

Pour ou contre la multiplication des soldes ?

« Multiplier les soldes pendant l'année. » En lançant cette idée, le ministre de l'Economie, Thierry Breton, a déclenché un tollé chez les petits commerçants. Réactions dans l'Essonne.

Un joli tollé. La proposition, faite dimanche 8 janvier par Thierry Breton, de « multiplier les périodes de soldes dans l'année, n'a pas manqué de susciter la polémique. Y compris au sein même du gouvernement. Son collègue chargé du Commerce et des PME, Renaud Dutreil, estime que « deux périodes de soldes par an est un bon rythme (...), ça mobilise les consommateurs ». Et le ministre d'enfoncer le clou : « Nous ne pouvons pas en France multiplier les ventes à perte, ou on risque de voir le petit commerce disparaître. Est-ce que nous voulons importer le modèle anglo-saxon ? Non. » En réponse, le patron de Bercy a rappelé que « tous les grands pays du monde ont modernisé leurs soldes » : Allemagne, Angleterre, Italie... « Et nous, on n'aurait pas le droit de poser des questions ? » Des réponses, les acteurs locaux du commerce en ont. Ainsi la Chambre de commerce et d'industrie de l'Essonne (CciE) ne soutient-elle pas la proposition du ministre de l'Economie. « La concurrence est déjà tellement rude, les marges déjà suffisamment restreintes : les commerçants de proximité ne pourraient pas tenir », estime son président Gérard Huot. Selon lui, seules les grandes enseignes, les réseaux de franchise, auraient les reins suffisamment solides pour vendre massivement et régulièrement à perte. « Le commerce de proximité n'est pas un décor, mais un acteur économique à part entière,

REMBOURSABLE OU ÉCHANGEABLE

« Les limitations de garantie sur les soldes sont illégales. Un article soldé bénéficie des mêmes garanties en matière de défauts de fabrication non apparents ou de service après-vente que tout article », rappelle la Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes. La DGCCRF est formelle : en cas de vice caché, le vendeur est tenu de remplacer l'article ou de le rembourser. S'il n'y a pas de vice caché, le commerçant n'est pas tenu de le faire, si ce n'est à titre commercial.

• Plus d'informations sur www.minefi.gouv.fr



Trop de soldes peuvent-elles nuire aux soldes ? Le débat est ouvert.

facteur de la cohésion territoriale. On ne peut pas lui demander d'assumer ce rôle tout en lui retirant les moyens de vivre », ajoute le responsable de la chambre consulaire, qui assure comprendre l'intérêt pour le consommateur d'une telle mesure. Mais au bout du compte, « deux périodes de soldes dans l'année, cela suffit. »

« LES CLIENTS NE S'Y RETROUVERAIENT PAS »

Même opinion du côté du président de l'Association des commerçants du centre commercial Evry 2, Franck Dubreuil. « Les soldes sont un moment privilégié entre le commerce et les consommateurs. C'est leur côté rare qui en font le succès. Multiplier les soldes reviendrait à faire perdre à cet événement commercial son caractère exceptionnel et à engendrer un phénomène d'illusion quant à la bonne affaire. » Le bijoutier est formel : « Avec des soldes toute l'année, les clients ne s'y retrouveraient pas. La réglementation des soldes impose des contraintes de calendrier, de signalétique... mais ce sont ces contraintes qui en font le succès. » En résumé, trop de soldes tueraient les soldes. En revanche, le commerçant reste favorable à l'usage des promotions, utiles pour maintenir une « dynamique commerciale » tout au long de l'année. « Les promotions ne sont pas des soldes, rappelle M. Dubreuil, puisque les soldes constituent le seul moment de l'année où l'on a le droit de vendre à perte. » Ce qui n'est pas le cas de la promotion. L'intérêt du public pour les soldes est tel que ceux-ci peuvent représenter jusqu'à 30 % du chiffre d'affaires annuel des commerçants. Côté clients, l'idée de multiplier les soldes rencontre

un écho nettement plus favorable. « Si d'autres pays l'ont fait, pourquoi pas nous ?, s'interroge Lucie, 24 ans, les mains plongées dans un bac à fouille. Déjà qu'avec l'euro, on a perdu du pouvoir d'achat, alors si on peut le rattraper avec les soldes, moi, je suis pour !... » Sa copine Chantal, les mains encombrées de porte-manteaux lestés de chemisiers, partage cet avis : « Peut-être qu'il ne faut pas multiplier les soldes, mais une troisième, voire une quatrième période dans l'année serait la bienvenue. Une par saison, comme ça tous les stocks seraient écoulés et les commerçants ne se plaindraient pas ! » Au rayon informatique, Gérard, 50 ans, a également son avis sur la question. « Plus de soldes sur l'informatique, ce serait logique. Le matériel se démode tellement vite... Et d'une année à l'autre, votre matériel a déjà perdu de sa valeur. Cela dit, je comprends la position des commerçants. Ils ne peuvent pas vendre toute l'année à perte, ou alors ils n'ont plus qu'à mettre la clé sous la porte. Il faut trouver un terrain d'entente. Ce serait un bon moyen de relancer la consommation, donc l'économie. » Ouvertes depuis mercredi 11 janvier, les soldes dureront six semaines, comme l'impose la loi. Au centre commercial, l'ouverture a déclenché un rush dans les rayons, notamment dimanche dernier, jour exceptionnel d'ouverture à Evry 2. Puis l'engouement devrait s'estomper : comme tous les ans, les meilleures occasions seront passées, mais la deuxième démarque des prix devrait permettre de vider les derniers stocks. Jusqu'au dernier moment, il y aura des affaires à faire.

Le saviez-vous ?

Que sont les soldes ?

Les soldes sont des ventes accompagnées ou précédées de publicités et annoncées comme tenant, par une réduction de prix, à l'écoulement accéléré de marchandises en stock. Ces marchandises doivent avoir été proposées à la vente au moins un mois avant la date de début de la période des soldes. Ces périodes sont limitées à deux par an, d'une durée maximale de six semaines chacune. Les dates sont fixées par les préfets, après consultation des professionnels, ou peuvent être harmonisées au plan national.

Quelles différences entre remise, rabais et ristourne ?

- rabais : diminution faite sur le prix d'une marchandise pour compenser un défaut de qualité.
- remise : diminution de prix accordée sur un achat, généralement en gros, exprimée en pourcentage.
- ristourne : réduction consentie à un client par un commerçant, exprimée en valeur numéraire.