

LE MARCHÉ DE LA MODE POURSUIT SA RECESSION

Pénalisée par l'inflation, l'activité des enseignes d'habillement ne retrouve pas son niveau d'avant-crise.

9 février, 2024 par



BERVILY Elodie

Crédit photo : josh hodge

En 2023, les enseignes de mode ont affiché une activité en magasin et sur internet en baisse de 3,5 % par rapport à l'année précédente, selon le panel Retail Inc. de l'Alliance du Commerce. En cause, la baisse du nombre de points de vente en raison de défaillances d'enseignes et de fermetures de boutiques en difficultés. 4 000 emplois ont ainsi été supprimés au cours de l'année 2023. À périmètre constant, l'activité des magasins a baissé de 0,6 % en valeur entre 2022 et 2023. Du côté des ventes en ligne, les nouvelles sont à peine meilleures avec une progression des ventes de seulement 2 % qui ne compense pas le recul de celles enregistrées en magasin. « La baisse des ventes en magasin et la stabilisation du e-commerce, désormais quasiment aligné avec la croissance des points de vente, témoignent de la tendance générale. Les clients cherchent, dans un contexte de dépenses toujours contraintes par l'inflation générale, à consommer moins mais aussi moins cher », précise Emmanuel de Courcel, fondateur et CEO de Retail Int. Au global, le marché français de la mode ne retrouve toujours pas son niveau d'avant-crise. Par rapport à 2019, il s'inscrit en recul de 9 %. « Cette baisse confirme la modification des comportements d'achats des Français sous l'effet de la crise sanitaire et de l'inflation », déplore l'Alliance du Commerce.

Des perspectives 2024 mal orientées

En dehors des outlets, en hausse de 13 % par rapport à 2019, tous les types d'emplacement des enseignes d'habillement sont à la peine : les centres commerciaux de périphérie sont en baisse de 6 % et les commerces en centre-ville accusent un retard de 5 % sur la période. Côté affluence en magasin, les nouvelles sont également mauvaises. La fréquentation des points de vente a fortement chuté en 2023, elle s'inscrit en baisse de près de 3 % par rapport à l'année précédente. Le phénomène est néanmoins en partie compensé par une hausse du panier moyen (+3 %), mais le taux de transformation est en berne (-1 %). Et les perspectives 2024 semblent mal orientées selon les acteurs du secteur qui pointent de nombreux vents contraires : un contexte économique encore fragile, la hausse continue des coûts d'exploitation des enseignes (charges locatives, transport maritime...), un contexte politique et social risqué en France et à l'international et une concurrence accrue en ligne avec la montée en puissance des plates-formes chinoises sur le marché de l'habillement. « Les retombées économiques des Jeux olympiques restent incertaines. Si la compétition internationale permettra un dynamisme global de l'activité avec l'accueil de millions de visiteurs, son impact direct pour les commerces de l'habillement reste hypothétique », précisent, par ailleurs, les représentants de la profession.