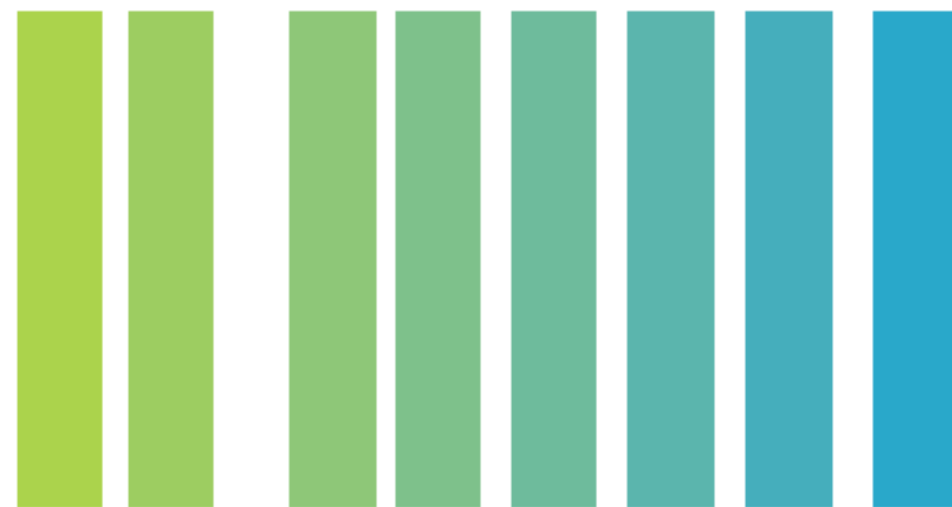


IFM



LA LETTRE

ÉCONOMIQUE DE L'INSTITUT FRANÇAIS DE LA MODE

JUIN 2010 - N° 182

UNE CONSOMMATION DE MODE TOUJOURS ATONE EN FRANCE

Après deux années consécutives de recul en 2008 et 2009, la consommation finale d'articles mode et textiles ne connaît toujours pas, à fin avril, d'orientation positive en France. Pour les quatre premiers mois de l'année 2010, les chiffres d'affaires des distributeurs ont ainsi enregistré un repli de 1,9 % en valeur par rapport à la même période de 2009. De surcroît, les premiers éléments concernant les ventes du mois de mai ne sont pas favorables. La consommation finale d'articles mode et textiles devrait ainsi subir, en 2010, un recul pour la troisième année consécutive. Qu'en est-il dans les autres pays européens ?

S'agissant des autres membres de l'Union européenne, si certaines améliorations sont perceptibles les résultats restent néanmoins très contrastés. Le Royaume-Uni aurait ainsi retrouvé en ce début 2010 un rythme de consommation proche de celui observé avant la crise : + 5,3 % en valeur, pour la consommation d'articles de mode (y compris les chaussures) au cours des quatre premiers mois de l'année 2010.

De même, en Allemagne, après les replis de 2008 et 2009, la consommation semble à nouveau connaître cette année une orientation légèrement positive. Elle a ainsi bénéficié d'une hausse de 2 % en valeur au cours des quatre premiers mois de l'année 2010.

L'Italie a, en revanche, continué de subir un recul de la consommation cette année. Après avoir connu une baisse de 1,8 % en valeur en 2009, la consommation d'articles mode et textiles a diminué de 0,6 % au cours des deux premiers mois de l'année 2010. On observera néanmoins la bonne tenue des ventes de produits maille pour homme ainsi que celle des chemisiers pour femme.

L'Espagne a, quant à elle, continué à subir un recul prononcé de la consommation d'habillement : - 3,2 % en valeur au cours du premier trimestre 2010. Il est vrai que l'économie espagnole vient tout juste de sortir de la récession avec une légère augmentation de son Produit Intérieur Brut au premier trimestre 2010 (+ 0,1 %), après six trimestres de repli. Au sein de l'Union européenne, il semble donc que ce soient les pays du Nord de l'Europe (Royaume-Uni, Allemagne) qui enregistrent les meilleurs résultats, alors que les pays du Sud (Italie, Espagne et France) souffrent davantage du recul de la consommation.

Outre-Atlantique, l'environnement économique apparaît nettement plus favorable. Le Produit Intérieur Brut a en effet bénéficié d'une croissance de 0,8 % au premier trimestre 2010 par rapport au dernier trimestre de l'année dernière, alors que l'Union européenne n'a enregistré qu'une hausse de 0,2 %. La consommation de mode aux Etats-Unis a ainsi retrouvé cette année des niveaux de croissance identiques à ceux qui ont précédé la crise (+ 4,5 % pour les quatre premiers mois de 2010).

