

Les soldes

Les soldes



Juin 2010

CRIOC

Centre de Recherche et d'Information
des Organisations de Consommateurs



Agenda

1. Objectifs
2. Méthodologie
3. Taux de participation (soldes d'été et d'hiver)
4. Evolution du taux de participation aux soldes d'été (2006-2009)
5. Profil des acheteurs en solde (soldes d'été)
6. Achats réalisés (soldes d'été et d'hiver)
7. Evolution des achats réalisés pendant les soldes d'été (2006-2009)
8. Profil des acheteurs par type de produit acheté en solde d'été
9. Achat en solde sur Internet
10. Achat en solde à l'étranger
11. Perceptions des soldes
12. Comportements d'achat pendant les soldes
13. Conclusions

Objectifs

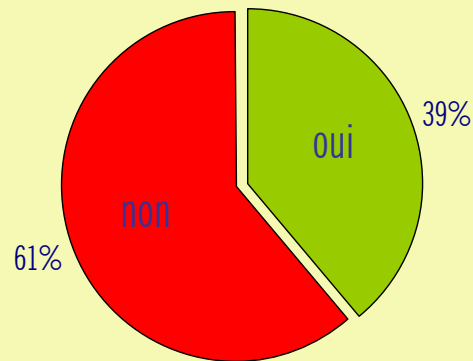
- Mesurer les comportements des consommateurs en matière d'achat en solde (taux de participation, profils des acheteurs, type d'achat).
- Mise en avant des différences de comportements entre les soldes d'été et d'hiver.
- Mise en avant des évolutions dans les comportements pendant les soldes d'été.
- Analyser la perception des soldes et les comportements d'achat particuliers.
- Variables analysées
 - Taux de fréquentation, comportement d'achat, type d'achats réalisés et évolution.
 - Variables sociodémographiques

Méthodologie

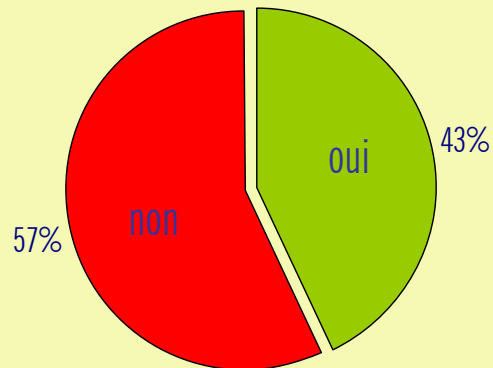
- Étude quantitative
 - Soldes d'été 2009 : 605 interviews quantitatives réalisées en face à face (Belgique) en juillet 2009
 - Soldes d'été 2008 : 611 interviews quantitatives réalisées en face à face (Belgique) en juillet 2008
 - Soldes d'été 2007: 574 interviews quantitatives réalisées en face à face (Belgique) en juillet 2007
 - Soldes d'été 2006 : 576 interviews quantitatives réalisées en face à face (Belgique) en juillet 2006
 - Soldes d'hiver 2009 : 747 Interviews quantitatives réalisées en face à face (Belgique) en janvier 2009
 - Soldes d'hiver 2008 : 639 Interviews quantitatives réalisées en face à face (Belgique) en janvier 2008
 - Soldes d'hiver 2007: 664 interviews quantitatives réalisées en face à face (Belgique) en janvier 2007
 - Soldes d'hiver 2006 : 573 Interviews quantitatives réalisées en face à face (Belgique) en janvier 2006
 - Échantillon aléatoire stratifié redressé.
 - Les résultats ont fait l'objet des traitements statistiques adéquats (χ^2 , Student et loi normale).
 - La marge d'erreur totale sur l'échantillon est de 4,1%.
 - Seuls les résultats significatifs sont présentés. Toutefois, chaque donnée a été analysée en fonction de la localisation (Bruxelles, Flandre, Wallonie), du sexe, de l'âge, de la taille et de la composition du ménage, du type d'habitat, du groupe social, PRA ou non (principal responsable d'achat).

Taux de participation

Soldes d'été (juillet)



Soldes d'hiver (janvier)



➤ Pendant ce mois de (juillet/janvier) avez-vous fait ou comptez-vous faire les soldes?

- Les soldes sont fréquentées par près de quatre consommateurs sur dix en moyenne.
- En 2009, les soldes d'été ont attiré un peu moins de consommateurs que les soldes d'hiver.
- Toutefois, l'analyse des données montre que ce taux moyen connaît des différences importantes selon le type d'achat réalisé et le profil sociodémographique de l'acheteur.

Base : répondants

Evolution de la fréquentation des soldes d'été



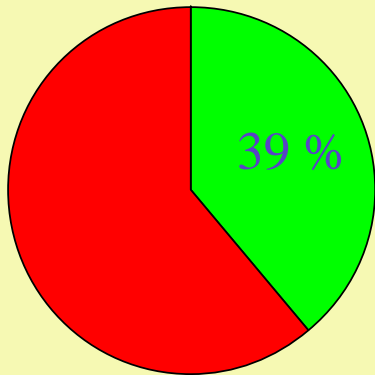
➤ Evolution de la fréquentation des soldes d'été

- Après une diminution en 2008 due à l'impact de la crise, le taux de fréquentation des soldes d'été 2009 revient à un niveau similaire à 2006-2007.

Base : répondants

Les acheteurs en solde d'été : différences par profil

Près de quatre consommateurs sur dix marquent leur intérêt pour des achats en solde



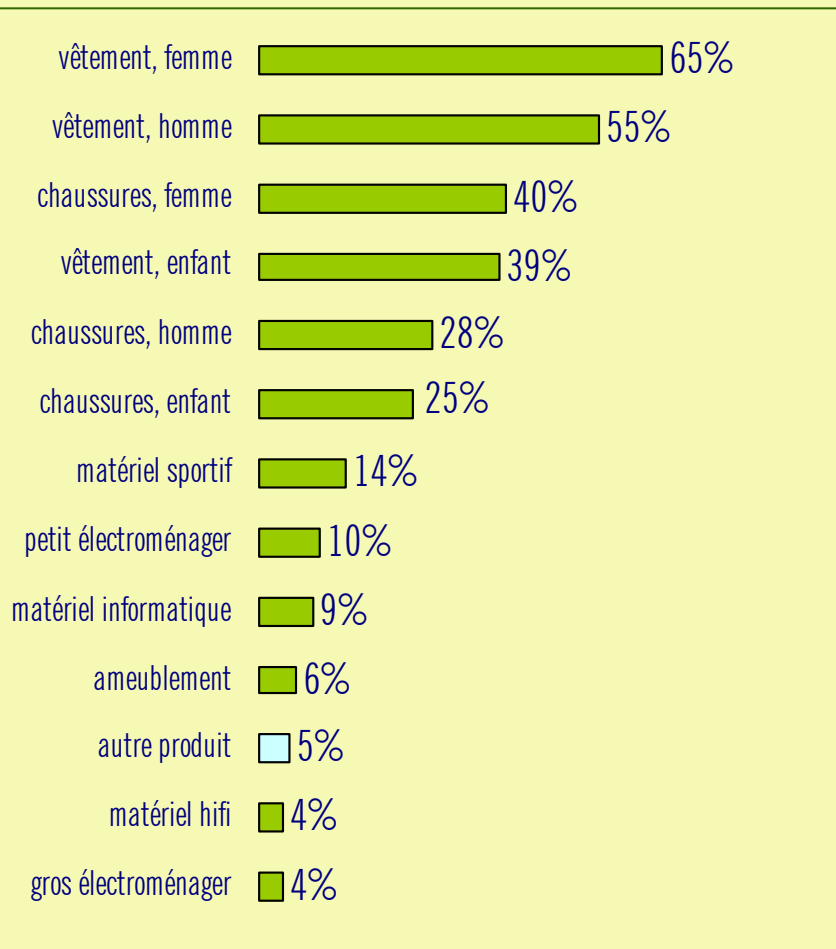
Consommateurs les plus intéressés par les soldes d'été

- Les consommateurs âgés de 30 à 39 ans (52%), les familles avec enfant(s) de 0 à 11 ans (53%) et les consommateurs appartenant aux groupes sociaux supérieurs (53%).

