

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

ÉVOLUTION DU MARCHÉ DE L'HABILLEMENT EN MARS 2024

+3,7% EN MAGASIN EN MARS : DES VENTES SOUTENUES PAR UN CALENDRIER FAVORABLE

MAIS UNE CONSOMMATION QUI RESTE FRAGILE

Panel Retail Int. pour l'Alliance du Commerce

Le panel compare les performances 2024 des entreprises avec celles réalisées en 2023. Tous les chiffres du panel sont indiqués à périmètre constant. La période allant du 01/03/2024 au 31/03/2024 est comparée à la période allant du 03/03/2023 au 02/04/2023.

+3,7% : UN CHIFFRE D'AFFAIRES EN HAUSSE EN MAGASIN

Les enseignes de l'habillement du Panel Retail Int. pour l'Alliance du Commerce ont enregistré sur l'ensemble du mois de **mars 2024** une hausse de chiffre d'affaires de **+3,7% en magasin**.

Cette performance est à analyser avec prudence étant donné l'historique mauvais du mois de mars 2023 marqué par la mobilisation contre la réforme des retraites qui avait impacté l'activité en magasin (-1,1% par rapport à mars 2022). Les enseignes de l'habillement ont également bénéficié d'un **effet calendaire favorable** avec le week-end de Pâques qui est tombé en mars cette année alors qu'il était en avril l'année dernière. Ce week-end prolongé a favorisé le tourisme, les loisirs et notamment le shopping, y compris dans le secteur de l'habillement.

Toutefois, malgré cette performance positive, les ventes en magasin affichent toujours une baisse de -2,1% par rapport à 2023 au cumul depuis le début de l'année 2024.

FORTE ATTRACTIVITÉ DES COMMERCES DE CENTRES COMMERCIAUX IMPLANTÉS EN CENTRE-VILLE ET DES OUTLETS

Les **commerces de centres commerciaux** implantés en **centre-ville** et les magasins **outlet** enregistrent les plus fortes hausses du mois de mars : respectivement **+6,9%** et **+6,7%**.

Les **centres commerciaux de périphérie (+4,1%)**, les **commerces implantés sur rue en centre-ville (+3,5%)** et les commerces en **zones d'activités commerciales et retail parks (+3,1%)** affichent également de bonnes performances.

TRAFIC EN MAGASIN : HAUSSE DE FRÉQUENTATION DE 5,3%

La fréquentation des points de vente enregistre également une croissance forte de **+5,3%** en mars comparé à 2023, ce qui induit un recul du taux de transformation en magasin de **-2,5%**.

VENTES EN LIGNE : LE E-COMMERCE EN BAISSÉ DE -5% EN MARS

Le Panel Retail Int. pour l'Alliance du Commerce relève pour le mois de mars une **performance très décevante pour le commerce sur Internet** : les ventes en ligne ont enregistré une baisse de chiffre d'affaires de -5% par rapport à mars 2023. Cette diminution s'inscrit dans la continuité de l'activité observée depuis le début de l'année 2024 (-6%).

« Les magasins des enseignes d'habillement ont enregistré une belle performance au mois de mars. Cette performance a été portée par le long week-end de Pâques qui a favorisé le tourisme et le shopping. Nous avons également rattrapé un peu de l'activité qui nous avait manqué en magasin l'année dernière en raison des manifestations contre la réforme des retraites.

*Depuis le début de l'année, les magasins enregistrent toujours un retard d'activité par rapport à l'année dernière. Les tendances de consommation restent donc très fragiles comme en témoignent les ventes sur Internet qui continuent de baisser depuis le début de l'année », 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>