

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Bilan du marché de la mode en 2023 et enjeux 2024

**Le marché de l'habillement perd 3,5% de sa valeur en 2023 par rapport à 2022.
2024, une année incertaine et complexe pour les acteurs de la mode.**

Panel Retail Int. pour l'Alliance du Commerce

N.B. : Le panel compare les performances des entreprises de l'année 2023 avec celles réalisées en 2022.

« 2023 confirme la tendance de baisse de la consommation. La baisse des ventes en magasin et la stabilisation du e-commerce, désormais quasiment aligné avec la croissance des points de vente, témoignent de la tendance générale. Les clients cherchent, dans un contexte de dépenses toujours contraintes par l'inflation générale, à consommer moins mais aussi moins cher », souligne Emmanuel DE COURCEL, fondateur et CEO de Retail Int.

« 2024 s'annonce encore incertaine pour les enseignes. Si les Jeux olympiques permettent d'espérer un élan d'activité pour le pays, l'année s'ouvre avec les tensions en mer Rouge, de nouveaux mouvements sociaux et un pouvoir d'achat toujours restreint pour de nombreux Français. Dans ce contexte, les enseignes de mode risquent de continuer de souffrir d'une consommation en berne.

N'oublions pas que le secteur de la mode reste le premier employeur du commerce de détail hors alimentaire ! Malgré les procédures judiciaires et les pertes d'emplois qui se sont succédées depuis la crise sanitaire, un salarié sur neuf du commerce de détail travaille au sein d'un magasin de mode.

Les enseignes de la mode ont plus que jamais besoin d'un Ministre et d'un Gouvernement pleinement engagés. Nous attendons des pouvoirs publics des mesures fortes et concrètes pour soutenir les entreprises du commerce, notamment s'agissant de l'augmentation de leurs loyers et charges locatives.

À quelques mois des élections européennes, nous demandons au Gouvernement de s'engager pour l'abandon du projet de réduction des délais de paiement à 30 jours et pour la suppression rapide du seuil de 150 euros applicables aux droits de douanes sur les produits importés. Il faut sans attendre renforcer la lutte contre la concurrence déloyale des plateformes en ligne internationales », déclare Yohann PETIOT, Directeur général de l'Alliance du Commerce.

MARCHÉ DE L'HABILLEMENT : PERTE DE 3,5% DE SA VALEUR EN 2023 PAR RAPPORT À 2022

Le marché de l'habillement a perdu 3,5% de sa valeur entre 2022 et 2023 selon le panel Retail Int. pour l'Alliance du Commerce. Cette perte s'explique notamment par :

- **La baisse de -0,6% du chiffre d'affaires en magasin à périmètre constant.** Alors que les points de vente ont connu un premier semestre dynamique (+2,4% au cumul à fin juillet grâce aux périodes de soldes), le décrochage de la consommation à compter du mois d'août a fortement pénalisé la fin de l'année 2023.

- **La faible augmentation des ventes en ligne (+2%) qui ne compense plus la baisse des ventes en magasin.** Après avoir connu une hausse importante durant la crise sanitaire, **les ventes en ligne se stabilisent à un niveau d'environ 80% supérieur à celui de 2019.**
- **Les défaillances d'enseignes et les fermetures de points de vente.** Au moins **4 000 emplois** ont été supprimés en 2023.

Au global, le marché ne retrouve pas son niveau d'avant la crise sanitaire et enregistre une perte de 9% depuis 2019.

TRAFIC EN MAGASIN : BAISSÉ DE -2,8% DE LA FRÉQUENTATION DES POINTS DE VENTE

La fréquentation des points de vente enregistre une **baisse de -2,8% entre 2022 et 2023.** La **hausse de +3% du panier moyen** ne parvient pas à compenser cette chute de trafic, d'autant que le taux de transformation régresse de -1%.

Cette baisse confirme la modification des comportements d'achats des Français sous l'effet de la crise sanitaire et de l'inflation. Depuis quatre ans, les magasins ont perdu 18,8% de leur fréquentation, soit la perte de près d'un client sur cinq !

