

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

+0,8% de chiffre d'affaires en magasin par rapport à octobre 2019 :
le mois d'octobre marque la fin du rattrapage et le retour à un niveau d'activité d'avant-crise

Évolution du marché de l'habillement au mois d'octobre 2021

Panel Retail Int. pour l'Alliance du Commerce

N.B. : En raison des fermetures administratives de magasins intervenues depuis mars 2020, le panel compare les performances des entreprises avec celles réalisées en 2019.

UN MOIS D'OCTOBRE QUI MARQUE LA FIN DU RATTRAPAGE ET LE RETOUR À UN NIVEAU D'ACTIVITÉ D'AVANT-CRISE

Les enseignes de l'habillement du **Panel Retail Int. pour l'Alliance du Commerce** ont enregistré sur l'ensemble du mois d'octobre 2021 un **chiffre d'affaires en très légère hausse (+0,8%)** en magasin par rapport à octobre 2019 (à périmètre constant).

Après un mois de septembre en baisse, cette performance marque le retour à un rythme d'activité plus habituel. Le rayon « Enfant » tire particulièrement son épingle du jeu, venant compenser les difficultés rencontrées par le textile « Femme ».

De même, cette année, le report d'une semaine des vacances de la Toussaint, positionnées à cheval sur les mois d'octobre et de novembre, a pu entraîner un décalage de consommation.

Au cumul depuis le début de l'année, et en incluant les périodes de fermeture des commerces, **le recul des ventes en magasin s'établit à 18,8% comparé à 2019.**

LES MAGASINS DES CENTRES COMMERCIAUX TOUJOURS EN SOUFFRANCE

Le recul du chiffre d'affaires est toujours particulièrement marqué dans les **centres commerciaux**, avec respectivement une baisse de -4,5% pour les centres commerciaux de centre-ville et de -3,8% pour les centres commerciaux de périphérie.

Les **magasins de centre-ville** connaissent quant à eux un léger regain d'activité avec une hausse du chiffre d'affaires de 2,1 %.

Les **zones d'activité de périphérie** et les **retail parks** se démarquent davantage avec une augmentation de CA de 6,4 %.

TRAFIC EN MAGASIN : UNE BAISSÉ TOUJOURS CONSÉQUENTE DEPUIS LE DÉBUT DE LA CRISE SANITAIRE

La fréquentation en magasin confirme sa tendance baissière, observée depuis le début de la crise sanitaire, avec un **recul de 14,5%** par rapport à 2019 (à périmètre constant).

Cette baisse de trafic concerne l'ensemble des lieux de vente, et en particulier les commerces situés dans les centres commerciaux de centre-ville et de périphérie qui subissent une perte de fréquentation de près de 18%.

La baisse de trafic est de 13,3% pour les commerces de centre-ville et de 3,8% pour les commerces situés dans les zones d'activité commerciales et retail parks.

LA CROISSANCE DU E-COMMERCE SE RALENTIT

Dans le même temps, les ventes d'habillement en ligne* progressent toujours, avec une croissance de +82% au mois d'octobre 2021 comparé à 2019, et de +6% comparé à 2020.

« Alors que l'envolée du coût du fret maritime et du prix des matières premières menacent la reprise dans le secteur du commerce, il est impératif de réussir la période cruciale des fêtes de Noël. Les mois de novembre et décembre représentent plus de 18% des ventes totales annuelles dans le secteur de la mode », déclare Yohann Petiot, Directeur général de l'Alliance du Commerce.

Présentation du Panel Retail Int. pour l'Alliance du Commerce

L'Alliance du Commerce et Retail Int. s'associent pour développer un panel d'enseignes représentatives sur le marché de l'habillement. Actuellement, le panel comporte 50 enseignes d'habillement représentant plus de 8.000 magasins.

*Sur la base d'un échantillon d'une vingtaine d'enseignes représentant près de la moitié du CA habillement du panel Retail Int.

L'Alliance du Commerce rassemble l'Union du grand commerce de centre-ville, la Fédération des enseignes de l'habillement et la Fédération des enseignes de la chaussure. Elle représente 27.000 magasins et 180.000 salariés dans le secteur de l'équipement de la personne.

Pour en savoir plus : www.alliancecommerce.org - Contact presse : Yohann Petiot (06.24.03.66.52)

Retail Int. collecte quotidiennement les données de vente de ses enseignes membres, et leur renvoie tous les jours une comparaison de leur croissance globale avec le panel d'enseignes, et de la croissance de chacun de leurs magasins avec les enseignes voisines. Retail Int. a aussi développé un modèle établissant le potentiel de CA d'un magasin, utilisé pour diagnostiquer la performance des magasins existants et estimer le potentiel sur de nouveaux emplacements.

Pour en savoir plus : <http://www.retailint.fr>