

IJM



DISTRIBILAN

/ OBSERVATOIRE ÉCONOMIQUE

DÉCEMBRE 2008 - N° 167

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

OCTOBRE 2008 : - 2,1 % PAR RAPPORT À 2007

La consommation d'articles d'habillement et textiles a affiché en octobre un recul de 2,1 % en valeur par rapport à 2007.

Trois circuits de distribution ont bénéficié en octobre d'un meilleur courant d'affaires que l'an passé. Les magasins populaires, les grands magasins et les chaînes grande diffusion ont ainsi enregistré des hausses de chiffre d'affaires respectives de 4,4 %, 1,4 % et 1,2 % par rapport à l'an dernier. Viennent ensuite les chaînes spécialisées qui ont affiché un recul de 1,2 % en valeur. Enfin, les hypermarchés et supermarchés et les indépendants multimarques ont accusé des reculs de 5,9 % et 7,7 % par rapport à octobre 2007.

En terme de segmentation par rayon, ce sont le prêt-à-porter masculin et la lingerie femme qui ont bénéficié du meilleur courant d'affaires. En effet, ces deux rayons ont affiché une légère progression d'activité commerciale (+ 0,3 %).

Au total, le cumul annuel reste inchangé, les ventes d'habillement et de textiles sur la période janvier-octobre 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 D'OCTOBRE 2008 EN VALEUR

VARIATION DE CHIFFRE D'AFFAIRES SUR OCTOBRE 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	-4.2	+1.9	+0.8	+3.3	...	nd	+2.3	+0.3
PETITES PIÈCES HOMME	-6.3	+5.2	+0.9	+1.7	-1.5	nd	-7.5	-2.0
SOUS-VÊTEMENTS & CHAUSSANTS HOMME	-5.1	+8.7	+5.3	-2.2	*	nd	-7.6	-3.5
PRET-A-PORTER FEMME	-6.6	-3.6	+0.7	+1.8	+8.4	nd	+1.4	-2.0
PETITES PIÈCES FEMME	-16.4	-0.1	+1.8	+4.0	*	nd	-7.1	-3.9
LINGERIE ET CHAUSSANTS FEMME	+5.1	+0.1	+2.8	-2.8	+1.6	nd	-5.5	+0.3
HABILLEMENT ENFANT	-10.0	-9.3	-1.4	-0.2	+8.9	nd	-10.3	-5.0
TOTAL ARTICLES HABILLEMENT	-7.5	-1.3	+1.2	+1.7	+4.9	nd	-5.9	-2.1
LINGE DE MAISON	-8.4	+2.0	...	-0.7	-6.4	nd	-5.6	-1.6
TISSU AU MÈTRE	-14.3	-6.4	...	-15.7	...	nd	...	-7.6
MERCERIE-LAINE	+3.6	+8.9	...	ns	-8.5	nd	...	+5.0
TOTAL TEXTILE	-11.6	+0.9	...	-1.2	-7.1	nd	-5.6	-2.7
TOTAL TEXTILE-HABILLEMENT	-7.7	-1.2	+1.2	+1.4	+4.4	nd	-5.9	-2.1

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

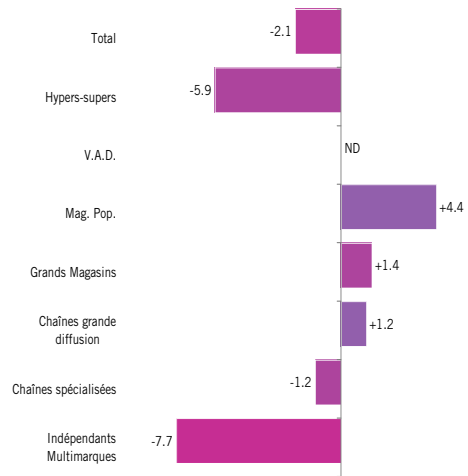
CUMUL EN VALEUR JANVIER-OCTOBRE 2008 / JANVIER-OCTOBRE 2007

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	+1.6	-1.5	-0.9	+2.3	...	nd	-6.4	-0.4
PETITES PIÈCES HOMME	-1.7	-3.5	-4.3	-2.6	-0.9	nd	-6.2	-3.2
SOUS-VÊTEMENTS & CHAUSSANTS HOMME	-4.7	+1.8	+1.4	-4.9	*	nd	-3.6	-1.7
PRET-A-PORTER FEMME	-4.4	-4.2	-3.0	+0.1	+2.6	nd	-8.1	-3.4
PETITES PIÈCES FEMME	-4.1	-4.3	-4.8	+1.8	*	nd	-9.7	-3.9
LINGERIE ET CHAUSSANTS FEMME	+3.4	-4.3	+0.3	-3.8	+3.9	nd	-0.8	-1.3
HABILLEMENT ENFANT	+1.2	-2.4	+2.4	+0.8	+7.0	nd	-6.3	-1.2
TOTAL ARTICLES HABILLEMENT	-1.8	-3.4	-1.3	-0.0	+3.7	nd	-5.0	-2.4
LINGE DE MAISON	-3.8	+9.8	...	-3.9	+5.6	nd	-5.3	-0.6
TISSU AU MÈTRE	-6.0	-5.7	...	-18.4	...	nd	...	-5.5
MERCERIE-LAINE	+9.9	-5.8	...	ns	-9.1	nd	...	-2.5
TOTAL TEXTILE	-4.7	+3.6	...	-4.4	+1.4	nd	-5.3	-1.6
TOTAL TEXTILE-HABILLEMENT	-1.9	-3.1	-1.3	-0.5	+3.5	nd	-5.1	-2.3
CUMUL EN EUROS CONSTANTS	-2.4	-3.6	-1.7	-0.9	+3.0	nd	-5.5	-2.8

