

Coup de froid sur les ventes françaises de textile-habillement en mai (-6%)

A l'image du ciel pluvieux, la morosité était de mise en mai concernant les ventes des distributeurs mode en France (hors VAD), qui ont reculé de 6% par rapport à mai 2023, exprime l'Institut français de la mode (IFM) dans son bilan provisoire. Si l'on se réfère à la période d'avant-Covid, il s'agit d'un repli de 3,6% comparé à mai 2019.

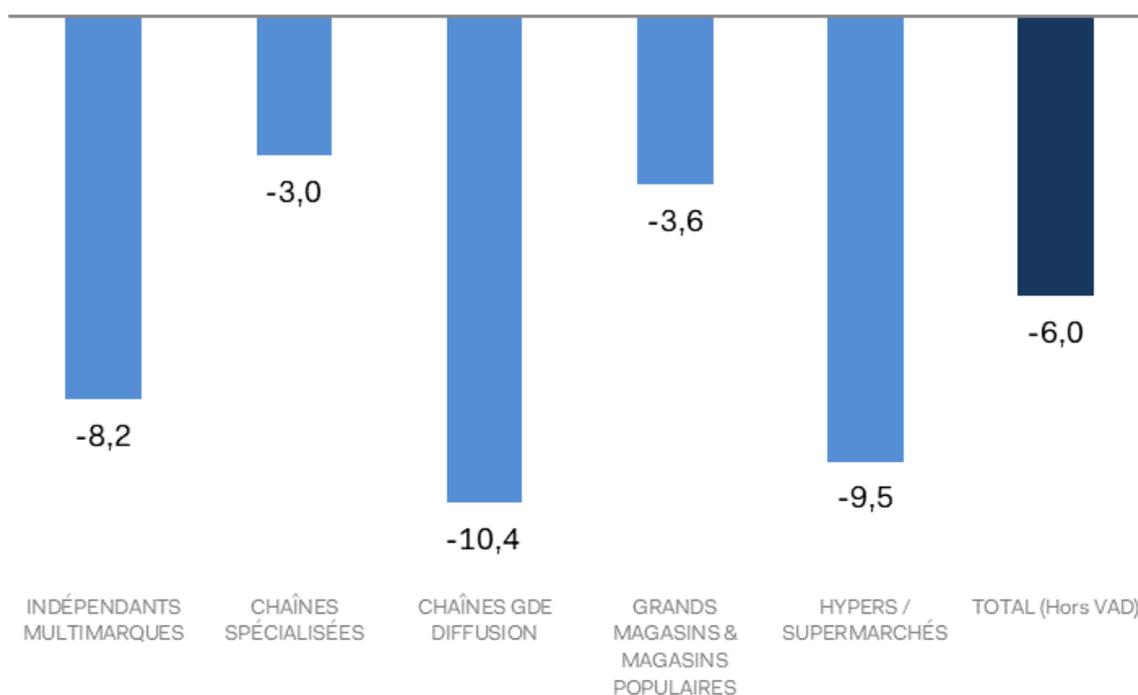


Shutterstock

L'ensemble des acteurs a connu un revers le mois dernier. Avec néanmoins une baisse plus contenue pour les chaînes spécialisées ([Etam](#), [Celio](#), [Bonobo](#)...), affichant un repli de 3%, et les grands magasins et magasins populaires ([Printemps](#), [Galeries Lafayette](#), [Monoprix](#)...) dont l'activité s'est contractée de 3,6%.

La baisse est plus marquée pour les indépendants multimarques (-8,2%), les hypers-supermarchés (-9,5%), et surtout les chaînes de grande diffusion

([La Halle](#), [Kiabi](#), [Gémo](#)...) dont le chiffre d'affaires a plongé de 10,4% le mois dernier.



Evolutions des ventes en mai 2024 par circuit de distribution, par rapport à mai 2023 – IFM

Tous circuits confondus, les ventes en ligne de ces acteurs sont restées stables (-0,5%) en mai, alors que l'activité des magasins physiques a reculé de 6,4% par rapport à mai 2023.

Ce délicat mois de mai pèse sur le bilan des cinq premiers mois de l'année, qui fait part d'une baisse d'activité globale de 2% comparé à la période de janvier à mai 2023. Une tendance qui s'inscrit entre l'hypothèse la plus négative (-4%) et l'hypothèse médiane (-1%) des trois scénarios dressés par l'Institut pour l'ensemble de l'année 2024. L'hypothèse la plus optimiste table sur une croissance de 2%.

L'an dernier, en 2023, c'est un repli de 1,3% qui a été enregistré par le marché, ce qui correspondait à une baisse en volume de l'ordre de -4% en un an.