

*IFM*



# DISTRIBILAN

/ OBSERVATOIRE ÉCONOMIQUE

NOVEMBRE 2008 - N° 166

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

## SEPTEMBRE 2008 : EFFET DE REPORT BÉNÉFIQUE DE LA CONSOMMATION ?

La consommation d'articles d'habillement et textiles a affiché en septembre une progression de 1 % en valeur par rapport à 2007. Après un très mauvais mois d'août, on peut penser que ce bon résultat découle d'un report de consommation des ménages. De plus, septembre 2008 comptait un samedi de moins qu'en 2007 et la référence de septembre 2007 était élevée (+ 7,7 %).

Pourtant seuls deux circuits de distribution ont véritablement tiré leur épingle du jeu. Les magasins populaires et la vente à distance ont ainsi enregistré les meilleures performances avec des hausses de chiffre d'affaires respectives de 6,9 % et 5,4 % par rapport à l'an dernier. Les chaînes grande diffusion ont affiché une progression de 2,8 %, tandis que deux autres circuits ont égalé leur performance de l'année dernière : les hypermarchés et supermarchés ainsi que les chaînes spécialisées. Viennent ensuite les indépendants multimarques avec un léger recul des ventes (- 0,9 %) et les grands magasins avec un chiffre d'affaires en retrait de 1,7 % par rapport à septembre 2007.

En terme de segmentation par rayon, ce sont les vêtements pour enfant et le prêt-à-porter masculin qui ont bénéficié du meilleur courant d'affaires avec respectivement + 5,3 % et + 4,3 %.

Ce bon résultat permet d'améliorer légèrement le cumul annuel : les ventes d'habillement et de textiles sur la période janvier-septembre 2008 ont accusé un recul de 2,3 % en valeur, soit une baisse de 2,8 % en euros constants.

**CHARLES TILLARD-TÊTE**  
ctillard@ifm-paris.com

## RÉSULTATS DU MOIS DE SEPTEMBRE 2008 EN VALEUR

VARIATION DE CHIFFRE D'AFFAIRES SUR SEPTEMBRE 07 (En %, à surf. comparable)	INDÉPENDANTS MULTIMARQUES	CHAÎNES SPÉCIALISÉES	CHAÎNES GDE DIFF.	GRANDS MAGASINS	MAGASINS POPULAIRES	V.A.D. (*)	HYPERS- SUPERS	TOTAL
PRET-A-PORTER HOMME	+8.8	+0.8	+3.0	+2.5	...	+6.7	-2.0	+4.3
PETITES PIÈCES HOMME	-0.1	+2.1	+2.1	-1.2	-5.4	-5.1	-2.8	-0.1
SOUS-VÊTEMENTS & CHAUSSANTS HOMME	-7.4	+5.5	+1.0	-1.2	*	-6.2	+1.9	-0.3
PRET-A-PORTER FEMME	-0.0	-2.5	+1.4	-1.6	-1.0	+15.4	+2.1	+1.0
PETITES PIÈCES FEMME	-13.6	+1.9	-0.6	-1.4	*	+5.4	-8.3	-1.9
LINGERIE ET CHAUSSANTS FEMME	-8.4	-7.8	+1.0	-4.6	+11.2	-0.9	+5.4	-2.0
HABILLEMENT ENFANT	+1.3	+6.2	+6.5	-1.0	+16.3	+10.7	-0.0	+5.3
TOTAL ARTICLES HABILLEMENT	-1.0	+0.1	+2.8	-1.1	+7.1	+6.7	+0.7	+1.2
LINGE DE MAISON	+11.5	-0.1	...	-9.3	+5.7	+1.6	-3.9	+0.6
TISSU AU MÈTRE	-8.5	-7.3	...	-31.3	...	+7.3	...	-4.5
MERCERIE-LAINE	+16.2	-5.0	...	ns	-3.8	+14.6	...	+0.5
TOTAL TEXTILE	+1.0	-3.2	...	-10.3	+2.9	+2.4	-3.9	-0.5
TOTAL TEXTILE-HABILLEMENT	-0.9	-0.1	+2.8	-1.7	+6.9	+5.4	+0.1	+1.0

