

IJM



DISTRIBILAN

/ OBSERVATOIRE ÉCONOMIQUE

JANVIER 2012 - N° 204

LES DERNIERS RÉSULTATS DE LA CONSOMMATION D'ARTICLES D'HABILLEMENT ET TEXTILES

NOVEMBRE 2011 : LA CONSOMMATION EST EN RECU DE 6,7 %

La consommation d'articles mode et textiles s'est sensiblement dégradée depuis l'été. Les résultats du mois de novembre indiquent que la tendance négative s'est poursuivie : les ventes textile-habillement ont ainsi connu un repli de 6,7 % en valeur par rapport à novembre 2010. Il faut toutefois rappeler que la référence de l'année dernière était relativement élevée, puisque la consommation avait progressé de 1,7 % par rapport à novembre 2009.

Hormis les magasins populaires qui ont totalisé en novembre un chiffre d'affaires comparable à celui de 2010, tous les circuits de distribution ont subi un repli de leur activité commerciale. Les résultats sont compris entre un retrait de 4,7 % pour les grands magasins et un recul de 8,5 % pour les chaînes grande diffusion.

Au total, pour l'ensemble de la période janvier-novembre 2011, la consommation textile-habillement s'est repliée de 2,8 % en valeur par rapport à 2010. Au sein des différents rayons de l'habillement, les ventes de vêtements masculins ont relativement mieux résisté avec des reculs de 1,9 % pour le prêt-à-porter et de 2 % pour les petites pièces. Par ailleurs, les ventes de linge de maison n'ont diminué que de 1 % au cours de la même période.

GILDAS MINVIELLE
gminvielle@ifm-paris.com

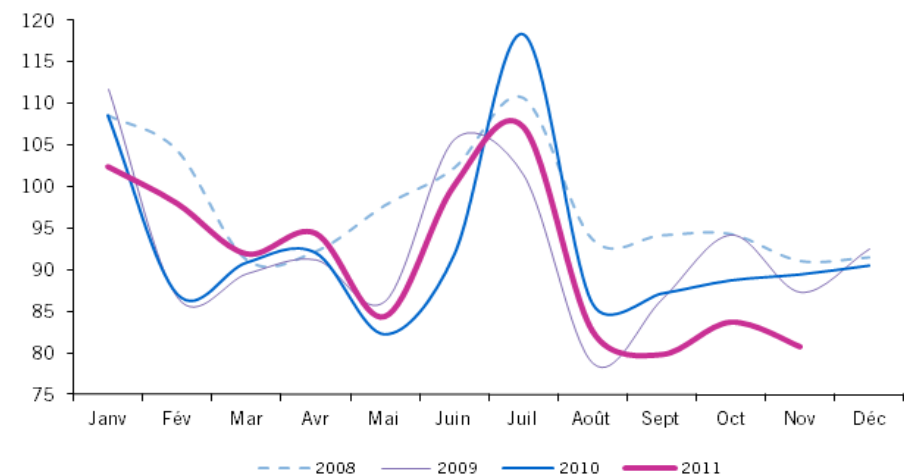
RÉSULTATS DU MOIS DE NOVEMBRE 2011 EN VALEUR

VARIATION DE CHIFFRE D'AFFAIRES SUR NOVEMBRE 10 (En %, à surf. comparable)	INDÉPENDANTS MULTIMARQUES	CHAÎNES SPÉCIALISÉES	CHAÎNES GDE DIFF.	GRANDS MAGASINS	MAGASINS POPULAIRES	V.A.D. (*)	HYPERS- SUPERS	TOTAL
PRET-À-PORTER HOMME	-4.8	-7.3	-19.8	-3.8	...	+6.5	-19.3	-7.5
PETITES PIÈCES HOMME	-1.5	-6.8	-6.0	+1.3	-12.6	+6.5	-10.3	-4.1
SOUS-VÊTEMENTS & CHAUSSANTS HOMME	-0.3	-10.7	-0.3	-7.9	*	+6.5	+3.4	-0.6
PRET-À-PORTER FEMME	-7.4	-8.8	-14.7	-6.0	+4.0	-7.7	-15.8	-9.2
PETITES PIÈCES FEMME	-6.0	-8.0	-7.7	-6.8	*	-7.7	-10.7	-7.3
LINGERIE ET CHAUSSANTS FEMME	-5.6	-5.2	-2.8	-6.8	-2.4	-7.7	-3.7	-4.8
HABILLEMENT ENFANT	-11.3	-5.1	-3.5	-5.6	+5.6	+0.7	-11.2	-4.7
TOTAL ARTICLES HABILLEMENT	-5.6	-7.5	-8.5	-4.9	-0.2	-4.3	-8.0	-6.5
LINGE DE MAISON	+4.4	-1.2	...	-0.8	-4.7	-12.3	-8.1	-8.8
TISSU AU MÈTRE	-4.9	-6.7	...	ND	...	-12.3	...	-7.4
MERCERIE-LAINE	+1.7	-1.9	...	ND	-10.8	-20.1	...	-4.1
TOTAL TEXTILE	-0.5	-2.4	...	-0.7	-6.5	-12.7	-8.1	-8.0
TOTAL TEXTILE-HABILLEMENT	-5.2	-7.3	-8.5	-4.7	-0.5	-6.7	-8.0	-6.7

