

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

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

SEPTEMBRE RETROUVE UN NIVEAU PRÉ-PANDÉMIE

Face à la hausse des coûts de l'énergie, l'Alliance du Commerce demande au Gouvernement d'élargir aux acteurs du commerce l'aide dédiée aux entreprises grandes consommatrices

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 jeudi 01/09/2022 au vendredi 30/09/2022 est comparée à la période allant du jeudi 05/09/2019 au vendredi 04/10/2019.*

+0,2% DE CHIFFRE D'AFFAIRES EN MAGASIN : LES ENSEIGNES RETROUVENT LEUR NIVEAU PRÉ-PANDÉMIE

Les enseignes de l'habillement du **Panel Retail Int. pour l'Alliance du Commerce** ont enregistré sur l'ensemble du mois de septembre 2022 un **chiffre d'affaires en magasin quasi identique à 2019 (+0,2%)**.

Ce résultat s'explique notamment par le **retour des touristes internationaux**, en particulier dans les grandes villes, ainsi qu'à **une météo plus fraîche** à compter de la mi-septembre, rendant plus propice les achats de vêtements d'automne-hiver.

Au cumul depuis le début de l'année 2022, les ventes en magasin accusent toujours un **recul de -6,2% par rapport à l'année 2019**.

LES ZONES D'ACTIVITÉS COMMERCIALES ET RETAIL PARKS TOUJOURS ATTRACTIVES

En septembre, les **zones d'activités commerciales et retail parks** restent dynamiques, avec une hausse d'activité de **+5,1%** par rapport à 2019.

De même, l'**outlet** confirme son attrait économique pour les consommateurs avec une hausse d'activité de **+18,1%** par rapport à 2019. Ce succès s'explique par un prix des produits plus attractif auquel le client accorde une grande importance en période d'inflation pesant sur son pouvoir d'achat. Quant aux magasins situés **en centre-ville**, leur chiffre d'affaires est en baisse de **-1,8% pour ceux implantés sur rue** et de **-0,9% pour ceux implantés en centres commerciaux**.

Enfin, les performances des **centres commerciaux de périphérie** restent négatives avec **-3,1%**, même s'ils décrochent moins que durant la période estivale.

SEPTEMBRE MARQUÉ PAR UNE BAISSSE DU TRAFIC EN MAGASIN

La fréquentation enregistre une **baisse de -10,1%** en septembre, comparé à 2019. La perte de trafic est partiellement compensée par la hausse du **taux de transformation de +2%** et du **panier moyen de +8%**.

Comparé à 2021, les **centres commerciaux, qu'ils soient implantés en centre-ville ou en périphérie**, constatent une **nette amélioration** de leur fréquentation sur ce mois de septembre 2022, de respectivement **+17,8%** et **+15,4%**, en raison de l'application l'année dernière du passe sanitaire limitant l'accès aux grands établissements.

BON MOIS DE SEPTEMBRE POUR LES VENTES EN LIGNE

Au cours du mois de septembre 2022, le Panel Retail Int. pour l'Alliance du Commerce relève une croissance des **ventes en ligne** de **+96% comparé à 2019** (et +8% comparé à 2021).

VIGILANCE POUR LA FIN DE L'ANNÉE ET INQUIÉTUDES FORTES POUR 2023

Les enseignes de l'habillement retrouvent sur ce mois de septembre leur niveau pré-pandémie sans pour autant combler le retard accumulé depuis le début de l'année 2022 par rapport à 2019. L'activité du dernier trimestre, avec les fêtes de fin d'année, sera cruciale pour tenter de rattraper le manque d'activité. Les mesures de **soutien au pouvoir d'achat** ainsi que **le maintien d'un climat social apaisé** seront essentiels pour réussir cette fin d'année.

Au-delà, **les enseignes font part de leurs très fortes inquiétudes pour 2023**, en particulier du fait de l'envolée des prix de l'énergie et des projections macroéconomiques avec une croissance réduite l'année prochaine.

Selon une enquête réalisée auprès des enseignes adhérentes de l'Alliance du Commerce, les entreprises doivent faire face à **une multiplication par 4 à 5 des tarifs de l'électricité. Près de 50% d'entre elles ne sont pas couvertes par un contrat de fourniture d'électricité pour l'année 2023.**

Cette hausse des coûts impacte très lourdement la trésorerie des entreprises ainsi que leur rentabilité dans un contexte économique et financier extrêmement difficile à la sortie de la crise sanitaire. Cette hausse de charges s'ajoute à l'augmentation des coûts de transport, des matières premières, des salaires et des loyers. Face à l'impossibilité de les répercuter en totalité sur le prix de vente au client final, **ces hausses de coûts mettent en péril de nombreux magasins existants, leurs emplois ainsi que les projets d'investissements des entreprises.**

Ainsi, l'Alliance du Commerce demande au Gouvernement d'agir (i) pour faire baisser rapidement les tarifs de l'électricité au niveau européen et (ii) d'étendre aux entreprises du commerce l'aide d'État mise en place dans le cadre du plan de résilience. Nous demandons la suppression, ou a minima l'abaissement, du seuil d'éligibilité de l'aide actuellement fixé à 3% du coût de l'énergie par rapport au chiffre d'affaires de l'entreprise.

« Septembre affiche une stagnation du chiffre d'affaires par rapport à 2019. Le retour des touristes ainsi qu'une météo favorable ont permis aux enseignes de retrouver leur niveau d'activité existant avant la pandémie. Toutefois, les perspectives économiques pour 2023 restent incertaines et les inquiétudes sont fortes. Les enseignes doivent faire face à l'explosion des coûts du gaz et de l'électricité.

*Le coût de l'électricité a été multiplié par 4 en moyenne pour les entreprises. Cette envolée des prix de l'énergie comporte un risque majeur d'augmentation des faillites. L'Alliance du Commerce demande au Gouvernement de mettre en place d'urgence des solutions pour que l'explosion tarifaire du coût de l'énergie ne condamne pas des commerces ! Le Gouvernement doit élargir aux entreprises du commerce l'aide d'État mise en place dans le plan de résilience. Les seuils fixés par l'État rendent aujourd'hui l'aide inaccessible aux entreprises de notre secteur », 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 plus de 60 enseignes d'habillement représentant plus de 10.000 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>