\* VAD : vente à distance (FEVAD) - ns : non significatif

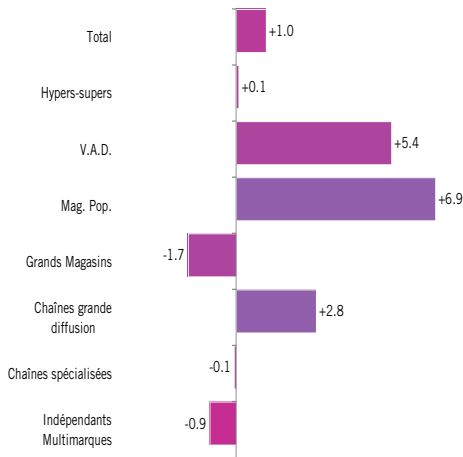
## CUMUL EN VALEUR JANVIER-SEPTEMBRE 2008 / JANVIER-SEPTEMBRE 2007

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	+2.2	-1.8	-1.0	+2.1	...	-1.2	-7.3	-0.5
PETITES PIÈCES HOMME	-1.0	-3.8	-4.5	-3.2	-0.8	-0.1	-6.1	-3.3
SOUS-VÊTEMENTS & CHAUSSANTS HOMME	-4.6	+1.5	+1.3	-5.2	*	-1.8	-3.1	-1.5
PRET-A-PORTER FEMME	-4.2	-4.3	-3.5	-0.2	+1.9	-1.2	-9.2	-3.6
PETITES PIÈCES FEMME	-1.6	-5.0	-5.9	+1.5	*	-4.1	-10.0	-3.9
LINGERIE ET CHAUSSANTS FEMME	+3.1	-4.9	-0.1	-4.0	+4.3	-5.1	-0.1	-1.5
HABILLEMENT ENFANT	+2.5	-2.0	+2.6	+1.0	+6.8	-5.3	-5.8	-0.9
TOTAL ARTICLES HABILLEMENT	-1.0	-3.6	-1.6	-0.3	+3.5	-3.2	-4.9	-2.4
LINGE DE MAISON	-3.4	+10.6	...	-4.3	+6.9	-1.3	-5.3	-0.5
TISSU AU MÈTRE	-4.9	-5.5	...	-18.7	...	-4.2	...	-5.2
MERCERIE-LAINE	+11.0	-7.2	...	ns	-9.2	+7.3	...	-3.5
TOTAL TEXTILE	-3.9	+3.9	...	-4.8	+2.3	-1.5	-5.3	-1.4
TOTAL TEXTILE-HABILLEMENT	-1.1	-3.3	-1.6	-0.7	+3.4	-2.8	-5.0	-2.3
CUMUL EN EUROS CONSTANTS	-1.7	-3.8	-2.0	-1.2	+2.8	-3.4	-5.5	-2.8

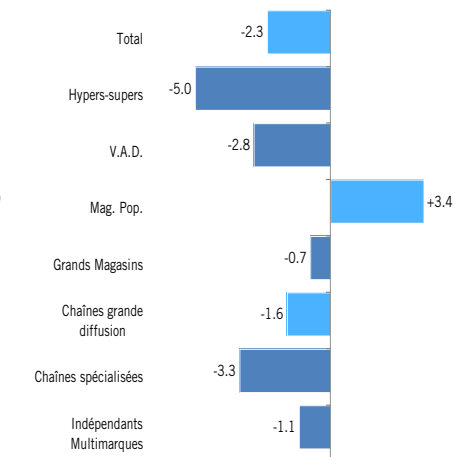
\* VAD : vente à distance (FEVAD) - ns : non significatif