Consommateurs les moins intéressés par les soldes d'été

- Les consommateurs âgés de 65 ans et + (23%).

Achats réalisés pendant les soldes d'été

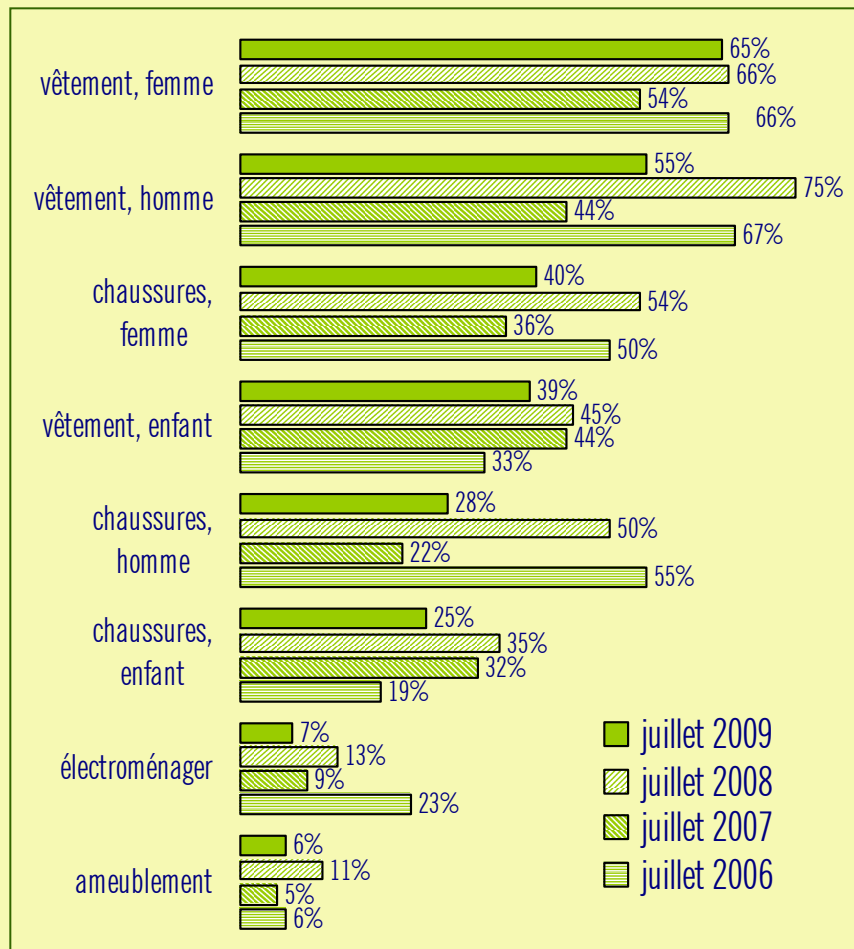


➤ Quels articles achetez-vous en solde en juillet?

- Pendant les soldes d'été, la majorité des achats concerne les vêtements et les chaussures (homme, femme, enfant).
- Un consommateur sur dix y a acheté du matériel sportif, de l'électroménager (petits appareils) ou du matériel informatique.
- L'électroménager (gros appareils), le matériel hifi ainsi que l'ameublement font l'objet d'achats moins importants.

Base : répondants font ou comptent faire les soldes d'été

Evolution des achats réalisés pendant les soldes d'été

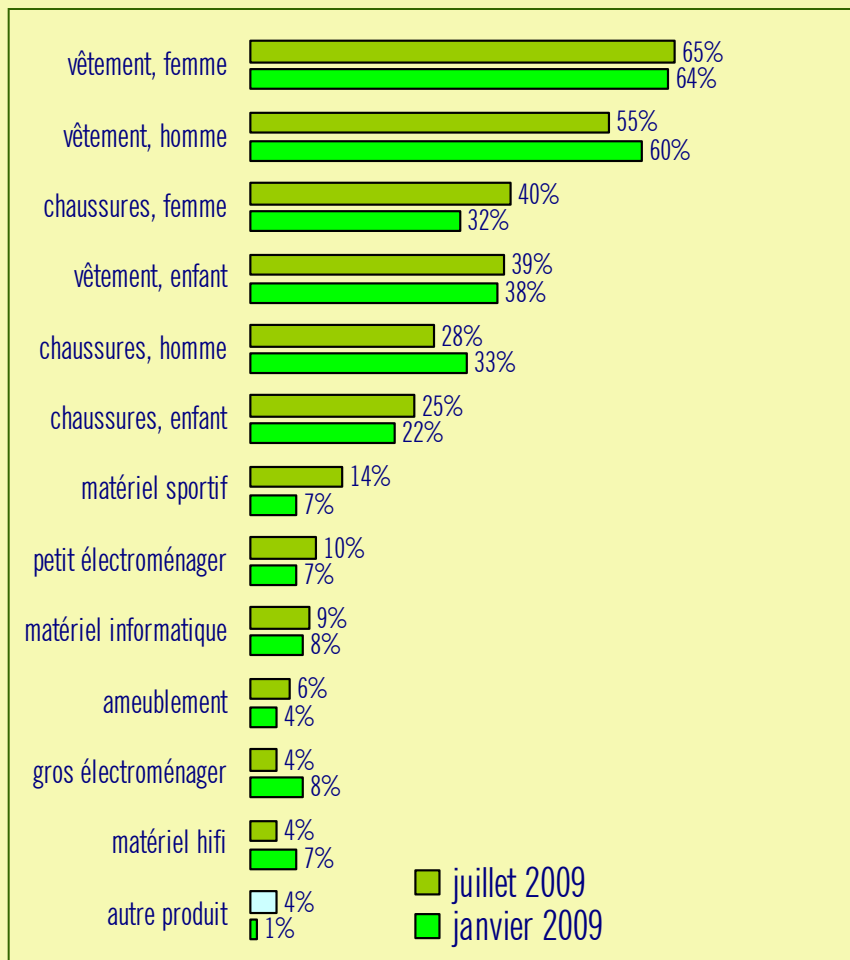


➤ Quels articles achetez-vous pendant les soldes en juillet ?

- A l'exception des vêtements pour femme, l'habillement adulte connaît, comme en 2007, une diminution des ventes.
- Les achats de vêtements et chaussures pour enfant sont en baisse par rapport à 2008.
- L'achat d'électroménagers pendant les soldes d'été est en diminution depuis 2006.
- L'achat de meubles reste marginal pendant les soldes d'été.