LES CENTRES COMMERCIAUX REBONDISSENT LÉGÈREMENT EN 2023 SANS RATTRAPER LE RETARD ACCUMULÉ DURANT LA CRISE

Sur un marché atone, les **centres commerciaux de centre-ville** et de **périphérie** enregistrent les meilleures performances avec respectivement une hausse de **+2%** et de **+1%** de leur activité.

À l'inverse, les commerces sur rue en centre-ville et ceux implantés en **zone d'activité commerciale** et **retail parks** connaissent une baisse de leur chiffre d'affaires de **-1%** et **-2%** en 2023.

Au global, comparé à leur activité en 2019, les centres commerciaux de périphérie et les commerces en centre-ville accusent encore un retard important d'activité par rapport aux autres implantations (respectivement de -6% et de -5%).

Seuls les **outlets, proposant des collections passées à prix attractifs**, bénéficient d'une performance favorable avec une **augmentation de 13%** de leur activité depuis 2019.

2024 UNE ANNÉE INCERTAINE ET COMPLEXE POUR LES ACTEURS DE LA MODE

Les enseignes devront faire face en 2024 à une équation compliquée marquée par :

- Des **hausse de charges importantes** : +11,6% d'augmentation de l'indexation des loyers en deux ans, entre 2021 et 2023, multiplication par 5 du coût du transport maritime depuis le mois d'octobre.
- Un **contexte macro-économique fragile** (ralentissement de la croissance, remontée du chômage) susceptible de peser sur la consommation des Français malgré une inflation maîtrisée.
- Un **contexte politique et social risqué** aussi bien en France (blocages des agriculteurs, annonce de grèves RATP, risque de montée des revendications en vue des élections européennes etc.), qu'à l'international (tensions en mer Rouge, poursuite de la guerre en Ukraine).
- Une **concurrence accrue sur Internet** avec la forte montée en puissance des plateformes internationales, notamment chinoises

Les **retombées économiques** des Jeux olympiques restent incertaines. Si la compétition internationale permettra un dynamisme global de l'activité avec l'accueil de millions de visiteurs, son impact direct pour les commerces de l'habillement restent hypothétiques, notamment dans les segments du luxe.

Avec **220 000 salariés**, la mode reste le **premier employeur du commerce de détail spécialisé**. Afin de soutenir ce secteur qui contribue au dynamisme local et à la création d'emplois dans les territoires, il est urgent d'aboutir à la **concrétisation d'une politique favorable au commerce**.

Depuis sa mise en place le 25 avril 2023, l'Alliance du Commerce est pleinement engagée dans les travaux du Conseil national du commerce et demande que **des premières mesures concrètes puissent être mises en œuvre rapidement** pour les entreprises du commerce, notamment dans **l'encadrement des relations avec les bailleurs, le soutien aux investissements « verts »** ou encore en matière de **simplification**.

Alors que les **élections européennes** auront lieu au mois de juin prochain, l'Alliance du Commerce demande **l'abandon du projet de la Commission européenne de réduire les délais de paiement à 30 jours et le maintien de la réglementation française permettant de négocier des délais allant jusqu'à 60 jours ou 45 jours fin de mois**. Le projet européen aurait un impact d'environ 1,6 milliard d'euros sur la trésorerie des enseignes au détriment également des industriels européens.

L'Alliance du Commerce demande enfin que la France soutienne au niveau européen la **suppression rapide du seuil de 150 euros** pour l'application des droits de douanes aux produits importés afin de lutter contre la concurrence déloyale des plateformes en ligne.

SOLDES D'HIVER 2024 TRÈS DÉCEVANTS : -6% SUR TROIS SEMAINES

Les trois premières semaines de soldes - du mercredi 10 janvier au dimanche 28 janvier 2024 - ont enregistré une baisse d'activité de **-6%** par rapport à la période comparable en 2023. Les ventes en ligne suivent la même tendance que les magasins physiques.

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>