

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

ÉVOLUTION DU MARCHÉ DE L'HABILLEMENT EN OCTOBRE 2023

**Malgré une reprise de l'activité dans le courant du mois,
octobre reste marqué par une activité atone**
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. La période allant du 01/10/2023 au 31/10/2023 est comparée à la période allant du 02/10/2022 au 01/11/2022.

UN CHIFFRE D'AFFAIRES EN MAGASIN DÉCEVANT

Les enseignes de l'habillement du Panel Retail Int. pour l'Alliance du Commerce ont enregistré sur l'ensemble du mois d'**octobre 2023** un chiffre d'affaires atone en magasin, de **-0,1%** par rapport à octobre 2022. Cette absence de dynamique, malgré un calendrier favorable avec le décalage d'un jour férié¹, se compare à une performance historique décevante puisque l'activité en octobre 2022 était en retrait de -6,4% par rapport à 2021 et -4,9% par rapport à 2019.

Le mois d'octobre se caractérise par **deux périodes très distinctes** :

- **Du 1er au 14 octobre**, le maintien de températures moyennes bien au-dessus des normales de saison, comme cela fut le cas pour le mois de septembre, n'a pas incité à acheter la collection automne-hiver (baisse d'activité de -12,5% sur cette période comparée à l'année précédente).
- **Du 15 au 31 octobre**, le retour à des températures de saison a inversé la tendance avec une évolution des ventes de +12,3% par rapport à l'année précédente.

Au cumul depuis le début de l'année 2023, les ventes en magasin baissent de **-0,3% par rapport à l'année 2022**.

LES ZAC REPARTENT DE L'AVANT ET LES CENTRES-VILLES DÉCROCHENT

Les commerces en **zones d'activités commerciales et retail parks** enregistrent la plus importante hausse de chiffre d'affaires avec **+3,1%** par rapport à octobre 2022.

Les magasins implantés en **centres commerciaux de périphérie** affichent également une augmentation de CA, de **+1,8%**.

En revanche, **les centres-villes décrochent** : les magasins implantés en **centres commerciaux de centre-ville** et les commerces de **centre-ville implantés sur rue** voient leur activité chuter respectivement de **-1,8%** et de **-3,3%**.

L'**outlet** n'est pas épargné, affichant une baisse de chiffre d'affaires de **-5,2%**.

¹ Période d'analyse du 1er octobre au 31 octobre 2023 vs. une période de comparaison du 2 octobre au 1er novembre 2022.

TRAFIC EN MAGASIN : BAISSÉ DE FRÉQUENTATION DE PRÈS DE -3,4%

La fréquentation des points de vente enregistre également une baisse, de **-3,4%** en octobre, comparé à 2022.

VENTES EN LIGNE : LE E-COMMERCE MOINS BON QUE LE RETAIL

Une fois n'est pas coutume, le e-commerce réalise une moins bonne performance que les points de vente physiques. Ainsi, le panel enregistre pour le mois d'octobre une **décroissance des ventes en ligne de -4,2%** comparé à 2022.

Au cumul depuis le début de l'année 2023, les ventes en ligne progressent de **+3,2%** par rapport à l'année 2022.

« Le mois d'octobre a été à deux vitesses. La première moitié a été marquée par la poursuite des chaleurs exceptionnelles observées depuis la rentrée et qui a entraîné une chute de la consommation. Une seconde, marquée par le retour rapide des températures de saison et par conséquent de la nécessité pour de nombreux Français, et notamment les enfants, de s'équiper.

Ce besoin a profité aux emplacements de proximité et aux petites et moyennes agglomérations mais au global le bilan d'activité pour octobre reste décevant.

Le secteur de l'habillement continue de souffrir d'une consommation contrainte pour de nombreux Français. Le recul de l'activité de ces derniers mois accentue les difficultés des entreprises. Plusieurs d'entre elles ont encore fait l'objet de procédures judiciaires le mois dernier.

*La période des fêtes de fin d'année, qui va s'ouvrir avec l'événement du Black Friday le 24 novembre, est donc cruciale pour la réussite des enseignes. Près de 20% de l'activité est réalisée sur les mois de novembre et décembre. Nous n'avons pas le droit de rater ce temps de fort de l'activité commerciale ! », 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>