

Actualité en France

N° 2 – Janvier 2011

Paris en mode « soldes »



Les soldes d'hiver sont devenues à Paris l'occasion d'une grande opération «Soldes by Paris», dont la 5^{ème} édition débute le 12 janvier. Une manière pour la ville de réaffirmer son statut de capitale de la mode.

Prononcez les mots magiques «Paris» et «mode» et aussitôt, partout dans le monde, on vous répondra – et avec force points d'exclamation – Dior ! Chanel ! Yves Saint-Laurent ! Sonia Rykiel ! Et tant d'autres encore... Le monde entier reconnaît la place de premier plan de la France dans le domaine de la mode. Mais à côté de la

«fashion week» parisienne et de ses défilés, auxquels se pressent, tous les six mois, les professionnels et autres décrypteurs de tendances, un autre rendez-vous s'impose depuis quelques années comme un «incontournable» : les soldes du milieu de l'hiver et du tournant de l'été.

Il n'y a pas très longtemps encore, acheter des vêtements ou accessoires en solde pouvait inspirer une légère honte : on ne se vantait pas de s'être équipé au rabais. Aujourd'hui, «faire les soldes» est devenu une démarche courante, voire valorisante et l'on se vante désormais d'avoir pu trouver, avant les autres, la pièce originale qui signera son style, la paire de chaussures rares ou la robe de créateur que, grâce aux remises, on a enfin osé acheter.

Pour les commerçants, les soldes constituent une véritable nécessité économique : il s'agit de se débarrasser de stocks d'autant plus périssables, que le renouvellement permanent des collections s'accélère. Il s'agit aussi de redonner un peu de couleur à une activité commerciale traditionnellement déprimée au lendemain des fêtes.

Depuis cinq ans, la Mairie de Paris a entrepris de faire de cette période des soldes, un événement de dimension internationale, à l'instar de ce qui se passe à Londres ou à New York. «Soldes by Paris», qui débute le 12 janvier et durera un mois, est une opération à la fois commerciale et touristique, dont l'objectif est d'attirer un public français et étranger dans les boutiques de la capitale. Pour ce faire, la municipalité a réuni les hôteliers, les restaurateurs et les grandes enseignes –



MINISTÈRE DES AFFAIRES ÉTRANGÈRES ET EUROPEENNES

jusqu'à 3000 professionnels – pour offrir aux visiteurs des réductions exclusives sur l'hébergement et les loisirs. Les quartiers commerçants s'y associent et organisent des manifestations pour les visiteurs.

Plus original, «Soldes by Paris» propose sept parcours «shopping» : une manière de concilier les lieux culturels et le lèche-vitrines. A chaque style sa balade parisienne, avec des parcours imaginés pour cinq profils d'amateurs de mode : les «Sélects», les «Trendys», les «Bobos Chics», les «Créatifs» et les «Ethic Ethnic». A cela s'ajoute un parcours, «les Astucieux», pour les amateurs de stocks de marques et dégriffés, ainsi que le parcours de l'ambassadrice 2011 de l'opération, la styliste Nathalie Garçon.

Regroupés dans le «Paris shopping book 2011», un livret gratuit et disponible dans les offices de tourisme et autres lieux partenaires, les parcours mêlent bonnes adresses, restaurants, commerces, visites culturelles et lieux insolites.

La période des soldes permet aussi à Paris de donner aux jeunes créateurs, l'opportunité de rencontrer un public, qui n'a pas toujours la possibilité d'assister aux défilés des grands couturiers. Au-delà d'une simple opération commerciale, les soldes parisiennes sont en passe de devenir un événement touristique dans une ville qui accueille désormais plus de 25 millions de visiteurs par an.

Kidi Bebey

Pour en savoir plus :

www.shoppingbyparis.com