

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Évolution du marché de l'habillement en mai 2023

**-10,3% DE CHIFFRE D'AFFAIRES EN MAGASIN :
UN MOIS DE MAI MARQUÉ PAR UNE FORTE BAISSÉ DU CHIFFRE D'AFFAIRES
AUSSI BIEN EN MAGASIN QUE SUR INTERNET**

Panel Retail Int. pour l'Alliance du Commerce

À compter du 1er janvier 2023, le panel compare les performances des entreprises avec celles réalisées en 2022. Tous les chiffres du panel sont indiqués à périmètre constant. L'évolution du CA et de la fréquentation en magasin du lundi 01/05/2023 au mercredi 31/05/2023 est comparée à la période du lundi 02/05/2022 au mercredi 01/06/2022.

MAGASINS : CHUTE DE -10,3% DU CHIFFRE D'AFFAIRES

Les enseignes de l'habillement du **Panel Retail Int. pour l'Alliance du Commerce** ont enregistré sur l'ensemble du mois de mai 2023 une **baisse de leur chiffre d'affaires en magasin de -10,3% par rapport à mai 2022**.

Cette très mauvaise performance s'explique principalement par :

- la météo défavorable qui n'a pas incité aux achats de vêtements de la saison printemps-été ;
- les 4 jours fériés (au lieu de 3 en 2022) et les week-ends prolongés qui ont accentué les arbitrages des consommateurs en faveur des secteurs des loisirs et de la restauration ;
- le décalage calendaire de la fête des mères qui tombe cette année au mois de juin ;
- le très bon historique de mai 2022.

Avec le repli du mois de mai, le cumul depuis le début de l'année 2023 bascule dans le rouge : **les ventes en magasin sont en recul de -0,8 % par rapport à l'année 2022**.

TENANT COMPTE DE L'INFLATION, LES VOLUMES DE PRODUITS VENDUS DIMINUENT PLUS FORTEMENT ENCORE QUE LE CHIFFRE D'AFFAIRES !

L'inflation sur **an des produits manufacturés**, dont les produits de mode, s'élève selon l'INSEE à **+4,1%**¹ à fin mai. Ainsi, compte tenu de cette évolution des prix, les mauvaises performances témoignent au-delà de la seule baisse de chiffre d'affaires d'une **réelle diminution du volume de produits de mode vendus**, qui avoisinerait les -5%.

AUCUN EMPLACEMENT ÉPARGNÉ PAR LA BAISSÉ DE CHIFFRE D'AFFAIRES

Les commerces en **zone d'activités commerciales** et **retail parks** enregistrent la plus importante baisse de chiffre d'affaires avec **-15,4%** par rapport à mai 2022 et confirment ainsi la tendance baissière observée depuis le début de l'année.

¹<https://www.insee.fr/fr/statistiques/7625341#:text=Sur%20un%20an%2C%20selon%20l,produits%20manuf actur%C3%A9s%20et%20des%20services>

Les **commerces de centre-ville implantés sur rue** souffrent également, leur activité chutant de **-8,9%**. Le chiffre d'affaires des magasins implantés en **centres commerciaux, de centre-ville ou de périphérie**, diminue aussi fortement, respectivement de **-6,2%** et de **-7,8%**.

Seul l'**outlet** affiche une évolution positive de **+1,3%**, bien en deçà des belles performances relevées ces derniers mois.

FRÉQUENTATION : BAISSÉ DE -11,9% DU TRAFIC EN MAGASIN

De même, la baisse de fréquentation des points de vente est très marquée, chutant de **-11,9% en mai**, comparé à 2022.

INTERNET : BAISSÉ RECORD DE -11%

Au cours du mois de mai 2023, le Panel Retail Int. pour l'Alliance du Commerce relève également une **baisse record des ventes en ligne de -11% comparé à 2022**. Pour la première fois depuis le début de l'année, le web affiche une performance négative, en phase avec la baisse générale de l'activité dans le secteur.

« La mauvaise météo et les week-ends prolongés ont été extrêmement défavorables à l'activité des enseignes de mode au mois de mai. Les Français restent par ailleurs toujours contraints à faire des arbitrages de consommation en raison de l'inflation élevée. Cette baisse de la consommation a impacté aussi bien les magasins que les ventes Internet.

Cette mauvaise performance a mis fin au rattrapage de l'activité, même léger, observé depuis le début de l'année. Au-delà du chiffre d'affaires, les volumes de produits vendus régressent, marquant des signaux inquiétants pour notre marché.

Cette situation aggrave les difficultés de nombreuses enseignes qui doivent assumer également une hausse de leurs coûts de production et d'exploitation. Le poids des loyers commerciaux dont la dernière indexation s'élève à 6,29% plombe dangereusement les comptes d'exploitation des entreprises.

Nous appelons les Parlementaires, qui examinent actuellement une proposition de loi sur ce sujet², à élargir le plafonnement de l'ILC à toutes les entreprises, quelle que soit leur taille. Il en va de la survie de nombreux magasins et de dizaines de milliers d'emplois présents dans les territoires.

Entre fin 2019 et 2022, l'ILC a augmenté de 10% ! Tous les commerces, y compris ceux appartenant à des réseaux d'enseignes, ne pourront pas supporter deux années de hausses démesurées des loyers, totalement décorrélées de leur activité ! Il est temps d'agir pour contenir l'explosion des loyers. Il y a urgence ! », déclare Yohann PETIOT, Directeur général de l'Alliance du Commerce.

² https://www.assemblee-nationale.fr/dyn/16/dossiers/maintenir_provisoirement_plafonnement_indices_locatifs

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>