

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

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

**CHIFFRES D'AFFAIRES EN REcul EN MAGASIN ET SUR INTERNET :
LE PIC D'ACTIVITÉ DU BLACK FRIDAY NE SAUVE PAS LE MOIS DE NOVEMBRE**

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 et en 2021. Tous les chiffres du panel sont indiqués à périmètre constant. L'évolution du CA et de la fréquentation en magasin du mardi 01/11/2022 au mercredi 30/11/2022 est comparée à la période allant du mardi 05/11/2019 au mercredi 04/12/2019 et à la période du mardi 02/11/2021 au mercredi 01/12/2021.

CHIFFRE D'AFFAIRES EN MAGASIN : BAISSÉ DE -3,4% PAR RAPPORT À 2019

Les enseignes de l'habillement du **Panel Retail Int. pour l'Alliance du Commerce** ont enregistré sur l'ensemble du mois de novembre 2022 une **baisse de leur chiffre d'affaires en magasin de -3,4% par rapport à 2019, et de -1,4 % par rapport à octobre 2021.**

L'édition 2022 du Black Friday a connu une activité en hausse en magasin avec +2% par rapport à l'année dernière, soutenue par la recherche de bonnes affaires dans le contexte inflationniste et de contrainte du pouvoir d'achat des Français. Malgré tout, cette dynamique n'a pas permis de sauver le mois de novembre qui reste décevant.

Au cumul depuis le début de l'année 2022, les ventes en magasin accusent toujours un **recul de -6% par rapport à l'année 2019 et de -8,7% par rapport à 2021.**

LES CENTRES COMMERCIAUX DE PÉRIPHÉRIE À LA PEINE ET LES OUTLETS QUI CARTONNENT

En novembre, les commerces situés en périphérie enregistrent de mauvaises performances, notamment les **zones d'activités commerciales** avec une baisse de chiffres d'affaires de -2,8% par rapport à 2019, et -4,2% par rapport à 2021. Après des performances fortes durant la crise sanitaire, un rééquilibrage semble s'opérer sous l'effet notamment de la crise des carburants.

À l'inverse, les commerces de centre-ville implantés sur rue ou en centres commerciaux connaissent une activité meilleure que la moyenne du panel, avec respectivement une évolution de leur activité de -1,1% et +1,1% par rapport à 2021.

Les **outlets**, quant à eux, affichent des chiffres record avec une augmentation de +9,9% par rapport à 2021 et +33,8% par rapport à 2019. Ces formats qui offrent des rabais importants sur les anciens stocks profitent du contexte inflationniste et d'une bonne disponibilité des stocks.

UNE BAISSÉ DE TRAFIC TOUJOURS IMPORTANTE EN MAGASIN

La fréquentation des points de vente enregistre toujours une **forte baisse de -15,1%** en novembre, comparé à 2019, du fait de la modification des comportements d'achat depuis la crise sanitaire. Cette fréquentation est également en baisse par rapport à l'année 2021 de -1,6%.

DES VENTES EN LIGNE EN BAISSSE

Au cours du mois de novembre 2022, le Panel Retail Int. pour l'Alliance du Commerce relève une baisse des ventes en ligne de **-4%** comparé à 2021. Comparé à 2019, les ventes en ligne réalisent néanmoins une belle performance avec +70% de chiffre d'affaires.

Au global, les mauvaises performances du secteur pour le mois de novembre, tant en magasin que sur Internet, témoignent d'une situation de consommation particulièrement difficile dans le contexte inflationniste.

« Malgré le léger pic d'activité enregistré durant le Black Friday, le mois de novembre est décevant. Les mauvaises performances enregistrées, aussi bien en magasin que sur Internet, sont le résultat d'une consommation en souffrance et du pouvoir d'achat contraint des Françaises et des Français.

Avec les fêtes de fin d'année, s'ouvre une période essentielle pour nos enseignes. Les mois de novembre et décembre représentent en moyenne 20% de leur activité annuelle.

Dans ce contexte de consommation en baisse, les enseignes continuent de subir la faiblesse de l'euro face au dollar ou encore la flambée des prix de l'énergie sans pour autant bénéficier des aides mises en place par le Gouvernement.

*Face à ces difficultés, il est urgent que le Gouvernement définisse une politique ambitieuse de développement et d'accompagnement de toutes les entreprises du commerce », 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.