Base : répondants font ou comptent faire les soldes d'été

Comparaison des achats réalisés pendant les soldes d'été et d'hiver

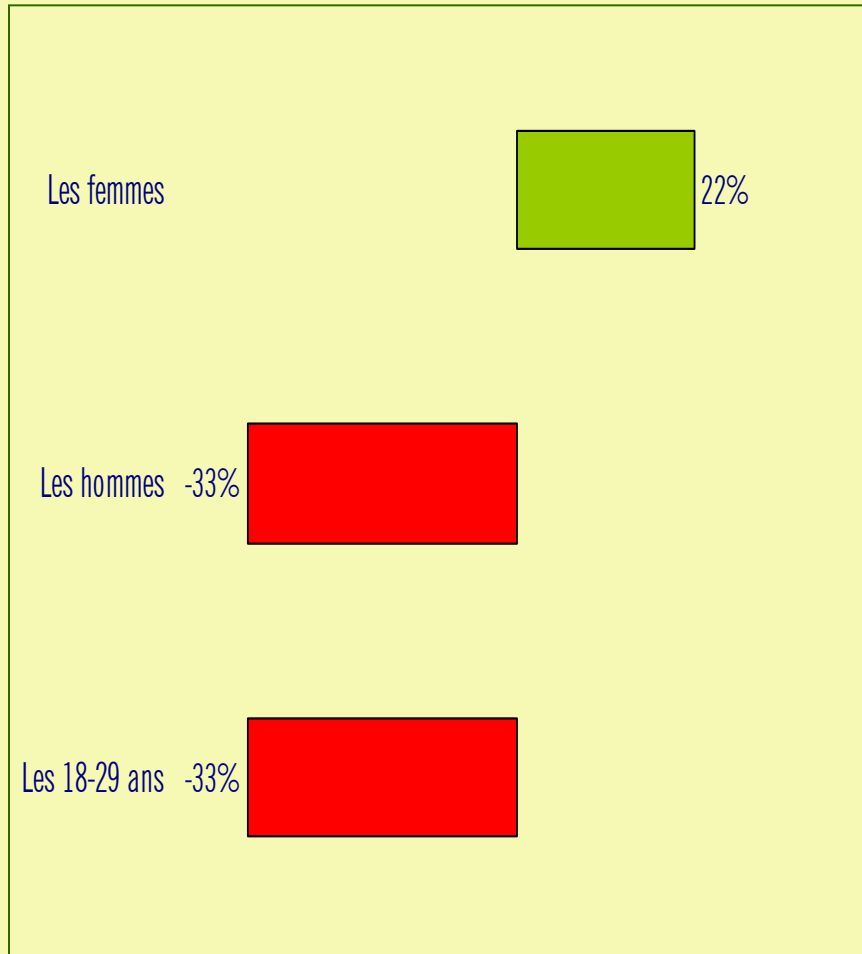


➤ Quels articles achetez-vous pendant les soldes en juillet / en janvier ?

- Pendant les soldes d'été, les achats de chaussures femme et enfant sont plus fréquents que pendant les soldes d'hiver.
- Les achats de vêtements pour femme et enfant sont d'importance similaire que ce soit pendant les soldes d'été ou d'hiver. L'achat de vêtements homme est un peu moins important pendant les soldes d'été
- L'achat de matériel sportif est plus important pendant les soldes d'été, de même que l'achat de petits appareils électroménagers.
- Les achats de matériel informatique et d'ameublement en solde sont d'importance similaire en été et en hiver tandis que le gros électroménager et le matériel hifi sont achetés plus souvent pendant les soldes d'hiver.

Base : répondants qui font ou comptent faire les soldes

Achats en solde de vêtements de femme



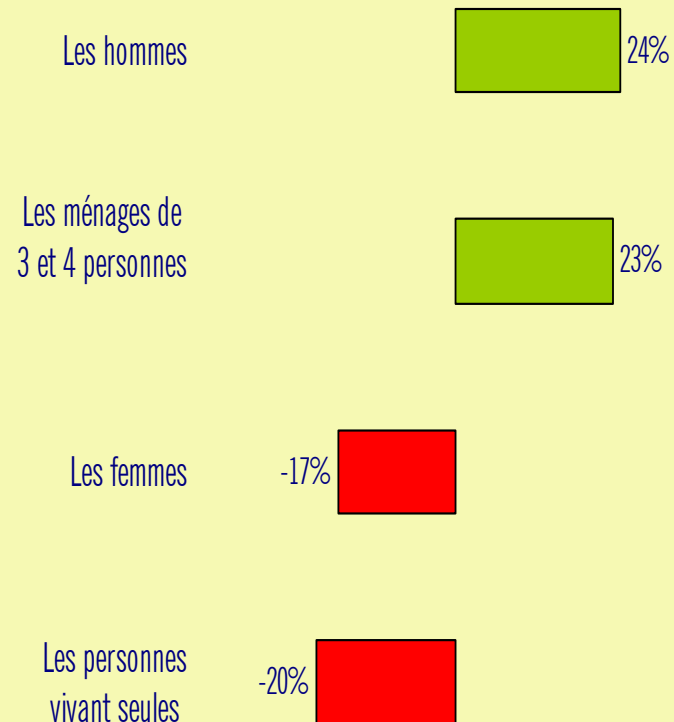
➤ Profil des acheteurs

- Les acheteurs en solde sont plus souvent des femmes.

Analyse sur base du profil de l'acheteur en solde comparé au profil moyen du répondant.

Base : répondants font ou comptent faire les soldes d'été

Achats en solde de vêtements d'homme



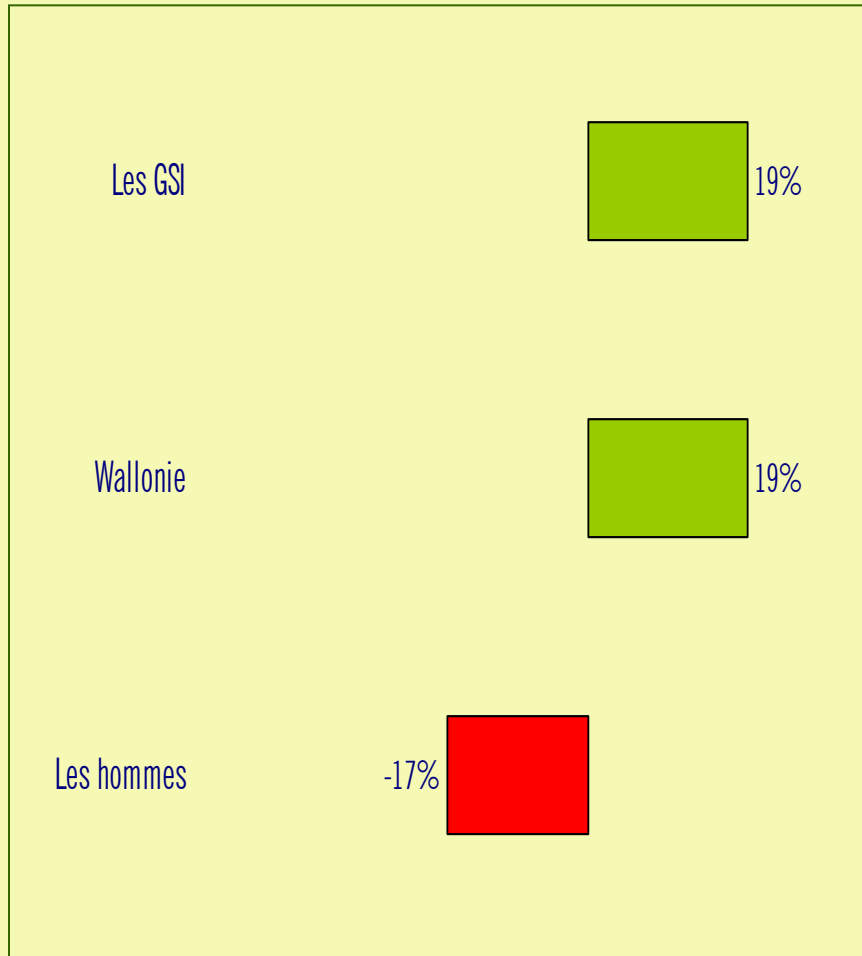
➤ Profil des acheteurs

- Les acheteurs en solde sont plus souvent des hommes issus de ménage de 3 ou 4 personnes.

Analyse sur base du profil de l'acheteur en solde comparé au profil moyen du répondant.

