

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

**ÉVOLUTION DU MARCHÉ DE L'HABILLEMENT EN 2021**

**Une année marquée par une nouvelle perte de chiffre d'affaires de 16% en magasin par rapport à 2019, malgré une légère reprise vs 2020**

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.*

**FORTE BAISSÉ DE L'ACTIVITÉ EN MAGASIN EN 2021 PAR RAPPORT À 2019 : -16%**

Les enseignes de l'habillement du **Panel Retail Int. pour l'Alliance du Commerce** ont enregistré, sur l'ensemble de l'année 2021, une nouvelle baisse de leur chiffre d'affaires en magasin de 16% par rapport à l'année 2019 (à périmètre total<sup>1</sup>).

Cette baisse s'explique par les restrictions d'activités intervenues au printemps 2021 (fermetures locales et confinement national).

Hors période de fermeture, l'activité en magasin a fait preuve de résilience puisqu'elle est en légère hausse de 1% par rapport à 2019, et de 4% par rapport à 2020.

**UNE BAISSÉ TOUJOURS CONSÉQUENTE DE LA FRÉQUENTATION EN MAGASIN DEPUIS LE DÉBUT DE LA CRISE SANITAIRE : -17%**

La baisse de la fréquentation en magasin s'est poursuivie en 2021 avec **une baisse de l'ordre de 17%** (à périmètre constant<sup>2</sup>) comparé à 2019. Bien qu'encore important, ce recul s'est atténué au 2<sup>e</sup> semestre 2021 du fait de l'amélioration de la situation sanitaire.

**UN TAUX DE TRANSFORMATION ET UN PANIER MOYEN TOUJOURS EN HAUSSE**

La baisse de fréquentation est compensée par une hausse du taux de transformation (concrétisation des achats des clients lors de leur venue en magasin : **+13%**) et une hausse du panier moyen (**+9%**) comparé à 2019.

**LES ZONES COMMERCIALES TIRENT LEUR ÉPINGLE DU JEU ET LES CENTRES COMMERCIAUX DÉCROCHENT**

Depuis le début de la crise, les zones d'activité commerciale confirment leur dynamique avec une hausse de leur chiffre d'affaires de **8%** par rapport à 2019. Les centres commerciaux décrochent avec une **baisse de 4%** pour ceux situés en périphérie, et de **6%** pour ceux implantés en centre-ville. Dans le même temps, la croissance des commerces de centre-ville a été de **0,5%**.

## LES VENTES EN LIGNE D'HABILLEMENT CONTINUENT DE CROÎTRE MAIS NE COMPENSENT QUE DE 5 POINTS LA BAISSÉ DES VENTES PHYSIQUES

Sur l'année 2021, le panel observe une croissance de l'ordre de 113% des ventes en ligne comparé à 2019. Toutefois, cette croissance des ventes très forte durant la première année de crise a progressé de seulement 22% en 2021 par rapport à l'année dernière.

Cette croissance des ventes en ligne **ne compense que de 5 points la baisse des ventes en magasin.**

**En cumulant les ventes e-commerce et magasins, le recul d'activité sur l'année 2021 est de -11% par rapport à 2019.**

## 2021 CONFIRME LES CHANGEMENTS DE CONSOMMATION OBSERVÉS EN 2020

2020 avait été marqué par la forte croissance des ventes en ligne, la chute de fréquentation en magasin et la perte d'attractivité des sites commerciaux les plus importants au profit d'emplacements à proximité des domiciles et des zones commerciales de périphéries.

2021 confirme ces bouleversements, bien que des prémices de retour à la normale peuvent être observées dès lors que la situation sanitaire s'améliore :

- Reprise du trafic et baisse du taux de transformation. On observe ainsi que, dès que la menace de la Covid s'éloigne, le shopping reprend.
- Stabilisation des ventes online sur les niveaux du 2<sup>nd</sup> semestre 2020.
- Léger regain des emplacements n°1 et des grandes améliorations en fin d'année.
- Retour, depuis l'été, d'une partie des touristes (notamment européens, américains, moyen-orientaux).

## SOLDES D'HIVER 2022 : UN DÉMARRAGE TRÈS DÉCEVANT AVEC UNE BAISSÉ DE L'ACTIVITÉ DE 29% VS 2019

Les 5 premiers jours des soldes d'hiver 2022 marquent un recul important de l'activité de 29% et une baisse de trafic en magasin de 35% comparé à 2019. Cette forte baisse est peu compensée par la hausse de la transformation des achats ou du panier moyen.

Cette tendance s'inscrit dans la continuité des performances observées depuis le début du mois de janvier. **Les soldes d'hiver 2022 sont très fortement impactés par la 5<sup>ème</sup> vague** de la Covid-19. Les mesures prises pour lutter contre sa propagation entraînent une très forte baisse de la circulation des personnes : nombre important de contamination et de cas contacts isolés, télétravail obligatoire durant 3 ou 4 jours par semaine, difficulté de garde des enfants (classes fermées ou en grève : près de 15.000 classes fermées le vendredi 14 janvier), etc.

## RETOUR SUR LE MOIS DE DÉCEMBRE 2021

Le mois de décembre 2021 a marqué une progression des ventes en magasin de 3,6% par rapport à 2019, favorisé par un comparatif et un effet calendaire favorables. Le mois de décembre 2019 avait été marqué par le début des manifestations et des grèves contre le projet de réforme des retraites. La fréquentation en magasin est en baisse de 9,8% par rapport à 2019.

\*\*\*\*\*

« En 2021, les performances du secteur de l'habillement restent encore très affectées par la crise sanitaire, avec une chute des ventes physiques de 16% par rapport à 2019. Néanmoins, dès que la situation s'améliore, comme au seconde semestre, l'activité des magasins repart.

Pour l'heure, la 5<sup>ème</sup> vague de Covid impacte fortement les soldes d'hiver. Le mois de janvier est le 2<sup>ème</sup> mois d'activité de l'année pour notre secteur. Pour faire face à cette baisse d'activité des mesures doivent être prises pour soutenir les commerçants, notamment à travers la mise en place de l'activité partielle, sans reste à charge, et la possibilité pour toutes les entreprises de reporter le remboursement de leur PGE », déclare **Yohann PETIOT, Directeur général de l'Alliance du Commerce**.

« La forte croissance du e-commerce, la baisse de la fréquentation des magasins et la désaffectation des sites commerciaux à forte fréquentation au profit des emplacements de proximité observées en 2020 se stabilisent en 2021. On observe néanmoins des prémices de retour aux modes de consommation d'avant-Covid dès lors que la situation sanitaire s'améliore », souligne **Emmanuel DE COURCEL, fondateur et CEO de Retail Int.**

#### **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.

<sup>1</sup> Le **périmètre total** prend en compte toute l'année, y compris les périodes de fermeture des magasins.

<sup>2</sup> Le **périmètre constant** tient uniquement compte des jours ouverts au cours de l'année.

**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](http://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>