Pour les mois qui viennent les perspectives ne sont pas des plus favorables. Les politiques de rigueur mises en place par les gouvernements européens, pour nécessaires qu'elles soient, n'en sont pas moins de nature à peser sur la croissance. Il reste que la fin d'année devrait connaître une certaine amélioration, ne serait-ce que parce que la référence du troisième trimestre 2009 était basse.

GILDAS MINVIELLE

gminvielle@ifm-paris.com



LES VENTES DE DISTRIBUTEURS FRANCE

AVRIL 2010 : PAS DE VERITABLE REPRISE DE LA CONSOMMATION DE MODE

CONSOMMATION D'HABILLEMENT EN AVRIL 2010 : + 1,4 % EN VALEUR PAR RAPPORT À AVRIL 2009

Les ventes d'articles d'habillement ont affiché une progression de 1,4 % en valeur par rapport à la faible référence d'avril 2009 (- 1,0 % en valeur par rapport à avril 2008). Au final, ce résultat annule la contreperformance de 2009 et ramène le marché à son niveau de 2008.

Les circuits de périphérie sont restés à l'écart de ce mouvement favorable : les chaînes grande diffusion ont connu une baisse de 1,8 % de leurs chiffres d'affaires en moyenne, tandis que les hyper-supermarchés ont enregistré un niveau d'activité stable par rapport à l'année dernière (+ 0,7 %). D'autre part, la vente à distance a subi un recul important de son courant d'affaires (- 8,7 %).

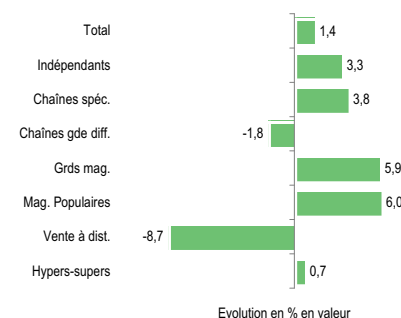
LA CONSOMMATION PAR MARCHÉ

Ce mois-ci, c'est le marché féminin qui s'est le mieux comporté, avec une hausse de 3,6 % des ventes en prêt-à-porter, de 0,9 % pour les petites pièces et de 2,7 % en lingerie. Chez l'homme, seul le prêt-à-porter a connu une progression, tandis que le marché enfant accusait quant à lui une légère baisse (- 1,6 %) après un mois de mars très favorable.

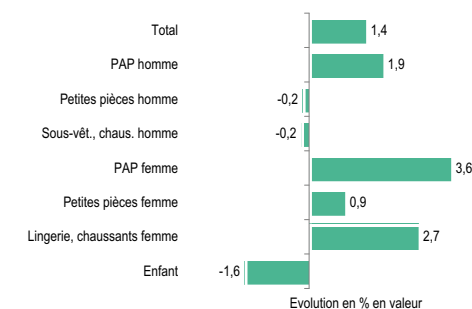
Globalement, le cumul annuel s'améliore de nouveau par rapport au mois précédent. Sur les quatre premiers mois de l'année, la consommation d'articles mode et textiles a affiché un recul de 1,9 % en valeur et à champ commercial comparable par rapport à la même période de l'année dernière (soit - 0,6 % à prix constants). Les dépenses en textiles de maison (- 1,4 % en euros constants de janvier à avril) sont plutôt moins bien orientées que les dépenses en habillement (- 0,6 %).

FRANCK DELPAL
fdelpal@ifm-paris.com

LA DISTRIBUTION D'HABILLEMENT AVRIL 2010 / AVRIL 2009



LA CONSOMMATION D'HABILLEMENT AVRIL 2010 / AVRIL 2009



CUMUL DES VENTES TEXTILE-HABILLEMENT À SURFACE COMMERCIALE COMPARABLE JANVIER 2010 À AVRIL 2010 / JANVIER 2009 À AVRIL 2009