Base : répondants font ou comptent faire les soldes d'été

Achats en solde de chaussures de femme



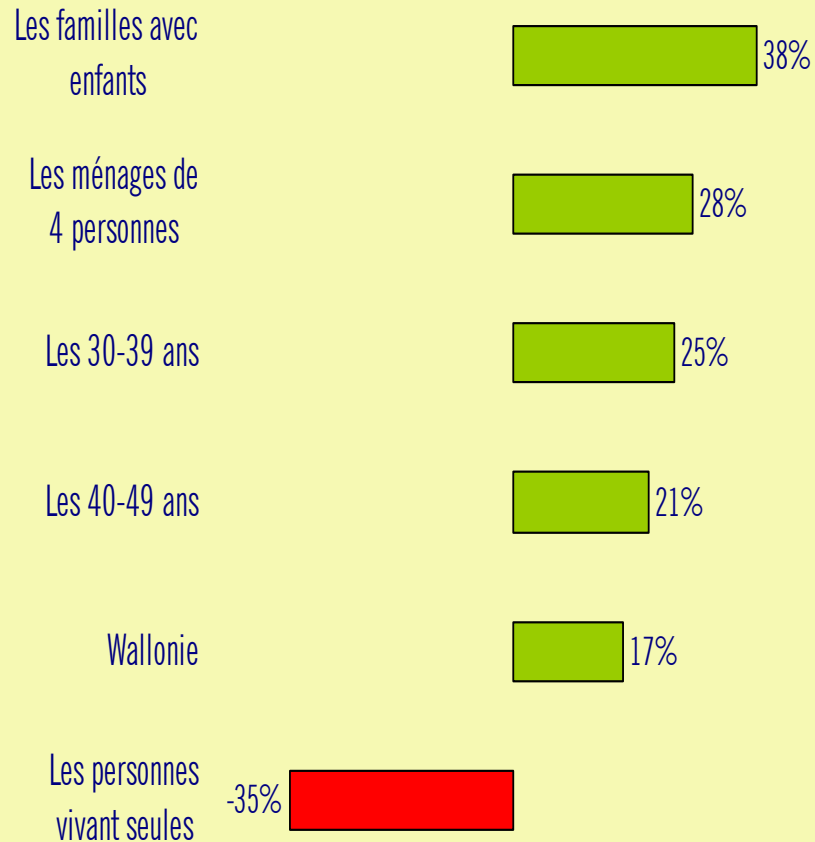
➤ Profil des acheteurs

- Les acheteurs en solde sont plus souvent des consommateurs wallons appartenant aux groupes sociaux modestes.

Analyse sur base du profil de l'acheteur en solde comparé au profil moyen du répondant.

Base : répondants font ou comptent faire les soldes d'été

Achats en solde de vêtements d'enfants



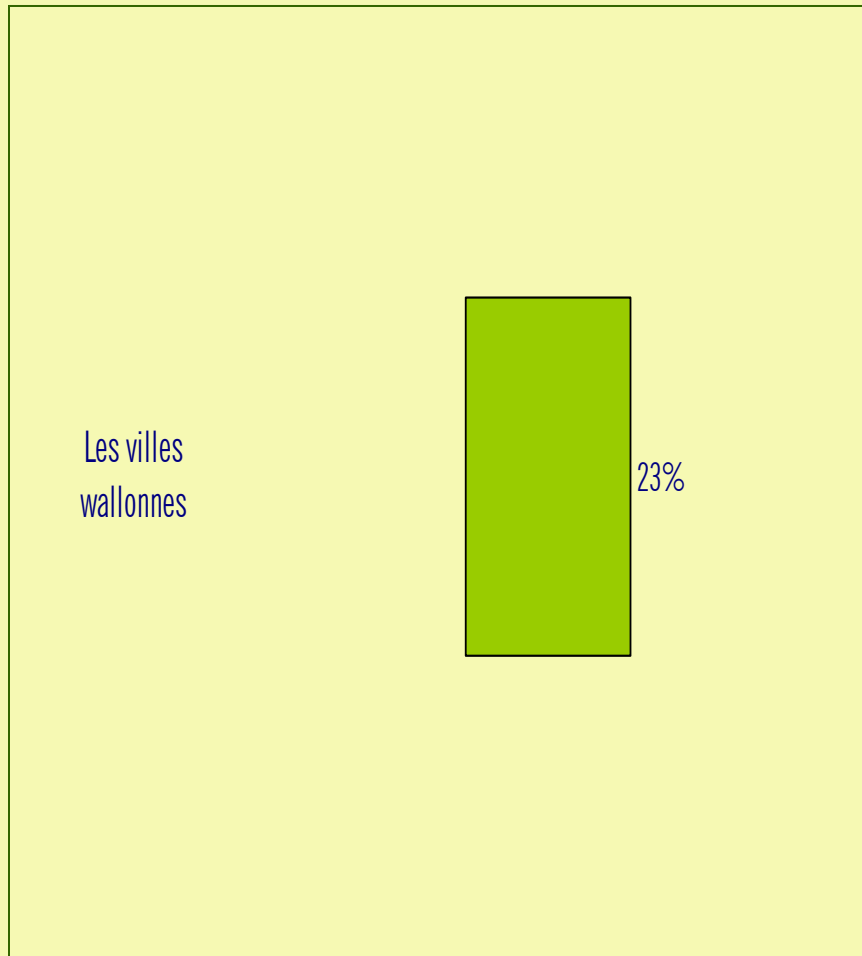
➤ Profil des acheteurs

- Les acheteurs en solde sont plus souvent des consommateurs wallons âgés de 30 à 49 ans issus de ménages de 4 personnes, avec enfant(s).

Analyse sur base du profil de l'acheteur en solde comparé au profil moyen du répondant.

Base : répondants font ou comptent faire les soldes d'été

Achats en solde de chaussures d'homme



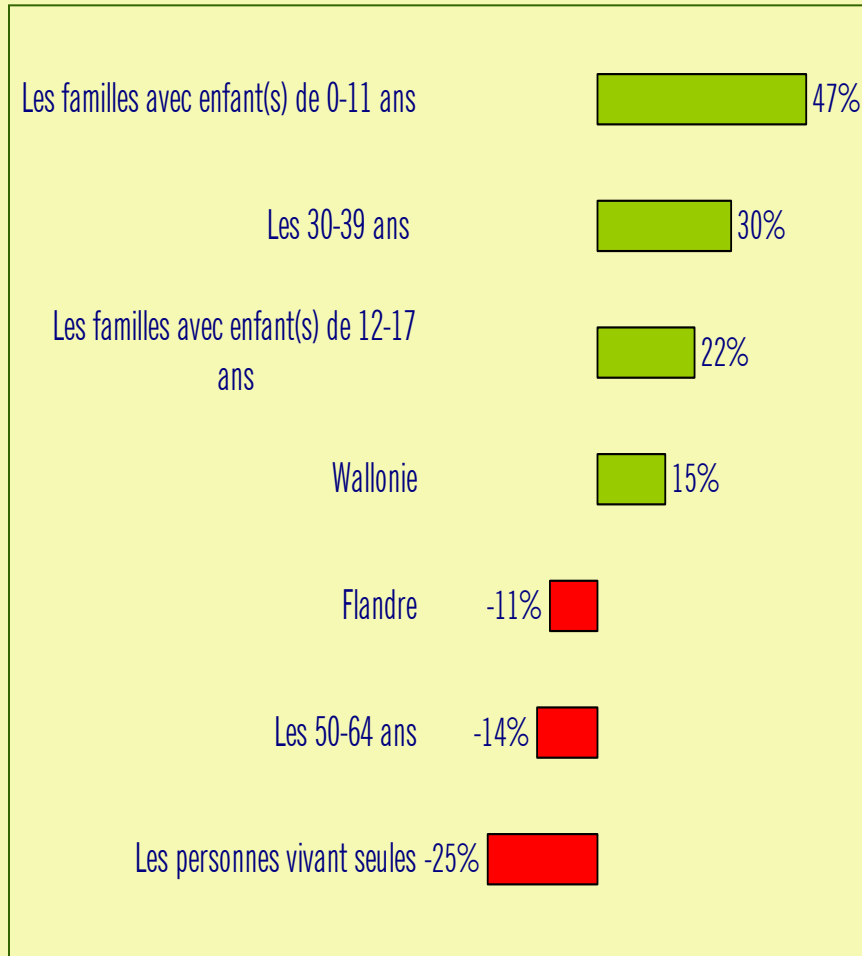
➤ Profil des acheteurs

- Les acheteurs en solde sont plus souvent des consommateurs habitant une ville wallonne.

