

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

ÉVOLUTION DU MARCHÉ DE L'HABILLEMENT AU MOIS DE MARS 2022

**BAISSE DE 7% DU CHIFFRE D'AFFAIRES EN MAGASIN PAR RAPPORT À 2019 :
UN MOIS DE MARS IMPACTÉ PAR LA CHUTE DE MORAL DES FRANÇAIS**

Panel Retail Int. pour l'Alliance du Commerce

N.B. : En raison des fermetures administratives de magasins intervenues en 2020 et 2021, le panel compare les performances des entreprises avec celles réalisées en 2019. Tous les chiffres du panel sont indiqués à périmètre constant.

UN CHIFFRE D'AFFAIRES TOUJOURS EN BAISSÉ

Les enseignes de l'habillement du **Panel Retail Int. pour l'Alliance du Commerce** ont enregistré sur l'ensemble du mois de mars 2022 une **baisse de leur chiffre d'affaires de -7,4 %** en magasin par rapport à mars 2019.

Les chiffres du panel confirment la baisse de moral des consommateurs observée par l'Insee. Ce pessimisme est largement alimenté par la guerre en Ukraine et les craintes liées à l'inflation.

Au cumul depuis le début de l'année 2022, les ventes en magasin enregistrent un recul de 14,2% par rapport à 2019. Ce retard s'explique, pour une large part, par les [très mauvaises performances du mois de janvier](#) (-23,7%).

LES CENTRES COMMERCIAUX SOUFFRENT D'AVANTAGE

En mars, les **centres commerciaux de périphérie** sont les plus en souffrance avec un chiffre d'affaires en **recul de -12,5%**. Les **zones d'activités commerciales/retail park** et les **centres-villes**, quant à eux, tirent leur épingle du jeu avec une moindre baisse, respectivement de **-4%** et **-5,1 %**.

UNE BAISSÉ DE TRAFIC EN MAGASIN PLUS MARQUÉE ENCORE

La fréquentation en magasin poursuit son recul comparé à 2019, avec une **baisse de -20,9%**. Ainsi, l'écart entre la croissance du chiffre d'affaires et celle des flux de clientèle, qui avait tendance à se réduire depuis quelques mois, se creuse de nouveau.

DES VENTES INTERNET QUI RESTENT ÉLEVÉES MALGRÉ UN RALENTISSEMENT DU FAIT DE LA DISPARITION DES MESURES DE RESTRICTION

Au cours du mois de mars 2022, le panel relève une croissance des ventes en ligne de +97% comparé à 2019.

Toutefois, si les ventes en ligne confirment leur dynamisme par rapport à l'avant crise sanitaire, cette augmentation cache en réalité un ralentissement puisqu'elles affichent une décroissance de -29% par rapport au mois de mars 2021. Cette diminution sur le mois de mars s'explique notamment par la

fermeture, sur cette même période en 2021, d'une grande partie des centres commerciaux, et un report des achats vers Internet.

« La guerre en Ukraine cumulée à la hausse des prix et aux craintes de baisse du pouvoir d'achat entraîne une chute du moral des Français. Cela se traduit par une forte diminution des ventes et de la fréquentation en magasin au mois de mars.

Dans ce contexte, les entreprises continuent de connaître une augmentation de leurs coûts de production, du fait de la hausse des coûts de l'énergie et du transport maritime. Pour autant, en dehors de la « remise carburant », elles ne bénéficient pas aujourd'hui de l'aide directe prévue par le Plan de résilience économique et sociale.

*Plus largement, nous regrettons que les programmes des principaux candidats et candidates à l'élection présidentielle ne comportent pas de mesures consacrées au secteur du Commerce qui a subi de nombreuses crises au cours des dernières années. Nous attendons du prochain président de la République qu'il s'engage sur le déploiement d'un plan stratégique « Commerce 2030 » avec des moyens financiers dédiés pour accélérer la transformation digitale et écologique des entreprises », 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.

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>