* VAD : vente à distance (FEVAD) - ND : Non disponible

CONSOMMATION TEXTILE-HABILLEMENT

INDICE DE CHIFFRE D'AFFAIRES, CVS A PRIX CONSTANTS 1990 = 100
DERNIÈRE OBSERVATION : NOVEMBRE 2011



CUMUL EN VALEUR JANVIER-NOVEMBRE 2011 / JANVIER-NOVEMBRE 2010

VARIATION DE CHIFFRE D'AFFAIRES (En %, à surface comparable)	INDÉPENDANTS MULTIMARQUES	CHAÎNES SPÉCIALISÉES	CHAÎNES GDE DIFF.	GRANDS MAGASINS	MAGASINS POPULAIRES	V.A.D. (*)	HYPERS- SUPERS	TOTAL
PRET-A-PORTER HOMME	-2.4	-2.9	-9.1	+7.5	...	+3.1	-11.5	-1.9
PETITES PIÈCES HOMME	+0.1	-4.4	-3.0	+6.4	-2.6	+4.0	-1.6	-2.0
SOUS-VÊTEMENTS & CHAUSSANTS HOMME	-0.1	-6.4	-7.0	+5.4	*	+3.8	-2.7	-2.7
PRET-A-PORTER FEMME	-3.8	-4.4	-4.0	+3.1	-0.2	-5.7	-4.1	-3.5
PETITES PIÈCES FEMME	-5.7	-5.4	-8.4	-3.5	*	-5.9	+2.5	-5.2
LINGERIE ET CHAUSSANTS FEMME	-1.5	-2.3	-1.9	-3.4	-3.4	-5.9	-3.1	-2.9
HABILLEMENT ENFANT	-5.2	-0.7	-3.3	+3.9	-0.6	+2.9	+0.3	-1.2
TOTAL ARTICLES HABILLEMENT	-3.0	-3.8	-4.5	+2.8	-1.8	-3.1	-2.4	-2.9
LINGE DE MAISON	+2.2	+3.5	...	-0.5	+5.5	-3.1	-0.9	-1.0
TISSU AU MÈTRE	-4.9	-1.6	...	ND	...	-3.1	...	-3.5
MERCERIE-LAINE	-6.8	-0.6	...	ND	-6.4	-11.2	...	-3.1
TOTAL TEXTILE	-1.9	+2.3	...	-0.5	+3.0	-3.5	-0.9	-1.5
TOTAL TEXTILE-HABILLEMENT	-2.9	-3.6	-4.5	+2.6	-1.5	-3.2	-2.1	-2.8
CUMUL A PRIX CONSTANTS	-2.3	-2.6	-3.4	+3.4	-0.7	-2.7	-2.0	-2.0

* VAD : vente à distance (FEVAD) - ND : Non disponible

NIVEAUX DE CONSOMMATION EN VALEUR

JANVIER A DECEMBRE 2010 En millions d'euros	INDÉPENDANTS MULTIMARQUES	CHAÎNES SPÉCIALISÉES	CHAÎNES GDE DIFF.	GRANDS MAGASINS	MAGASINS POPULAIRES	VAD	HYPERS- SUPERS	TOTAL *
PRET-A-PORTER HOMME	1 179	1 496	449	323	19	139	400	4 005
PETITES PIÈCES HOMME	636	1 236	329	244	74	146	364	3 029
SOUS-VÊTEMENTS HOMME	60	77	96	66	43	48	397	785
PRET-A-PORTER FEMME	1 564	2 402	740	411	58	664	351	6 191
PETITES PIÈCES FEMME	721	1 340	446	247	112	432	302	3 600
LINGERIE ET CHAUSSANTS FEMME	419	546	268	194	271	367	1 010	3 076
HABILLEMENT ENFANT	296	957	1 340	129	121	306	1 001	4 148
TOTAL ARTICLES HABILLEMENT	4 875	8 053	3 669	1 612	697	2 102	3 825	24 833
LINGE DE MAISON	93	140	180	103	36	501	643	1 696
TISSU AU MÈTRE	73	27	131	12	0	43	24	310
TOTAL TEXTILE	166	167	310	116	37	544	667	2 006
TOTAL TEXTILE-HABILLEMENT	5 041	8 220	3 979	1 728	734	2 647	4 491	26 839

Source base de données consommateurs IFM - GFK

* Hors Chaînes sport, Marchés et foires et autres circuits.