Analyse sur base du profil de l'acheteur en solde comparé au profil moyen du répondant.

Base : répondants font ou comptent faire les soldes d'été

Achats en solde de chaussures d'enfants



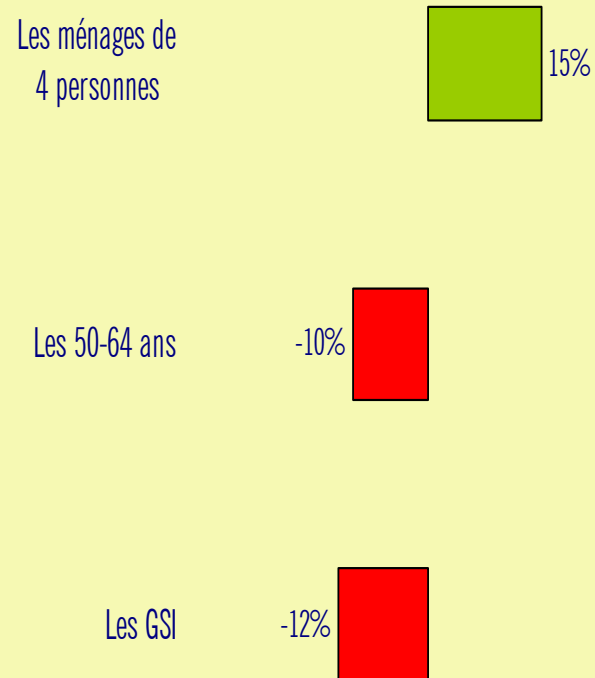
➤ Profil des acheteurs

- Les acheteurs en solde sont plus souvent des consommateurs wallons âgés de 30 à 39 ans faisant partie d'un ménage avec enfant(s).

Analyse sur base du profil de l'acheteur en solde comparé au profil moyen du répondant.

Base : répondants font ou comptent faire les soldes d'été

Achats en solde de matériel sportif



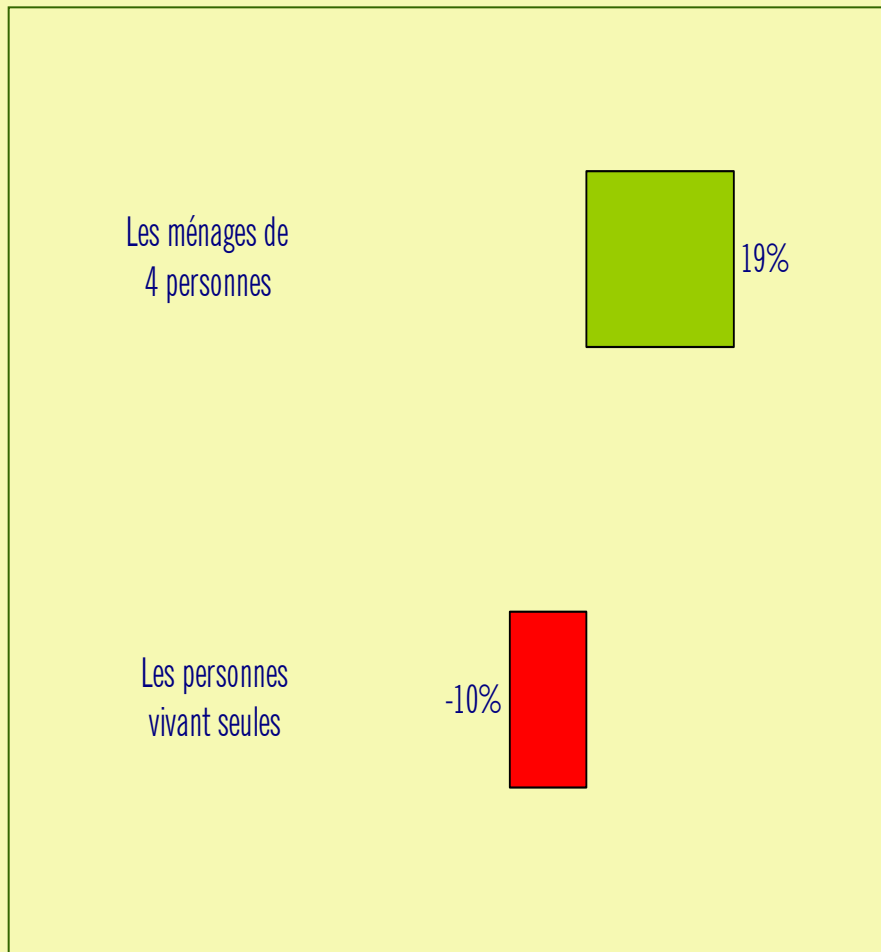
➤ Profil des acheteurs

- Les acheteurs en solde sont plus souvent des consommateurs issus d'un ménage de 4 personnes.

Analyse sur base du profil de l'acheteur en solde comparé au profil moyen du répondant.

Base : répondants font ou comptent faire les soldes d'été

Achats en solde de petit électroménager



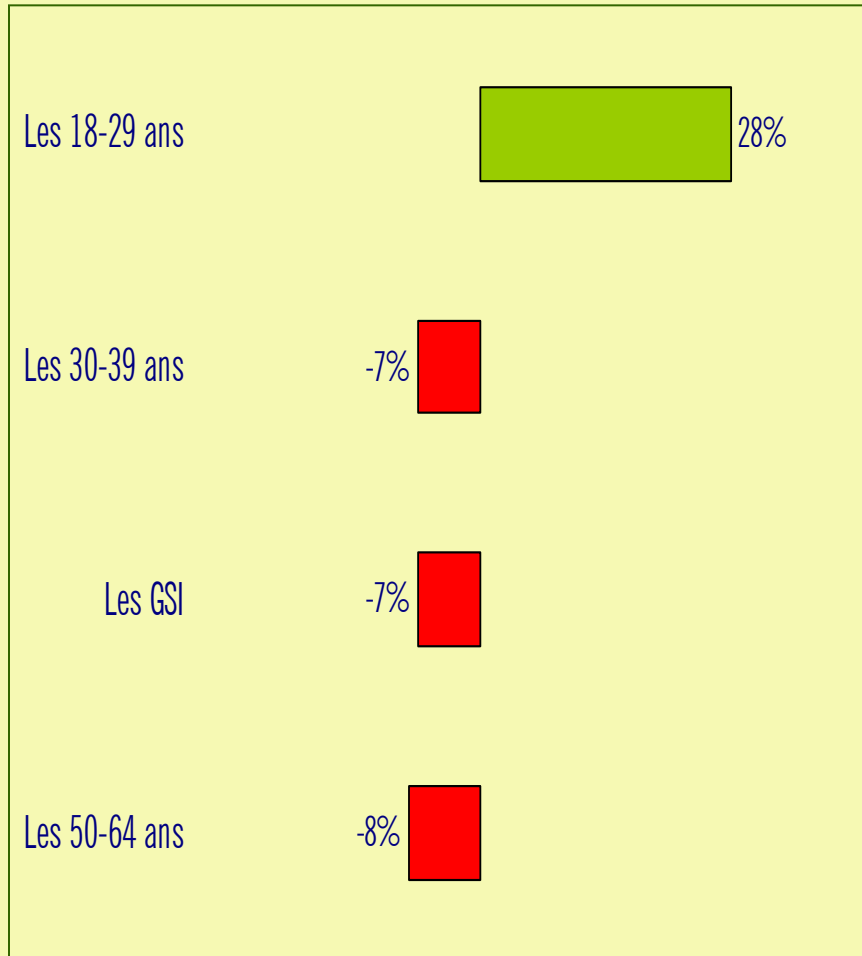
➤ Profil des acheteurs

- Les acheteurs en solde sont plus souvent des consommateurs issus d'un ménage de 4 personnes.

