



PARIS : Habillement, baisse de 24% du chiffre d'affaires en magasin par rapport à 2019

Written by [Floriane](#). 4 Février 2022

Un mois de janvier très décevant impacté par les mesures sanitaires.

UNE BAISSÉ DE CHIFFRE D'AFFAIRES TRÈS PRÉOCCUPANTE

Les enseignes de l'habillement du **Panel Retail Int. pour l'Alliance du Commerce** ont enregistré sur l'ensemble du mois de janvier 2022 une **très forte baisse de leur chiffre d'affaires de -23,7%** en magasin par rapport à janvier 2019 (à périmètre constant).

Le mois de janvier, porté par les soldes d'hiver, est habituellement le **deuxième mois d'activité de l'année** pour les entreprises de l'habillement, après le mois de décembre. Cette année, le mois de janvier a été fortement marqué par les conséquences des mesures sanitaires prises pour lutter contre la 5^e vague de la Covid-19.

Le nombre très élevé de cas positifs ou contacts, la mise en place du télétravail obligatoire 3 à 4 jours par semaine ou encore les difficultés liées à la garde des enfants dont les classes ont été fermées ont entraîné une chute des déplacements des Français dans les lieux de commerce et une quasi-désertification des centres-villes et des centres commerciaux. Par ailleurs, le retour de l'inflation (+2,9% en janvier selon l'INSEE), notamment la hausse des prix de l'énergie (+19,7% en janvier selon l'INSEE), pèse sur le pouvoir d'achat des Français et contraint probablement leurs dépenses sur leurs autres postes de consommation, tels que l'habillement.

UN CHIFFRE D'AFFAIRES PARTOUT EN REcul

En janvier, les commerces situés dans les **gares** sont les principales victimes de la situation sanitaire et économique avec une chute de chiffre d'affaires de près de 37%, principalement du fait de la réduction des déplacements des Français en situation de télétravail.

Le chiffre d'affaires est également en net recul dans **les centres commerciaux** (situés aussi bien en périphérie qu'en centre-ville), **avec une baisse d'activité supérieure à 26%, et dans les commerces de centre-ville, avec une décroissance de l'activité de -24%.**

UN TIERS DE CLIENTS EN MOINS DANS LES MAGASINS

La fréquentation en magasin est en très fort en recul comparé à 2019, avec **une baisse de l'ordre de 34%** (à périmètre constant). La chute de trafic est supérieure à la moyenne dans les centres commerciaux (-37%) et dans les gares (-46%).

L'ACTIVITÉ EN LIGNE NE COMPENSE PAS LA FAIBLESSE DE L'ACTIVITÉ EN MAGASIN

Au cours du mois de janvier 2022, le panel observe une **croissance de ses ventes de seulement 47% comparé à 2019** (quand elle avait été de 113% sur l'ensemble de l'année 2021), et même une décroissance de -5% comparé à janvier 2021.

DES SOLDES TRÈS DÉCEVANTS

Après 19 jours (du 12 au dimanche 30 janvier), les soldes restent décevants avec une perte d'activité de 26% par rapport à 2019. Ils s'inscrivent donc en cohérence avec le bilan global du mois de janvier et la tendance observée, y compris avec le démarrage des soldes.

DES MESURES NÉCESSAIRES POUR ACCOMPAGNER TOUS LES COMMERCE D'HABILLEMENT

La situation très dégradée du début de l'année met de nouveau **en difficulté les commerçants**. Le mois de janvier, où l'activité est traditionnellement forte, permet aux entreprises d'écouler leurs stocks et de **reconstituer leur trésorerie** nécessaire à l'achat de leurs prochaines collections, à leurs investissements et au remboursement de leur dette. De nombreuses entreprises doivent commencer à rembourser leurs prêts garantis par l'État dès 2022. De même, de nombreuses enseignes ont subi **l'augmentation de leurs loyers** au 1^{er} janvier, avec des hausses automatiques comprises entre 2,6 et 3,5%^[1] !

La chute d'activité en janvier met donc à mal la situation financière des entreprises et leur plan de trésorerie. Aussi, nous demandons aux pouvoirs publics :

- **de prolonger pour toutes les entreprises qui en ont besoin la période de remboursement des prêts garantis de l'État (PGE).** Actuellement, la mesure annoncée par le Ministre Bruno Le Maire concerne uniquement les prêts inférieurs à 50.000 euros, et par conséquent uniquement les très petites entreprises. Il est indispensable d'élargir cette mesure aux PME et ETI qui le demandent ;
- **d'étendre à tous les acteurs du commerce les mesures de soutien économiques et sociales mises en place** : activité partielle sans reste à charge, aide exceptionnelle au paiement des cotisations salariales, etc. Les mesures actuellement annoncées par le Gouvernement laissent de côté les entreprises de l'habillement qui sont pourtant impactées directement par les mesures sanitaires prises ;

– de **prendre des mesures pour contenir, dès 2022, la hausse automatique des loyers** liée à l'évolution de l'indice des loyers commerciaux.

« Janvier est un mois d'activité crucial pour les entreprises. La flambée épidémique et les mesures sanitaires prises pour la contrôler ont fortement touché l'activité des enseignes. Par ailleurs, l'inflation actuelle pèse lourdement sur le pouvoir d'achat des Français et leur consommation. Ainsi, le début d'année 2022 est beaucoup plus compliqué que prévu, avec une inquiétante baisse de CA de l'ordre de -24%.

*Dans ces conditions, il est urgent que le Gouvernement étende à toutes les entreprises du commerce les mesures de soutien mises en place pour les secteurs affectés par la crise et qu'il mette en place une solution rapide pour contenir dès 2022 la hausse automatique des loyers des commerçants ! », 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 50 enseignes d'habillement représentant plus de 8.000 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>