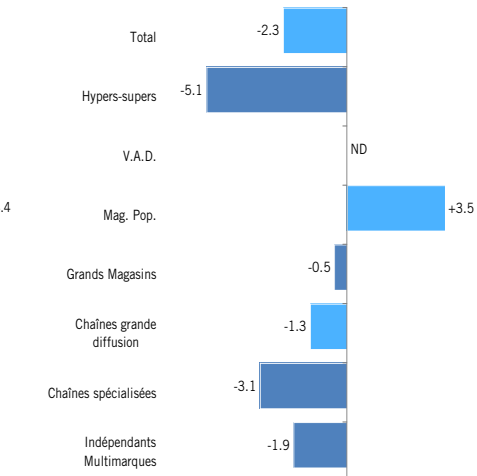
* VAD : vente à distance (FEVAD) - nd : non disponible - ns : non significatif

ÉVOLUTION DES VENTES EN TEXTILE-HABILLEMENT EN VALEUR

DERNIER MOIS
OCTOBRE 2008 / OCTOBRE 2007

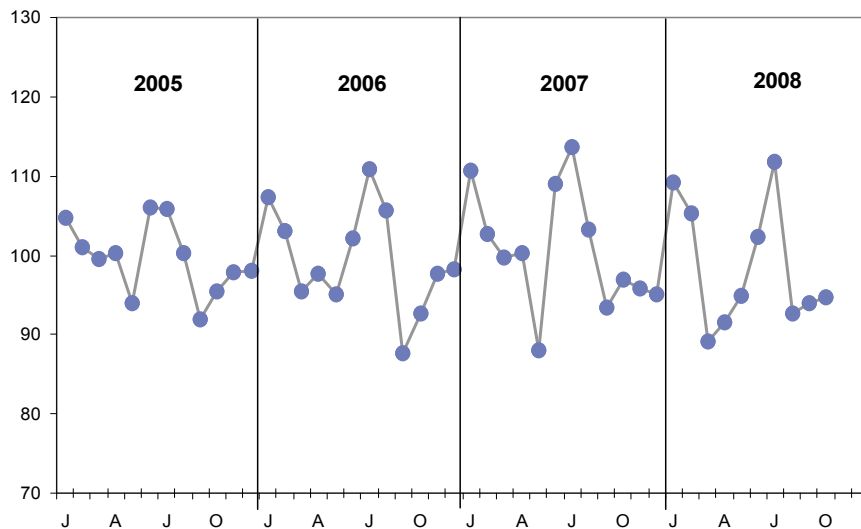


CUMUL ANNUEL
JANV-OCT 2008 / JANV-OCT 2007



CONSOMMATION TEXTILE-HABILLEMENT

INDICES CVS MONNAIE CONSTANTE 1990 = 100 DERNIÈRE OBSERVATION : OCTOBRE 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
OCT 2008 / OCT 2007	-0.1	-2.4	-4.5	-1.9	-3.8	+0.2	-4.8	-4.2	-9.5	+5.0	-5.3	-2.1	-2.4
CUMUL JANV-OCT 2008	-1.6	-4.4	-2.5	-3.5	-3.8	-1.6	-1.6	-1.6	-6.5	-2.5	-2.6	-2.8	-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	HYPERS- SUPERS	TOTAL *
PRET-A-PORTER HOMME	1 042	1 288	417	249	15	139	350	3 500
PETITES PIECES HOMME	635	1 063	316	208	51	142	344	2 759
SOUS-VETEMENTS HOMME	50	56	94	35	35	44	376	691
PRET-A-PORTER FEMME	1 540	2 167	708	342	63	616	357	5 794
PETITES PIECES FEMME	663	1 183	380	270	60	435	260	3 251
LINGERIE ET CHAUSSANTS FEMME	405	549	248	247	226	386	992	3 051
HABILLEMENT ENFANT	280	762	1 077	93	73	315	1 048	3 648
TOTAL ARTICLES HABILLEMENT	4 614	7 067	3 240	1 444	522	2 077	3 729	22 694
LINGE DE MAISON	117	139	134	151	28	533	650	1 751
TISSU AU METRE	128	51	156	19	1	59	20	434
TOTAL TEXTILE	245	191	290	170	29	592	670	2 186
TOTAL TEXTILE-HABILLEMENT	4 859	7 258	3 529	1 614	552	2 669	4 398	24 879

Source base de données consommateurs IFM

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



ACTUALITÉ

LES PUBLICATIONS ÉCONOMIQUES DE L'IFM

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



LA LINGERIE
2008



INSTITUT FRANÇAIS DE LA MODE

L'ANNUAIRE DE LA
DISTRIBUTION SPÉCIALISÉE
MODE, ÉDITION 2008



LA NOUVELLE EUROPE
DE LA MODE, 2008



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, 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 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