Analyse sur base du profil de l'acheteur en solde comparé au profil moyen du répondant.

Base : répondants font ou comptent faire les soldes d'été

Achats en solde de matériel informatique



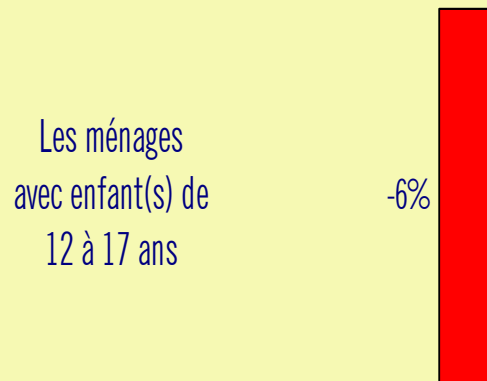
➤ Profil des acheteurs

- Les acheteurs en solde sont plus souvent des consommateurs âgés de 18 à 29 ans.

Analyse sur base du profil de l'acheteur en solde comparé au profil moyen du répondant.

Base : répondants font ou comptent faire les soldes d'été

Achats en solde de meuble



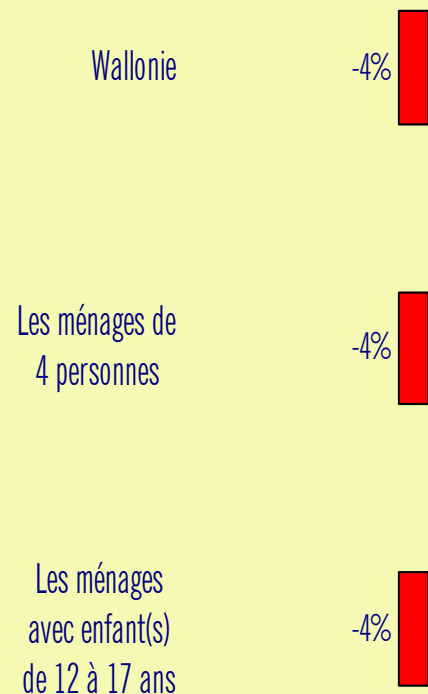
➤ Profil des acheteurs

- Les acheteurs en solde sont moins souvent des consommateurs issus de ménage avec enfant(s) de 12 à 17 ans.

Analyse sur base du profil de l'acheteur en solde comparé au profil moyen du répondant.

Base : répondants font ou comptent faire les soldes d'été

Achats en solde de matériel hifi



➤ Profil des acheteurs

- Les acheteurs en solde sont moins souvent des consommateurs wallons issus de famille de 4 personnes avec enfant(s) de 12 à 17 ans.

Analyse sur base du profil de l'acheteur en solde comparé au profil moyen du répondant.

Base : répondants font ou comptent faire les soldes d'été

Achats en solde de gros électroménager

Les ménages de
4 personnes

-4%



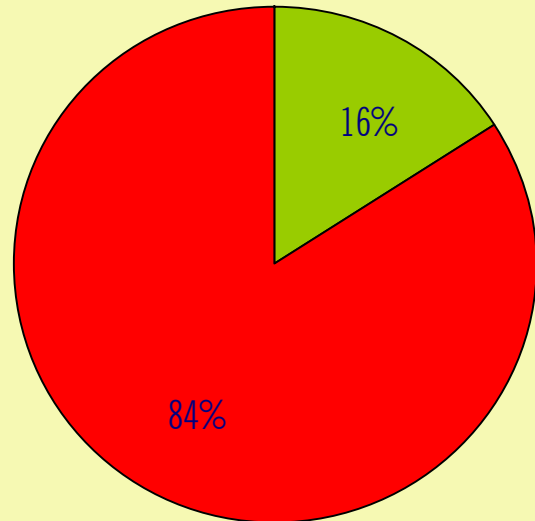
➤ Profil des acheteurs

- Les acheteurs en solde sont moins souvent des consommateurs issus de ménage de 4 personnes.

Analyse sur base du profil de l'acheteur en solde comparé au profil moyen du répondant.

Base : répondants font ou comptent faire les soldes d'été

Achat en solde sur Internet



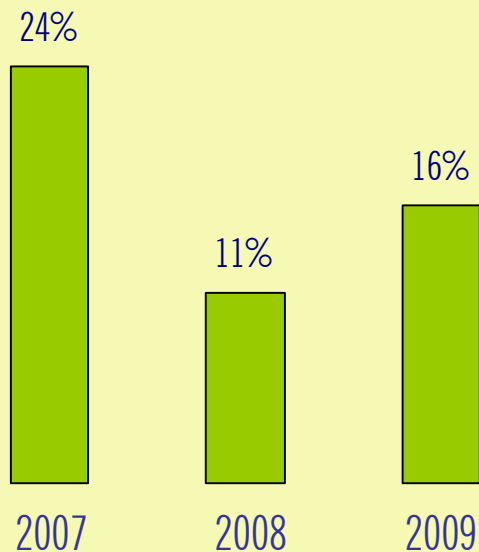
■ Oui ■ Non

➤ Achetez-vous en solde sur Internet?

- Un consommateur sur six déclare acheter en solde sur Internet.
- En particulier, les consommateurs âgés de 18 à 29 ans (36%) et les familles avec enfant(s) de 0 à 11 ans (33%) sont plus nombreux dans ce cas.
- Les consommateurs âgés de 50 ans et + (4%), les personnes vivant seules (4%) et les consommateurs appartenant aux groupes sociaux modestes (4%) sont moins nombreux à acheter en solde sur Internet.

Base : répondants font ou comptent faire les soldes d'été

Achat en solde sur Internet

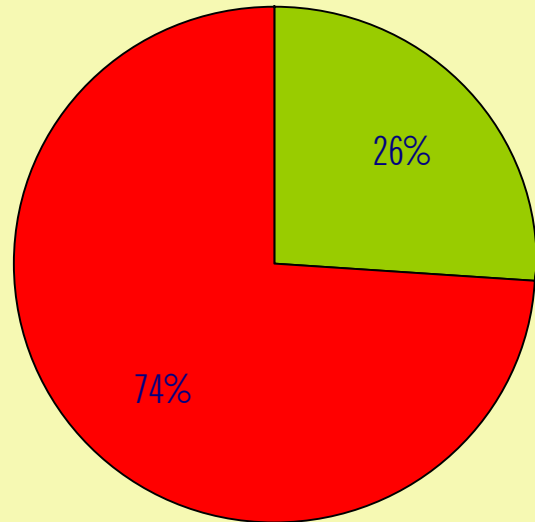


➤ Achetez-vous en solde sur Internet?

- Si entre 2007 et 2008 le nombre de consommateurs ayant acheté en solde sur Internet avait fortement diminué, ce pourcentage remonte en 2009 sans atteindre le niveau de 2007.
- En 2007, il s'agissait souvent d'un premier essai qui n'apparaissait pas comme concluant aux yeux des consommateurs. Deux ans plus tard, l'habitude commence à s'installer.

Base : répondants font ou comptent faire les soldes d'été

Achat en solde à l'étranger



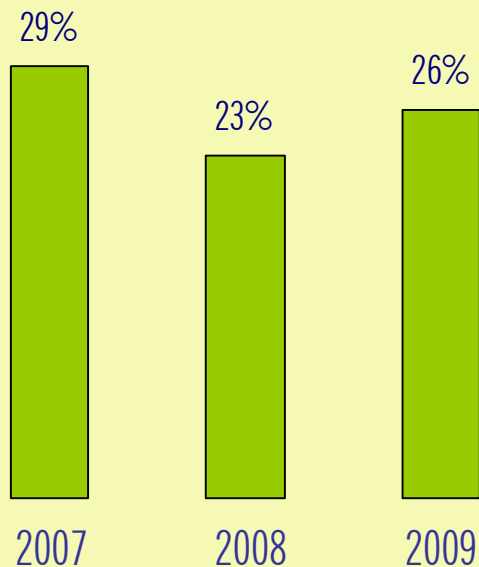
■ Oui ■ Non

➤ Achetez-vous en solde à l'étranger?

