

Le Monde

Le mauvais bilan des soldes d'hiver sape le moral du marché de la mode

Le prolongement jusqu'au 2 mars de cette période de prix cassés n'a pas permis de relancer les ventes d'habillement en France. En cause, notamment, le couvre-feu à 18 heures et la fermeture des grands centres commerciaux, fin janvier.

Par [Juliette Garnier](#)

Publié le 4 mars 2021

Rien n'y a fait. Malgré le report du début des soldes d'hiver au 20 janvier, soit deux semaines plus tard que prévu, [et la prolongation jusqu'au 2 mars](#) de cette période au cours de laquelle les commerçants sont autorisés à revendre à perte, le marché français de l'habillement ne connaît aucune embellie. Les ventes sont en chute libre. La dégringolade est plus forte encore qu'en 2020 (- 18,8 %, selon l'IFM, l'Institut français de la mode). Elle atteint 22,4 % dans les magasins de vêtements, en moyenne, selon le panel établi par Retail Int pour l'Alliance du commerce, une fédération de commerçants. Dans les TPE du commerce, « *la baisse d'activité est de l'ordre de 20 % à 30 %* », assure Marc Sanchez, secrétaire général du Syndicat des indépendants.

« *Cette très mauvaise performance s'explique principalement par la fermeture de près de 25 000 points de vente depuis le 31 janvier* », à la suite des décisions gouvernementales imposant aux surfaces commerciales de plus de 20 000 m² de tirer le rideau, pour éviter le brassage de populations et tenter de juguler la propagation du Covid-19, selon un communiqué de l'Alliance du commerce. La part des points de vente exploités par les enseignes dans ces grands centres commerciaux « *pèse très lourd dans leurs comptes* », note Emmanuel Le Roch, délégué général de la fédération du commerce spécialisé Procos.

Le couvre-feu imposé en France à 18 heures dès le 16 janvier a, en outre, sapé la fréquentation des magasins. La perte d'activité induite par cette fermeture anticipée des commerces serait de l'ordre de 20 %. Et, en dépit de forts taux de démarque, les chaînes n'ont pas attiré les foules, en cours de journée ou le week-end, pour acheter pulls, manteaux et bottes. « *Elles ont encore du stock sur les bras* », note M. Le Roch.

Contre-performance

« *Le couvre-feu a annihilé tous les espoirs attendus du report et du rallongement des soldes* », résume aussi M. Sanchez. D'autant qu'ils se sont déroulés après un mois de janvier médiocre, plombé, précisément, par l'absence de prix cassés propres à attirer ceux qui veulent dépenser leurs étrennes. Les ventes ont alors reculé de 13,2 % par rapport à janvier 2020, selon l'IFM.

Ce marché paie un lourd tribut en ce début d'année. Il plonge davantage que d'autres secteurs. La « *consommation des ménages en biens s'est repliée de 4,6 %* », en janvier 2021, par rapport à décembre 2020, selon le cabinet d'études macroéconomiques RichesFlores Research.

Le marché français commence l'année 2021 « avec le handicap d'avoir raté la période des soldes », pointe Emmanuel Le Roch

Cette contre-performance intervient pourtant après un redressement des ventes en décembre (+ 8,6 % en France, après un recul de 8,2 % en novembre, d'après l'Insee). Celles d'articles de mode avaient bondi de 13,4 % en magasins, selon l'IFM. « *La consommation était au rendez-vous* », note M. Le Roch, en regrettant le démarrage trop tardif des soldes d'hiver par rapport à la conjoncture, pourtant favorable, de fin 2020.

Le marché français commence l'année 2021 « *avec le handicap d'avoir raté la période des soldes* », pointe M. Le Roch. Et, alors que les magasins mettent en rayon robes, chemisettes et polos, le secteur craint que mars 2021 ressemble à mars 2020, mois marqué par la mise en place des premières mesures de confinement et la fermeture des boutiques pour deux mois. Le printemps 2020 fut sanglant. Avait alors commencé la vague de redressements judiciaires d'enseignes (André, La Halle et autres Camaïeu), qui s'est soldée par la suppression de près de 17 000 emplois dans le secteur en 2020.

Marasme

« *La situation actuelle est différente, juge M. Le Roch. L'Etat a mis en place des aides.* » Toutefois, le risque de restructurations financières plane. « *Tout dépendra de la durée de fermeture des centres commerciaux* », prévient le délégué général de Procos. L'adoption de mesures de confinement local lors des week-ends, à l'instar de ce qui a été décrété à Dunkerque et dans les Alpes-Maritimes, le 25 février, inquiète aussi. Le sort de l'Ile-de-France, région qui représente 30 % de l'économie nationale, tourmente les commerçants.

Sans attendre, le Syndicat des indépendants réclame que le gouvernement assouplisse les conditions d'accès au fonds de solidarité des TPE confrontées à des problèmes de financement, faute d'avoir renfloué leur trésorerie pendant les soldes.

Malgré ce marasme, Primark confirme ses ambitions en France. La bête noire des chaînes d'habillement a annoncé, le 2 mars, ouvrir un magasin à Rouen (Seine-Maritime), trois ans après celui du Havre. L'enseigne irlandaise, connue pour ses prix très bas, exploite une quinzaine de magasins en France. Dans le centre Cité Europe, à Coquelles (Pas-de-Calais), le samedi 30 janvier, au dernier jour d'exploitation de cet espace contraint à la fermeture, un millier de personnes ont afflué dans le magasin que Primark venait d'inaugurer sur 4 000 m².

Juliette Garnier