

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

**ÉVOLUTION DU MARCHÉ DE L'HABILLEMENT AU MOIS D'AVRIL 2022**

**HAUSSE DE 1,1% DU CHIFFRE D'AFFAIRES EN MAGASIN PAR RAPPORT À 2019 :  
AVRIL, PREMIER MOIS POSITIF DE L'ANNÉE !**

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.** Ainsi, l'évolution du CA et de la fréquentation en magasin du vendredi 01/04/2022 au samedi 30/04/2022 est comparée à la période allant du vendredi 05/04/2019 au samedi 04/05/2019.*

**UN CHIFFRE D'AFFAIRES QUI SE REDRESSE**

Les enseignes de l'habillement du **Panel Retail Int. pour l'Alliance du Commerce** ont enregistré sur l'ensemble du mois d'avril 2022 une **très légère augmentation de leur chiffre d'affaires : +1,1%** en magasin par rapport à avril 2019.

L'activité du mois d'avril a connu une amélioration constante au fil des semaines. De plus, le mois d'avril bénéficie d'un facteur calendaire favorable avec un jour ouvré supplémentaire en 2022 par rapport à 2019 (le 1<sup>er</sup> mai 2019 se compare au 27 avril 2022).

Toutefois, le poids du mois d'avril dans le chiffre d'affaires annuel étant faible, cette performance encourageante ne permet pas de rattraper le retard enregistré depuis le début de l'année. Au cumul depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2022, les ventes en magasin enregistrent un recul de **-10,3%** par rapport à 2019.

**LES CENTRES COMMERCIAUX DE PÉRIPHÉRIE RESTENT LES PLUS EN DIFFICULTÉ**

En avril, les **centres commerciaux de périphérie** restent en difficulté avec un chiffre d'affaires en baisse de **-3%**.

À l'inverse, les **zones d'activités commerciales/retail park** et les **centres-villes** enregistrent une belle performance, affichant respectivement une hausse de leur chiffre d'affaires de **+3,4%** et de **+2,6%**. De même, les grands magasins (**+4,3%**) profitent de la tendance à la hausse et du retour des touristes en France. Enfin, l'outlet reste le grand gagnant avec une hausse de 12,7% de son activité en avril. L'attrait marqué des consommateurs pour l'outlet reflète les préoccupations de pouvoir d'achat.

**UNE BAISSÉ DE TRAFIC EN MAGASIN TOUJOURS IMPORTANTE**

En revanche, la fréquentation en magasin reste toujours en recul, avec une **baisse moyenne de -13,5% en avril** comparé à 2019. Seules les zones d'activités commerciales/retail park enregistrent une moindre baisse de leur fréquentation avec **-6,8%**.

Ces chiffres confirment la tendance observée depuis la crise sanitaire d'une moindre fréquentation des commerces physiques compensée par une amélioration du panier moyen et du taux de transformation.

## **VENTES INTERNET : UNE HABITUDE D'ACHAT QUI S'ANCRE**

Au cours du mois d'avril 2022, le panel relève une croissance des ventes en ligne de +79% 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 -54% par rapport au mois d'avril 2021. Cette diminution s'explique par l'instauration du confinement national à compter du 3 avril 2021, entraînant la fermeture de l'ensemble des commerces non essentiels et par conséquent un report des achats vers Internet.

\*\*\*\*\*

*« Même si elle est faible, nous ne pouvons que nous réjouir de la hausse du chiffre d'affaires en magasin constatée au mois d'avril.*

*Cependant, l'amélioration est insuffisante pour permettre aux entreprises de faire face à la forte augmentation de leurs coûts de production portée par la hausse des coûts de l'énergie, des matières premières et du transport maritime.*

*Les entreprises demeurent inquiètes par la forte progression de l'inflation et son impact sur le pouvoir d'achat des consommateurs. De même, le confinement actuel de plusieurs mégapoles chinoises impacte de nouveau la chaîne logistique des entreprises.*

*Dans ce contexte économique très incertain, nous rappelons la nécessité de construire avec les pouvoirs publics un plan de développement du commerce à l'horizon 2030. Le Président de la République et le Gouvernement qui sera prochainement nommé doivent être pleinement mobilisés dans le soutien à notre secteur. Ce plan devra prendre en compte tous les commerces, quelles que soient leur taille ou leur localisation, et être accompagné de moyens financiers à la hauteur des enjeux. Le secteur du commerce doit doubler son niveau d'investissement en passant de 11 à 22 milliards d'euros par an.*

*Dans l'immédiat, la nomination d'un Ministre spécifiquement en charge du commerce serait un marqueur favorable de la volonté des pouvoirs publics d'avancer dans ce sens », 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](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>