- Un consommateur sur quatre déclare avoir déjà réalisé des achats en solde à l'étranger. Cependant, les consommateurs vivant seuls sont moins nombreux dans ce cas (9%).

Base : répondants font ou comptent faire les soldes d'été

Achat en solde à l'étranger

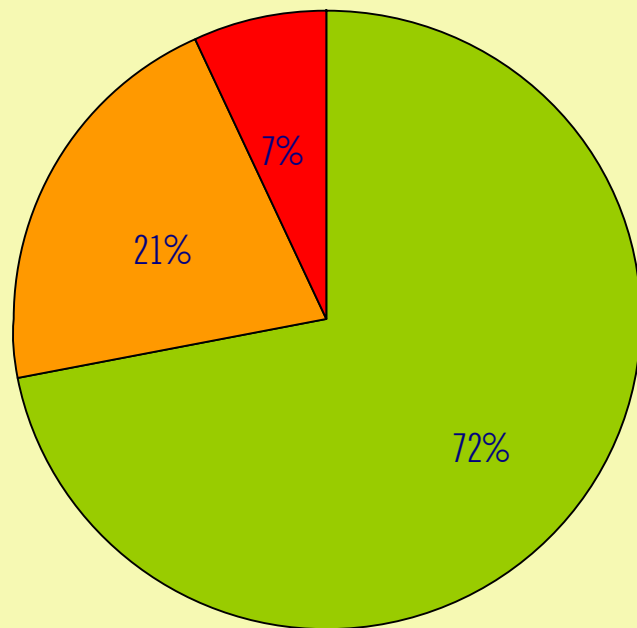


➤ Achetez-vous en solde à l'étranger?

- Si entre 2007 et 2008 le nombre de consommateurs ayant acheté en solde à l'étranger avait sensiblement diminué, ce pourcentage remonte en 2009 mais n'atteint pas le niveau de 2007.
- En 2007, il s'agissait souvent d'un premier essai qui n'apparaissait pas comme concluant aux yeux des consommateurs. Deux ans plus tard, l'habitude commence à s'installer.

Base : répondants font ou comptent faire les soldes d'été

Perceptions des soldes



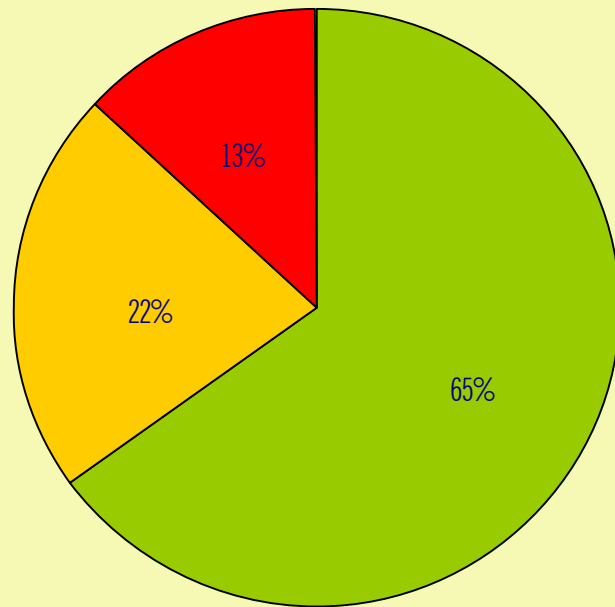
■ Oui, certainement ■ Oui, peut-être ■ Non

➤ Pour vous en tant que consommateur, diriez-vous que les soldes sont une période au cours de laquelle on peut faire de bonnes affaires?

- Sept consommateurs sur dix ont une perception positive des soldes : ils sont convaincus que c'est une période au cours de laquelle on peut faire de bonnes affaires. En particulier, les Francophones (83%) et les familles avec enfant(s) de 0 à 11 ans (85%) sont plus nombreux à en être convaincus. Par rapport à 2007, la proportion de personnes convaincues de l'intérêt des soldes a fortement augmenté (de 34% à 72%).
- Un consommateur sur cinq est plus dubitatif : il n'est pas convaincu que solde rime toujours avec bonne affaire. Par rapport à 2007, la proportion de personnes ayant des doutes quant à l'intérêt des soldes est en diminution (de 51% à 21%).
- Moins d'un consommateur sur dix a une perception négative des soldes. Pour eux, les soldes ne sont pas une période où l'on fait de bonnes affaires.

Base : répondants

Perceptions des soldes



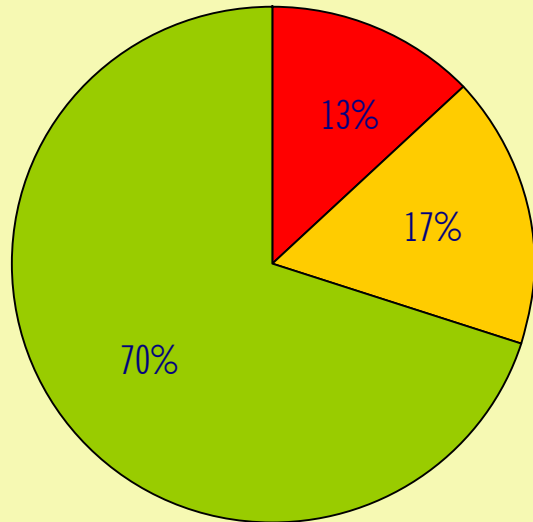
■ Oui, certainement ■ Oui, peut-être ■ Non

➤ Pour vous en tant que consommateur, diriez-vous que les soldes sont une période où il faut être attentif pour ne pas se faire avoir ?

- Deux consommateurs sur trois estiment qu'il faut rester attentif pendant les soldes pour ne pas se faire avoir, ne pas se faire arnaquer. Les femmes (75%), les consommateurs de 40 à 49 ans (88%), les familles avec enfant(s) de 12 à 17 ans (81%) et les groupes sociaux moyens (72%) se montrent encore plus suspicieux pendant cette période.
- La propension des consommateurs à être suspicieux pendant les soldes s'accroît depuis 2007 (de 71% en 2007 à 87% en juillet 2009). Un consommateur sur huit pense que les soldes ne sont pas synonyme d'arnaques.

Base : répondants

Comportements d'achat



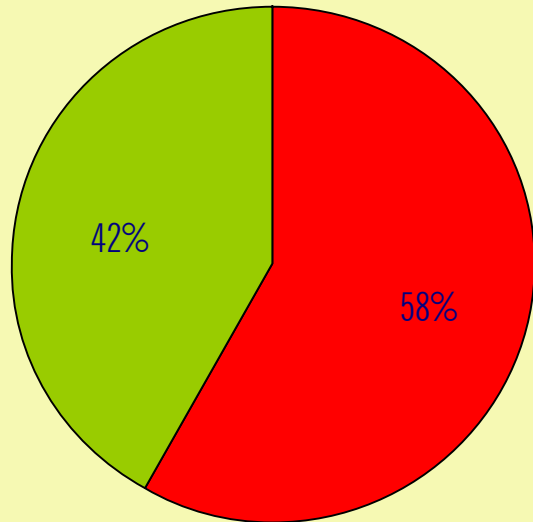
■ Oui, certainement ■ Oui, peut-être ■ Non

➤ Pour vous en tant que consommateur, diriez-vous que pendant les soldes vous dépensez plus que votre budget de départ ?

