

H&M, en pertes au premier trimestre de son exercice, veut regagner la confiance des Chinois

Publié le 31/03/2021 à 16h33



(AOF) - H&M a publié aujourd'hui perte après impôt lors du premier trimestre de son exercice 2021 (période décembre 2020-février 2021) de 1,07 milliard de couronnes suédoises (SEK), soit environ 104,55 millions d'euros, contre un bénéfice de 1,93 milliard de SEK un an plus tôt. Le numéro deux mondial du prêt-à-porter a notamment souffert de la seconde vague de covid-19, qui a entraîné des restrictions importantes. Jusqu'à 1 800 magasins ont ainsi été temporairement fermés, ce qui représente environ 36% du nombre total de magasins du groupe.

Par conséquent, les ventes nettes de H&M sont reculé de 27,1% à 40 060 millions de SEK (environ 3,91 milliards d'euros), bien que les ventes en ligne aient continué de très bien se développer.

Le groupe a toutefois précisé qu'en mars 2021 (du 1er au 28), les ventes avaient augmenté de 55% en monnaies locales par rapport à la même période en 2020.

par ailleurs, en parallèle de ses résultats, le groupe de prêt-à-porter a tenu à répondre au boycott dont il est victime sur les réseaux sociaux chinois après des propos tenu en septembre dernier sur e sort des travailleurs Ouïghours dans la région du Xinjiang.

"La Chine est un marché très important pour nous et notre engagement à long terme envers ce pays reste fort, déclare H&M dans un communiqué. Présents dans le pays depuis plus de trente ans, nous avons été témoins de progrès remarquables dans l'industrie textile chinoise".

"Nous sommes déterminés à regagner la confiance de nos clients, de nos collègues et de nos partenaires commerciaux en Chine", a encore déclaré le groupe suédois.

Difficultés inédites pour les grands magasins

Le secteur doit affronter une conjonction d'épreuves inédites suite à la crise sanitaire : fermeture des points de vente, désertion des clients internationaux et désaffection des Français pour la mode. Les Galeries Lafayette vont perdre la moitié de leur chiffre d'affaires cette année (soit 1,7 milliard d'euros) et subir des pertes d'exploitation très significatives, comme ils n'en ont jamais enregistré depuis vingt-cinq ans. Le retour en France des touristes internationaux devrait être très progressif. Le groupe estime qu'il ne devrait retrouver le niveau de 2019 qu'en 2024. Le Bon Marché ou Le BHV pâtissent également du télétravail et des nouvelles restrictions à l'utilisation de la voiture dans la capitale. Le groupe Printemps, qui a obtenu un PGE de 150 millions d'euros, va fermer sept magasins en France. Pour se redresser, les acteurs misent sur le numérique et modifient leur positionnement en se tournant davantage vers la clientèle locale et en transformant les magasins en des lieux de vie.