

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

ÉVOLUTION DU MARCHÉ DE L'HABILLEMENT EN NOVEMBRE 2023

**ACTIVITÉ EN BAISSSE DE -2% : UN MOIS DE NOVEMBRE MOROSE, UN BLACK FRIDAY DÉCEVANT**

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 01/11/2023 au jeudi 30/11/2023 est comparée à la période allant du 02/11/2022 au 01/12/2022.*

**UNE PRÉOCCUPANTE BAISSSE DE CHIFFRE D'AFFAIRES DE -2% EN NOVEMBRE**

Les enseignes de l'habillement du Panel Retail Int. pour l'Alliance du Commerce ont enregistré sur l'ensemble du mois de **novembre 2023** une baisse de leur chiffre d'affaires en magasin de **-2%** par rapport à novembre 2022. Pour rappel en 2022, l'activité connaissait déjà une baisse d'activité de **-1,4%** par rapport à 2021 et de **-3,4%** par rapport à 2019.

Le **Black Friday** a également connu une activité décevante avec une baisse de chiffre d'affaires de **-1,9%** durant la semaine du 20 au 27 novembre.

**Au cumul** depuis le début de l'année 2023, les ventes en magasin baissent de **-0,4%** par rapport à l'année 2022.

**PRESQUE TOUS LES EMPLACEMENTS SUBISSENT UNE BAISSSE D'ACTIVITÉ**

Tous les emplacements commerciaux subissent une diminution de leur chiffre d'affaires en novembre.

Les commerces en **zones d'activités commerciales et retail parks** enregistrent une baisse de chiffre d'affaires de **-2,8%** par rapport à octobre 2022. Les magasins implantés en **centres commerciaux de périphérie** affichent quant à eux une perte de CA de **-2,1%**.

Bien qu'également en diminution, **les commerces de centre-ville ont mieux résisté** que ceux implantés en périphérie avec une **baisse d'activité de -1,9%** pour les commerces sur rue et **-0,7%** pour les magasins implantés en centre commercial.

**TRAFIC EN MAGASIN : FORTE BAISSSE DE FRÉQUENTATION DE -5,1%**

La **fréquentation des points de vente** enregistre également une baisse de **-5,1%** en novembre comparé à 2022 et concerne l'ensemble des emplacements. La baisse de trafic est également marquée sur la période de **Black Friday (-3,1%)**.

## VENTES EN LIGNE : -1% POUR LE E-COMMERCE

Le panel enregistre pour le mois de novembre une **décroissance des ventes en ligne de -1%** comparé à 2022.

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

\*\*\*\*\*

*« Les chiffres du mois de novembre confirment que le secteur de l'équipement de la personne continuent de souffrir de l'inflation et des arbitrages d'achat des consommateurs. La baisse de la consommation touche aussi bien les magasins que les ventes en ligne.*

*Face aux contraintes de pouvoir d'achat, les français achètent moins d'habillement et de chaussure ou achètent moins cher en favorisant les petits prix ou la seconde main.*

*Alors que commencent les dernières semaines d'activité avant Noël, il est essentiel pour beaucoup d'enseignes de réussir cette fin d'année pour tenter de sauver un deuxième semestre d'activité morose.*  
», 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](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>