- Sept consommateurs sur dix déclarent contrôler, ne pas dépasser le budget qu'ils se sont fixés au départ pendant les soldes.
- Un consommateur sur trois déclare dépasser son budget de départ pendant les soldes. Ce comportement a augmenté entre 2007 et 2009 (de 19% en 2007 à 30% en 2009).

Base : répondants

Comportements d'achat



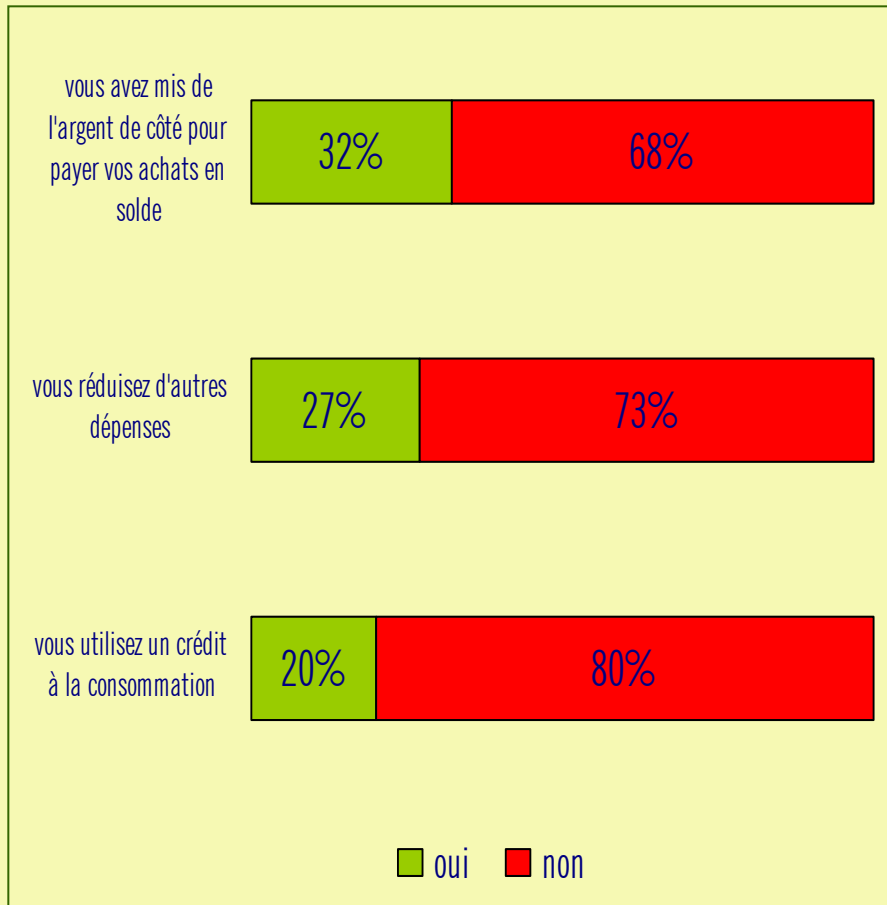
- vous l'achetez dès que vous l'avez trouvé sans attendre les soldes
- vous repérez le produit et vous attendez les soldes pour bénéficier d'un prix réduit.

➤ En général, lorsque vous souhaitez acheter un vêtement, des chaussures, de la maroquinerie, ... ?

- Quasi six consommateurs sur dix n'attendent pas la période des soldes pour acheter les vêtements, chaussures, etc. dont ils ont besoin. Ce comportement est plus fréquent parmi les hommes (82%), les ménages de 2 personnes (74%) et les consommateurs habitant les villes flamandes (72%).
- Quatre consommateurs sur dix préfèrent attendre les soldes pour bénéficier d'un meilleur prix lorsqu'ils doivent acheter ce type de produits. Par rapport à 2007, de plus en plus de consommateurs attendent les soldes pour leurs achats (de 19% en 2007 à 42% en 2009).

Base : répondants

Comportements d'achat



➤ En général, lorsque vous faites les soldes, pour payer vos achats... ?

- Un consommateur sur trois met de l'argent de côté en prévision des soldes.
- Trois consommateurs sur dix réduisent d'autres dépenses afin de payer leurs achats en solde.
- Un consommateur sur cinq déclare recourir au crédit à la consommation lors des soldes.

Base : répondants

Conclusion

Soldes d'été : une fréquentation en hausse mais des achats en baisse

- Les soldes d'été 2009 ont connu un taux de fréquentation en croissance par rapport à 2008 pour revenir à un niveau similaire à 2007. Cependant, à l'exception des vêtements pour femme, les achats réalisés pendant les soldes d'été 2009 sont en diminution par rapport à 2008.
- En moyenne, près de quatre consommateurs sur dix ont réalisé des achats durant les soldes d'été 2009. Mais les soldes n'attirent pas de la même façon toutes les tranches de la population. Le profil type de l'acheteur en solde en été est une consommatrice âgée de 30 à 39 ans plutôt aisée et faisant partie d'une famille avec enfant(s) en bas âge.
- Des différences apparaissent entre les achats réalisés durant les soldes d'été et d'hiver. Les vêtements restent les articles les plus achetés en solde quelle que soit la période de l'année. Mais, pendant les soldes d'été, l'achat de chaussures femme et enfant, de matériel sportif et de petit électroménager est plus important.

Conclusion

Les soldes sur Internet et à l'étranger

- Un consommateur sur six a acheté en solde sur Internet en 2009. Cette proportion est en croissance par rapport à 2008 mais n'atteint le niveau de 2007. Sur Internet, les craintes liées aux problèmes qui peuvent subvenir lors du paiement et de la livraison restent des freins importants chez le consommateur.
- Un quart des consommateurs ne se cantonne pas à visiter les magasins en Belgique durant les soldes mais n'hésite pas à passer la frontière pour réaliser de bonnes affaires à l'étranger.

L'image des soldes : un nid à « bonnes affaires » si l'on reste vigilant

- Le nombre de consommateurs convaincus de l'intérêt des soldes est en augmentation. Sept consommateurs sur dix sont convaincus que c'est une période au cours de laquelle on peut faire de bonnes affaires. La crise a remis plus que jamais le prix au centre de la décision d'achat, ce qui peut expliquer ce regain d'intérêt.
- Cependant, ils sont également plus nombreux (87% en 2009 VS 71% en 2007) à estimer devoir se montrer attentifs durant cette période afin d'éviter les arnaques.

Conclusion

Un comportement d'achat pendant les soldes en évolution

- Ils sont de plus en plus nombreux à attendre les soldes pour acheter des vêtements, chaussures, maroquinerie,... (de 19% en 2007 à 42% en 2009).
- Pour financer ses achats en solde, un consommateur sur trois met de l'argent de côté en prévision des soldes. Trois consommateurs sur dix réduisent d'autres dépenses afin de payer leurs achats en solde et un consommateur sur cinq a recours aux crédits à la consommation lors des soldes.
- Si sept consommateurs sur dix déclarent contrôler/ne pas dépasser leur budget pendant les soldes, un consommateur sur trois n'y parvient pas et dépasse le budget qu'il s'était fixé au départ pour ses achats en solde.
- Ne pas réussir à contrôler son budget est un comportement qui s'est fortement accentué entre 2007 et 2009. Le consommateur qui a tendance à attendre de plus en plus la période des soldes pour acheter et le sentiment, la peur de manquer peuvent parfois pousser à une frénésie d'achat.

Editeur Responsable :
Marc Vandercammen

CRIOC
Fondation d'utilité publique
Boulevard Paepsem, 20 - 1070 BRUXELLES
Tél. 02/547.06.11 - Fax. 02/547.06.01
www.crioc.be
NE 417541646

Édition 2010
Réf. Catalogue : 707-10
D 2010-2492-77

Prix : 35 €

©CRIOC Reproduction autorisée à des fins non-commerciales moyennant mention des sources