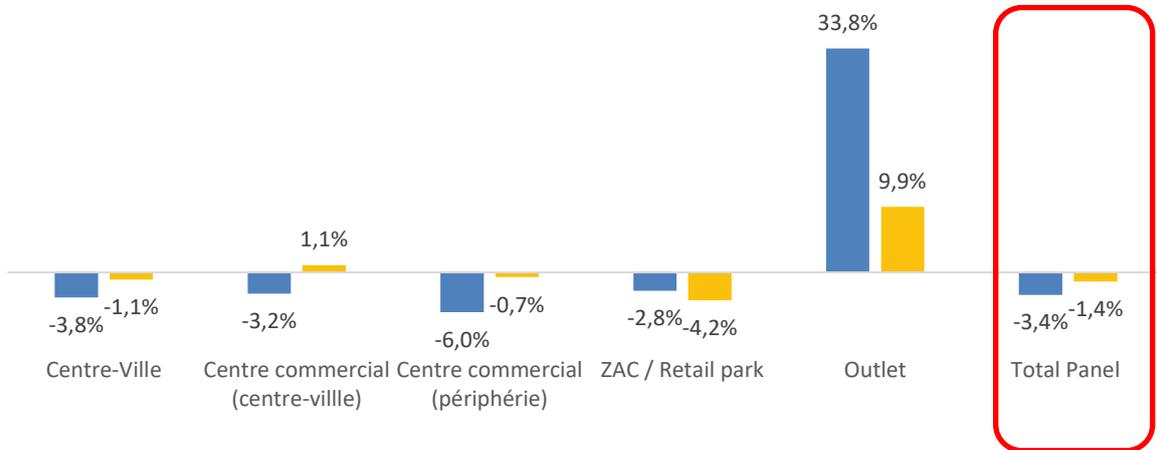
Pour en savoir plus : www.alliancecommerce.org - Contact presse : Yohann Petiot (06.24.03.66.52)

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.

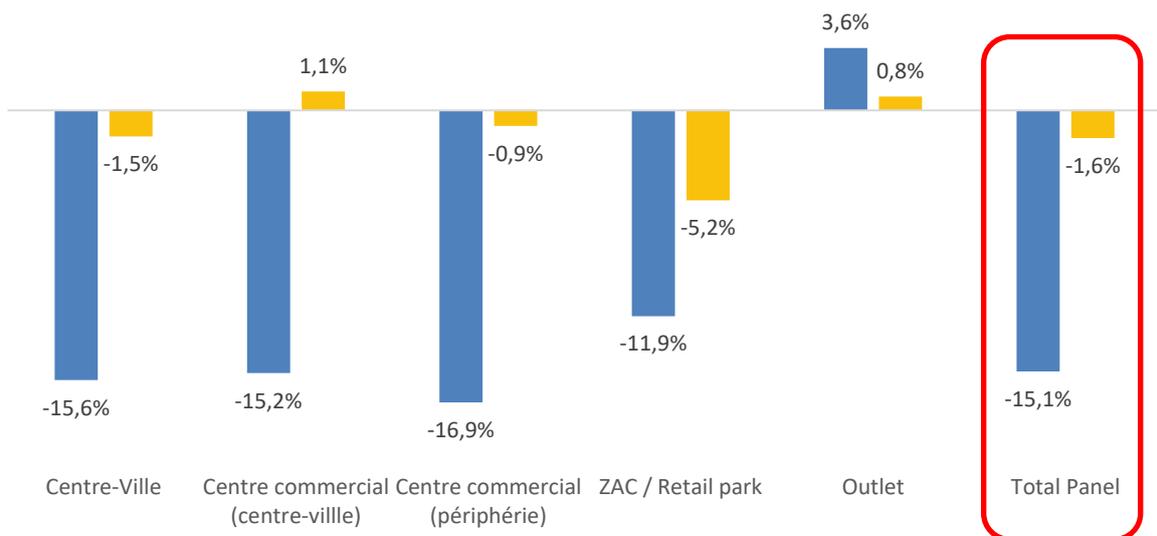
Pour en savoir plus : <http://www.retailint.fr>

■ vs Nov 2019 ■ vs Nov 2021

Évolution des ventes d'habillement en magasin (Panel Retail Int.) Novembre 2022



Fréquentation des magasins d'habillement (Panel Retail Int.) Novembre 2022



Évolution des ventes sur Internet en novembre 2022

