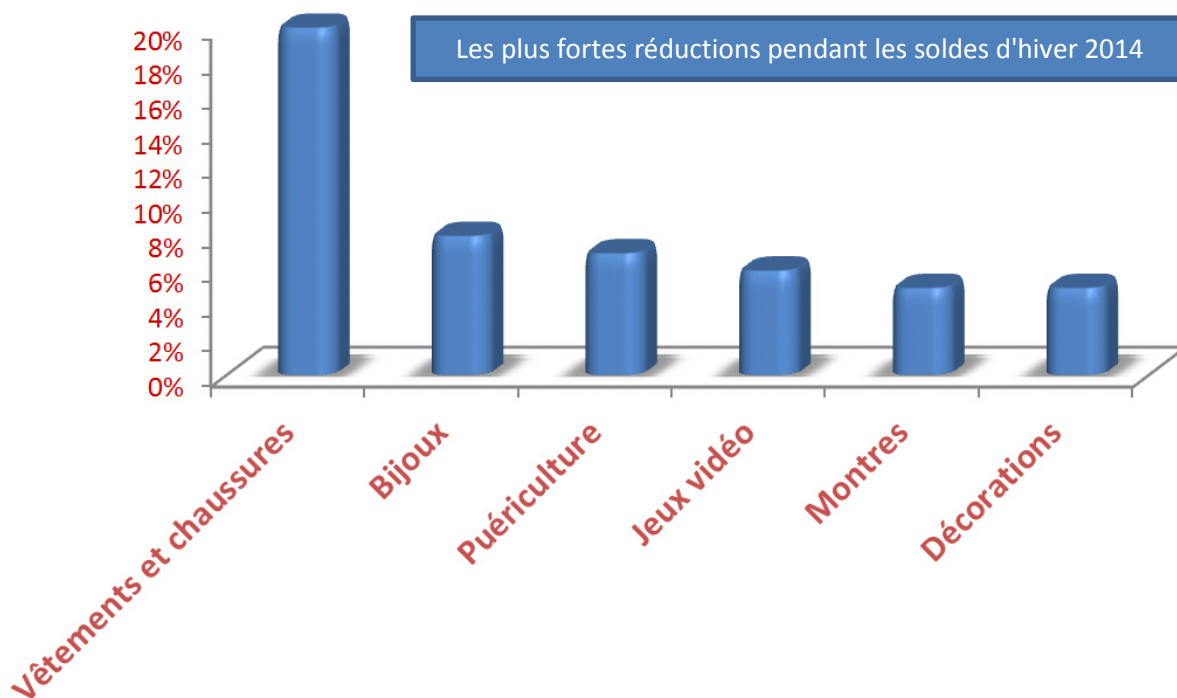


La vérité sur les soldes, selon FrancePrix.fr

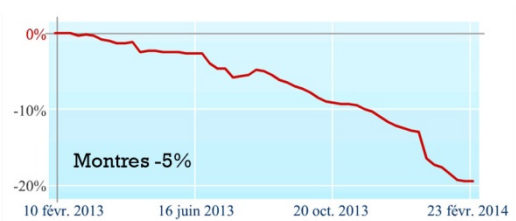
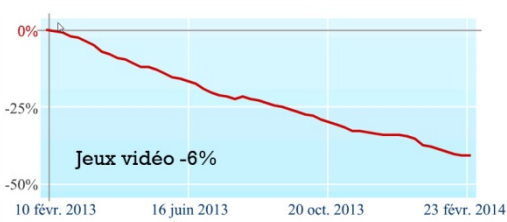
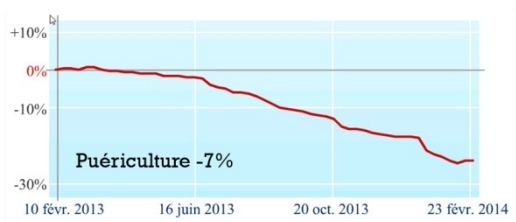
Portail de consommation indépendant, FrancePrix.fr a analysé l'évolution des prix lors des dernières 12 mois afin de vérifier le mythe des soldes. Cette année, les soldes n'ont pas été précédées par une augmentation des prix. Donc, pour la plupart des catégories des produits, les réductions ont été des vraies réductions.



Les français sont assez méfiants à l'égard des réductions, mais cela ne les empêche pas de nourrir l'espérance qu'ils peuvent avoir la chance d'un bon prix lors des soldes. C'est le résultat des deux sondages menés par www.FrancePrix.fr. Celui réalisé entre le 31 décembre 2013 et le 31 janvier 2014, indique que 60% des 3.154 participants ne font pas confiance aux réductions proposées par les magasins pendant les soldes. L'autre, auquel ont répondu 3.448 personnes entre le 29 novembre 2013 et le 2 janvier 2014, nous informe que 91% des français sont tenté d'attendre la période des soldes pour faire du shopping.

La période des soldes d'hiver finie, on peut faire l'analyse de l'évolution des prix et la juxtaposer sur l'opinion générale. La conclusion est que cette année les réductions ont été des vraies réductions. Selon les statistiques des dernières 12 mois du comparateur des prix FrancePrix.fr, il y a eu beaucoup

de catégories des produits qui n'ont pas connu des augmentations plus ou moins importantes entre septembre 2013 et novembre 2013, pour avoir des réductions en janvier-février 2014. Donc les français ont eu des réductions réelles, c'est-à-dire des réductions qui n'ont pas été précédées par des augmentations, pour les chaussures (28%), les bijoux (8%), la puériculture (7%), les jeux vidéo (6%), les montres (5%) et les décorations (5%). Évidemment, il s'agit des catégories des produits à l'intérieur desquels on peut retrouver des marques qui ne respectent pas la règle.



D'un autre côté, il y a des catégories des produits non affectés par les réductions entre le 8 janvier et le 11 février. Il s'agit surtout de l'informatique, de santé et beauté et de fournitures de bureau. Encore une fois, il y a eu des marques et des sous-catégories avec d'autres évolutions, mais la tendance générale de ces grandes catégories reste.

En fin, les statistiques des FrancePrix.fr enregistrent aussi des catégories pour lesquels les soldes n'ont entraîné des réductions, mais par contre des petites augmentations de prix. C'est le cas de des lunettes, des composants de réseaux et des serveurs.

« C'est tout à fait normal qu'on a aussi des réductions que des augmentations lors des soldes, car finalement le prix est créé tout le temps de l'année par le rapport entre l'offre et la demande. Bien sûr, il ne faut pas oublier que le stockage peut s'avérer plus cher que la réduction qui entraîne la vente immédiate, pour les produits saisonniers. » déclare Philippe Hubert, directeur marketing de FrancePrix.fr. « Quand même, on peut remarquer que cette année la nécessité de cash a obligé plusieurs acteurs de l'industrie de ne pas jouer aux faux réductions », conclut Philippe Hubert.

Acteur majeur du e-commerce, www.FrancePrix.fr a été lancé en 2010. FrancePrix.fr permet de comparer le prix des produits à partir de sa propre sélection, offrant en même temps un historique des évolutions des prix et une prédiction des ceux-ci.



Notes aux éditeurs :

[1] Les sondages de FrancePrix.fr sont disponibles à <http://www.franceprix.fr/page/sondages>

[2] Le communiqué en format PFD est disponible à <http://static.franceprix.fr/uploads/assets/veritesoldes2014.pdf>