Pour toute question, contactez la responsable de la base de données consommateurs :

hfourneau@ifm-paris.com

LES DERNIÈRES TENDANCES DE LA CONSOMMATION DE CHAUSSURES ET D'ACCESSOIRES DE MODE

CUMUL JANVIER-NOVEMBRE 2011 EN VALEUR

VARIATION DE CHIFFRE D'AFFAIRES (En %, à surface comparable)	MAROQUINERIE (1)	AUTRES ACCESSOIRES (2)	TOTAL ACCESSOIRES (1 et 2)	CHAUSSURES
INDÉPENDANTS MULTIMARQUES	+0.5	+2.4	+1.8	-1.4
CHAÎNES SPÉCIALISÉES HABILLEMENT	+4.4	-2.4	-1.0	+1.4
CHAÎNES GDE DIFF. HABILLEMENT	-5.1	-5.3	-5.3	...
CHAÎNES SPÉCIALISÉES CHAUSSURES (*)	+0.2	+0.7
CHAÎNES GDE DIFF. CHAUSSURES (*)	-0.6	-2.0
MAGASINS POPULAIRES	-1.7	...
V.A.D. (**)	+17.1	+17.1
HYPERS-SUPERS	-1.0	+5.2	+4.6	+1.8
TENDANCE MOYENNE	+3.6	+1.9	+2.4	+0.1

* Syndicat national du Commerce de la Chaussure (surface commerciale non comparable)

** VAD : vente à distance (FEVAD)

(1) Maroquinerie : ceinture, sac à main, petite maroquinerie, bagage...

(2) Autres accessoires : écharpe, gants, bonnet, chapeau, casquette, foulard, cravate...

ACCESSOIRES DE MODE : JANVIER-NOVEMBRE 2011 : + 2,4 %

A fin novembre, les ventes d'accessoires (hors chaussures) connaissent une progression moyenne de + 2,4 %. La vente à distance et les hypers-supermarchés restent les circuits qui ont enregistré les meilleures performances.

CHAUSSURES : JANVIER-NOVEMBRE 2011 : + 0,1 %

Le marché de la chaussure est légèrement positif à fin novembre mais la progression n'est plus que de + 0,1 % par rapport à la même période l'année dernière. La vente à distance enregistre la plus forte hausse, alors que les indépendants multimarques et les chaînes grande diffusion sont en recul sur cette même période.

CHARLES TILLARD-TÊTE
ctillard@ifm-paris.com



ACTUALITÉS

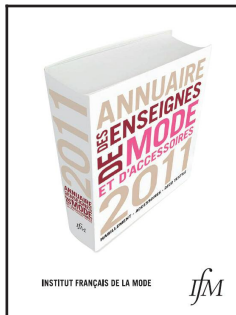
ÉVÉNEMENTS

ET NOUVEAUTÉS DE L'IFM (Cliquez sur les images pour plus d'infos)

LES TEXTILES DE MAISON
2011



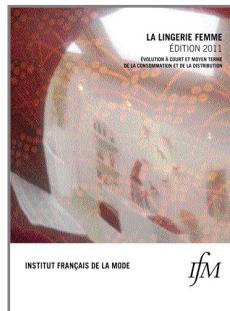
ANNUAIRE DES CHAINES :
ÉDITION 2011



RAPPORT ANNUEL
PERSPECTIVES
INTERNATIONALES 2012



LA LINGERIE FEMME
ÉDITION 2011



LES FEMMES ET LA MODE :
FRANCE, EUROPE 2011



MODE : LE MOMENT
DES HOMMES 2010



INSTITUT FRANÇAIS DE LA MODE

CONTACTS

IFM 36, quai d'Austerlitz 75013 Paris, France
T. 33 (0)1 70 38 89 89 F. 33 (0)1 70 38 89 00
conjoncture.prospective@ifm-paris.com, www.ifm-paris.com

POUR RECEVOIR LE DISTRIBUTIF PAR COURRIER ÉLECTRONIQUE,

envoyez un e-mail à : lettre@ifm-paris.com
ou inscrivez-vous à la Newsletter sur notre site : www.ifm-paris.com
(rubrique EXPERTISE -> CONJONCTURE et PROSPECTIVE -> PUBLICATIONS)

Directeur de la Publication, Gildas MINVIELLE

ISSN : 1251-7372
Dépôt légal : 1er trim. 2012

INSTITUT FRANÇAIS DE LA MODE

/ ENSEIGNEMENT POSTGRADUATE - POSTGRADUATE PROGRAMS / EXECUTIVE MBA / FORMATION CONTINUE - EXECUTIVE EDUCATION
/ ÉTUDES - SURVEYS / RECHERCHE - RESEARCH / CONJONCTURE & PROSPECTIVE - ECONOMIC TRENDS & FORECASTING
/ BIBLIOTHÈQUE - LIBRARY / ÉDITION - BOOKS / CONFÉRENCES & COLLOQUES - CONFERENCES & SEMINARS

36, quai d'Austerlitz 75013 Paris, France T. 33 (0)1 70 38 89 89 F. 33 (0)1 70 38 89 00 E. ifm@ifm-paris.com, www.ifm-paris.com