

Le soleil booste les soldes d'été 2015

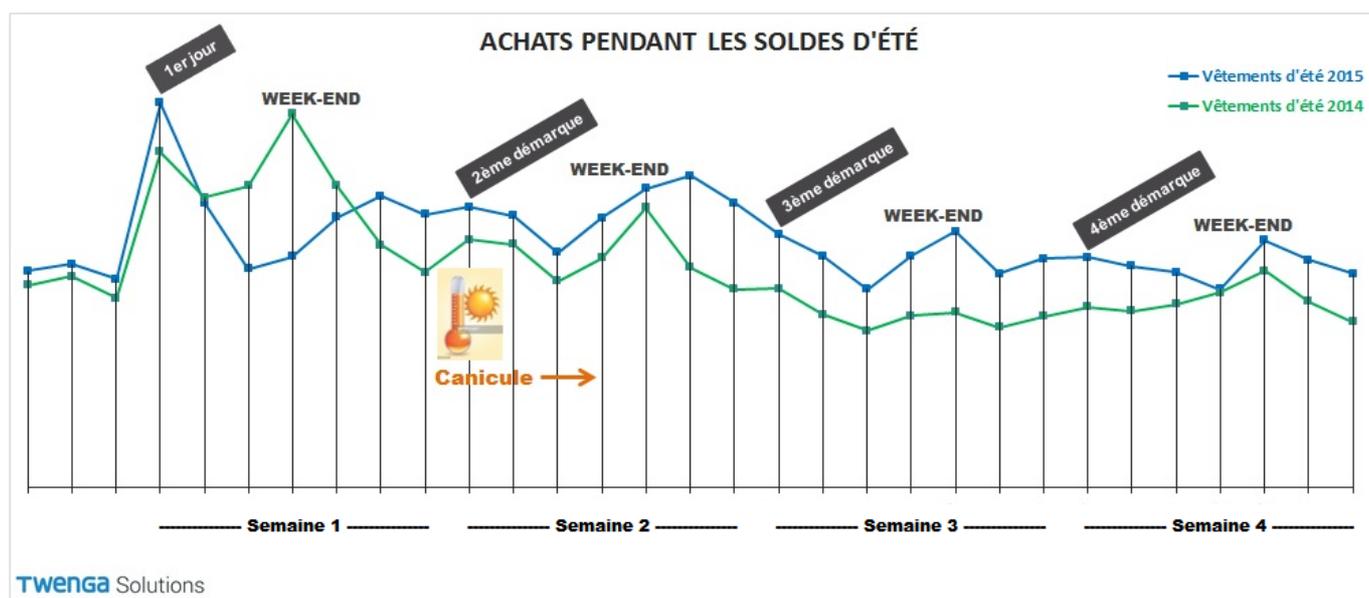
Paris, le 28 juillet 2015 – Les soldes d'été 2015 ont débuté le 24 juin. Plus de quatre semaines plus tard, quel est le bilan d'un des plus grands pics de shopping de l'année ? Pour répondre à cette question, Twenga a analysé le trafic en ligne des vêtements d'été, catégorie pour laquelle la demande est la plus forte pendant cette période.

Mauvais début pour les soldes 2015, relancées par la canicule

Les soldes d'été 2015 ont mal commencé : la première semaine, normalement la plus forte, n'a représenté que 28% du trafic total contrairement à 33% en 2014. Cependant, l'annonce d'une canicule à partir du 1er juillet a entraîné une importante reprise de trafic après le premier week-end des soldes.

Les températures exceptionnellement chaudes fin juin/début juillet 2015 semblent avoir incité les internautes à acheter davantage de vêtements d'été. La météo, facteur important dans le secteur du textile, impacte fortement le comportement d'achat des consommateurs, comme constaté précédemment par Twenga dans son [analyse des soldes d'hiver 2015](#).

Motivés par la chaleur de la canicule, les acheteurs sur internet ont contrecarré les prédictions pessimistes du secteur. Le bilan des quatre premières semaines des soldes d'été 2015 est d'ailleurs plus positif que l'année dernière : Twenga constate ainsi une augmentation des achats 14% par rapport à 2014.



Un intérêt pour les soldes globalement en baisse ?

En dépit d'exceptions comme cette période de canicule, l'intérêt pour les soldes d'hiver et d'été semble être en baisse du fait d'une généralisation des promotions en France depuis quelques années. En raison

de la multiplication des ventes privées et des diverses promotions en pleine saison, les internautes n'attendent plus la période des soldes pour faire leurs achats.

Cette évolution est très visible dans l'e-commerce, mais encore plus marquée pour les magasins physiques. La *Fédération des enseignes de l'habillement* (FEH) confirme ce développement et cite aussi les rabais offerts aux clients existants ou porteurs de cartes de fidélité avant le début officiel des soldes comme explication.

En analysant la demande pour les vêtements d'été au moment des soldes Twenga constate effectivement une baisse de 29% entre 2013 et 2014. Néanmoins, la tendance ne se poursuit pas en 2015, où la demande était nettement supérieure à celle de l'année dernière – grâce à la canicule.

Methodologie : Pour cette étude Twenga a analysé les catégories de son catalogue produit ayant leur pic de trafic au moment des soldes d'été (vêtements d'été homme et femme) et a comparé l'évolution de l'audience pendant les quatre premières semaines des soldes d'été en 2013, 2014 et 2015.

Les catégories analysées :

- *Vêtements d'été homme : Bermudas homme, Débardeur homme, Lunettes de soleil homme, Maillot de bain homme, Pantacourt homme, Polo homme, Sandales homme, Short homme, Tee-shirt homme, Tongs homme*
- *Vêtements d'été femme : Bermudas femme, Débardeur femme, Lunettes de soleil femme, Maillot de bain femme, Pantacourt femme, Polo femme, Sandales femme, Short femme, Tee-shirt femme, Tongs femme*

A PROPOS DE TWENGA

Twenga propose des solutions avancées d'acquisition d'audience sur les principales places de marchés publicitaires en ligne. Ces solutions fournissent aux e-commerçants une amélioration drastique du ROI de leurs dépenses publicitaires. Fondée en 2006, Twenga emploie plus de 150 collaborateurs en France, en Allemagne et en Angleterre et compte plus de 4 000 clients dans 15 pays.

- Site : <https://www.twenga-solutions.com>
- Twitter : <http://twitter.com/twengasolutions>

Contact presse : Agence Ballou PR – Paul Ganchou / Cédric Voigt – 01 42 22 24 10 – cedric@balloupr.com