## ÉVOLUTION DES VENTES EN TEXTILE-HABILLEMENT EN VALEUR

**DERNIER MOIS**  
SEPTEMBRE 2008 / SEPTEMBRE 2007

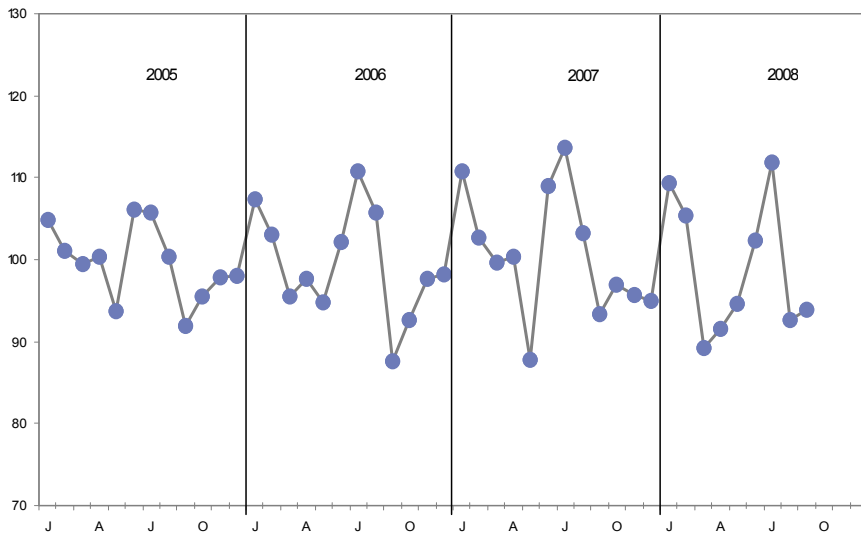


**CUMUL ANNUEL**  
JANV-SEPT 2008 / JANV-SEPT 2007



## CONSOMMATION TEXTILE-HABILLEMENT

INDICES CVS MONNAIE CONSTANTE 1990 = 100 DERNIÈRE OBSERVATION : SEPTEMBRE 2008



## ÉVOLUTION DES VENTES EN EUROS CONSTANTS

EUROS CONSTANTS	P.A.P. HOMME	P.P. HOMME	S-V+CH HOMME	P.A.P. FEMME	P.P. FEMME	LING+CH FEMME	HAB. ENF.	LINGE MAISON	TISSU MÈTRE	MERCERIE LAINE	TOTAL TEX	TOTAL HAB	TOTAL TEX-HAB
SEPT 2008 / SEPT 2007	+3.0	-1.4	-0.8	+0.9	-2.0	-2.4	+5.3	-0.7	-4.8	+0.5	-1.6	+0.9	+0.6
CUMUL JANV-SEPT 2008	-1.8	-4.5	-2.4	-3.7	-3.8	-1.9	-1.3	-1.3	-6.0	-3.5	-2.3	-2.9	-2.8

## NIVEAUX DE CONSOMMATION EN VALEUR

JANVIER A DECEMBRE 2007 En millions d'euros	INDEPENDANTS MULTIMARQUES	CHAÎNES SPECIALISEES	CHAÎNES GDE DIFF.	GRANDS MAGASINS	MAGASINS POPULAIRES	VAD	HYPER- SUPERS	TOTAL *
PRET-A-PORTER HOMME		1 042	1 288	417	249	15	139	3 500
PETITES PIÈCES HOMME		635	1 063	316	208	51	142	2 759
SOUS-VÊTEMENTS HOMME		50	56	94	35	35	44	691
PRET-A-PORTER FEMME		1 540	2 167	708	342	63	616	5 794
PETITES PIÈCES FEMME		663	1 183	380	270	60	435	3 251
LINGERIE ET CHAUSSANTS FEMME		405	549	248	247	226	386	3 051
HABILLEMENT ENFANT		280	762	1 077	93	73	315	3 648
<b>TOTAL ARTICLES HABILLEMENT</b>	<b>4 614</b>	<b>7 067</b>	<b>3 240</b>	<b>1 444</b>	<b>522</b>	<b>2 077</b>	<b>3 729</b>	<b>22 694</b>
LINGE DE MAISON		117	139	134	151	28	533	1 751
TISSU AU MÈTRE		128	51	156	19	1	59	434
<b>TOTAL TEXTILE</b>	<b>245</b>	<b>191</b>	<b>290</b>	<b>170</b>	<b>29</b>	<b>592</b>	<b>670</b>	<b>2 186</b>
<b>TOTAL TEXTILE-HABILLEMENT</b>	<b>4 859</b>	<b>7 258</b>	<b>3 529</b>	<b>1 614</b>	<b>552</b>	<b>2 669</b>	<b>4 398</b>	<b>24 879</b>

Source base de données consommateurs IFM

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



# ACTUALITÉ

## LES ÉVÈNEMENTS ÉCONOMIQUES DE L'IFM



**PROCHAIN SÉMINAIRE :**  
**"PERSPECTIVES INTERNATIONALES MODE  
ET TEXTILE" 2009**  
**25 NOVEMBRE 2008**  
**Inscrivez-vous vite :**  
**01 56 59 22 22**  
**ou par mail :**  
**[jpaulin@ifm-paris.com](mailto:jpaulin@ifm-paris.com)**

INSTITUT FRANÇAIS DE LA MODE

*ifm*

## LES PUBLICATIONS ÉCONOMIQUES DE L'IFM

COMPRENDRE LES MARCHÉS N°5  
LA CHINE : ANATOMIE D'UN GEANT



LA LINGERIE  
2008



LA NOUVELLE EUROPE  
DE LA MODE, 2008



INSTITUT FRANÇAIS DE LA MODE

# CONTACTS

IFM 33, rue Jean Goujon 75008 Paris, France  
T. 33 (0)1 56 59 22 22 F. 33 (0)1 56 59 22 00  
[conjoncture.prospective@ifm-paris.com](mailto:conjoncture.prospective@ifm-paris.com), [www.ifm-paris.com](http://www.ifm-paris.com)

## POUR RECEVOIR LE DISTRIBUTIF PAR COURRIER ÉLECTRONIQUE,

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

Directeur de la Publication, Gildas MINVIELLE

ISSN : 1251-7372

Dépôt légal : 4eme trim. 2008

**INSTITUT FRANÇAIS DE LA MODE**

/ ENSEIGNEMENT POSTGRADUATE - POSTGRADUATE PROGRAMS / EXECUTIVE MBA / FORMATION CONTINUE - EXECUTIVE EDUCATION  
! OBSERVATOIRE ÉCONOMIQUE - ECONOMIC TRENDS ANALYSIS / ÉTUDES & CONSEIL - MARKET RESEARCH & CONSULTING  
! RECHERCHE - RESEARCH / ÉDITION - PUBLISHING / DOCUMENTATION - LIBRARY