **56%** en juin 2023. Spartoo, l'un des leaders de la vente d'articles de mode en ligne en Europe, présente les résultats d'une enquête exclusive, réalisée par l'IFOP*, sur les habitudes de consommation des Français, en amont des soldes.

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

En ce début d'année 2024, **27%** des Français déclarent renoncer aux soldes, soit une hausse de 8 points par rapport à 2021, et une constante par rapport à juin 2023. **30%** des Français souhaitent consacrer un budget moins élevé à leurs achats, contre **3%** des Français qui préfèrent, quant à eux, réserver un budget plus important, afin de multiplier les bonnes affaires. Enfin, **40%** des Français entendent ne rien changer à leurs habitudes et continuer à faire les soldes, avec le même budget que les années précédentes. C'est 14 points de moins qu'en 2021, et 1 de moins qu'en juin 2023.

Et bien que l'on observe une baisse considérable du pouvoir d'achat des Français en général, ce sont les moins de 35 ans qui semblent le mieux s'en sortir. En effet, **59%** des moins de 35 ans renoncent à faire les soldes où déclarent consacrer un budget moins élevé, ce qui représente une diminution de 7 points par rapport à juin 2023.

- **Un panier moyen en hausse vis-à-vis des soldes d'été 2023**

Pour pallier l'inflation, le panier moyen des Français augmente. En 2024, il s'affiche à **165 euros** (vs 124 euros en en juin 2023). Il reste cependant moins élevé qu'en 2021, à six euros près. C'est chez les moins de 35 ans que le panier moyen est le plus élevé, étant fixé à **229 euros**.

Des chiffres cependant à relativiser puisque **55%** des Français ne se sont pas fixés de budget pour ces soldes.

Cette année encore plus de la moitié des Français feront les soldes par utilité, et non plus par plaisir d'achat. En effet, les achats utiles arrivent en tête avec **69%** des voix, **contre 31%** pour les achats plaisirs.

- **Internet : l'eldorado des bonnes affaires**

46% des répondants pensent trouver les meilleures réductions sur internet. En 2023, ils étaient 43%, en 2021 41%. Parmi les meilleures affaires, **61% et 37 %** des Français envisagent d'acheter des vêtements et des chaussures, en priorité, sur internet.



- **Spartoo s'engage à soutenir le pouvoir d'achat de ses clients lors des soldes d'hiver**

" Dans un contexte difficile, nous sommes conscient que le pouvoir d'achat des Français 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 -50% 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 19 au 20 décembre 2023, sur un échantillon de 1002 personnes représentatif de la population Française âgée de 18 ans et +.

A propos du groupe Spartoo

Avec **10 000 marques** et **plus de 1,5 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 millions d'euros . 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