% d'évolution en euros constants données provisoires	MAGASINS INDEPEND.	CHAINES SPECIALIS.	CHAINES GDE DIFF.	GRANDS MAGASINS	MAGASINS POPULAIRES	VENTE A DISTANCE	HYPER-SUPERS	TOTAL
PRET-A-PORTER HOMME	+1,0	+0,9	-5,2	+4,9	...	-16,0	+2,3	+0,3
PETITES PIECES HOMME	-2,2	+0,1	-3,2	+2,2	+4,9	-8,3	+1,3	-0,6
SOUS-VETEMENTS, CHAUSSANTS HOMME	-0,4	+0,2	+2,0	+0,1	+2,7	-12,9	-4,5	-1,9
PRET-A-PORTER FEMME	-5,0	+1,5	-4,8	+5,0	+1,4	-4,7	-1,4	-1,0
PETITES PIECES FEMME	-3,7	+1,6	-1,5	+7,5	+1,4	-1,6	+1,4	+0,7
LINGERIE, CHAUSSANTS FEMME	+2,5	-1,9	-0,5	-0,4	+3,5	-10,2	-3,3	-2,1
HABILLEMENT ENFANT	-6,2	+5,1	+0,9	+3,0	+4,9	-5,6	-6,9	-0,5
TOTAL ARTICLES HABILLEMENT	-2,3	+1,2	-1,7	+4,4	+3,1	-6,5	-3,2	-0,6
LINGE DE MAISON	+2,7	+5,6	...	-4,5	+13,2	+5,2	-7,5	-1,4
TISSU AU METRE	+0,7	-0,9	...	-18,5	...	+1,8	...	+0,5
MERCERIE-LAINE	+0,7	-3,0	...	-9,5	-10,7	+14,6	...	-0,7
TOTAL TEXTILE	+1,6	+3,8	...	-5,0	+8,7	+5,1	-7,5	-1,2
TOTAL TEXTILE-HABILLEMENT	-2,1	+1,2	-1,7	+3,7	+3,4	-3,8	-4,3	-0,6

DES MARCHÉS DE CONSOMMATION EN BERNE QUI PÈSENT SUR LE COMMERCE INTERNATIONAL

FRANCE

Alors qu'elle enregistrait jusqu'ici des performances supérieures à la moyenne de l'Union européenne, la France n'a vu son PIB progresser que de 0,1 % au premier trimestre 2010 (contre + 0,2 % en moyenne dans l'Union).

En cause, la consommation des ménages qui est nettement moins bien orientée depuis la fin de l'année 2009 du fait de l'arrêt de certaines mesures de soutien (prime à la casse...). Comme prévu, le soutien artificiel au secteur de l'automobile a cessé de tirer la croissance. De plus, l'effondrement des ventes de voitures neuves n'est nullement compensé par un redémarrage sur d'autres marchés de biens de consommation. L'effet de report espéré n'a pour l'heure pas eu lieu. Dans le textile-habillement, les dépenses connaissent encore un repli (- 1,9 % sur janvier-avril) alors même que les références de 2009 sont particulièrement mauvaises. Dans ce contexte, les importations françaises d'habillement sont en nette diminution (- 7 % sur les trois premiers mois de l'année). L'ensemble des pays fournisseurs sont concernés. Ainsi, les livraisons depuis la Chine subissent une baisse de 4 %, celles depuis l'Union européenne de 11 %, celles originaires des pays du Pourtour méditerranéen de 3 %. Seuls le Viêt-Nam et le Portugal résistent à ce mouvement général de repli.

ALLEMAGNE

L'Allemagne n'a connu, au cours du premier trimestre 2010, qu'une légère hausse de 0,2 % de son PIB. Les ménages allemands, plus fournis que cigales, ont

diminué leur consommation de 1,1 % à prix constant au cours des quatre premiers mois de l'année 2010. En revanche, les exportateurs allemands devraient sans doute profiter de la baisse du cours de l'euro, les exportations représentant plus de 40 % du PIB du pays.

Les ventes au détail sont plutôt mal orientées, ce qui a conduit les distributeurs à limiter le montant des importations, notamment dans la mode. Au premier trimestre 2010, les importations d'habillement ont ainsi diminué de 9 % en valeur depuis la Chine, et de 2 % en provenance de la Turquie.

ESPAGNE

Après six trimestres de récession, l'Espagne a enfin bénéficié au premier trimestre 2010 d'une légère croissance de son PIB (+ 0,1 % par rapport au quatrième trimestre 2009). Il reste que l'économie espagnole, très dépendante du secteur de la construction, apparaît comme l'une des plus vulnérables de l'Union européenne.

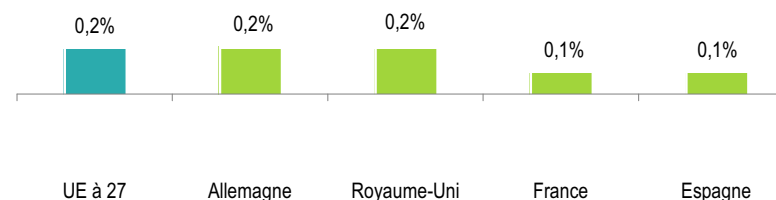
Pour l'ensemble de l'année 2010, le gouvernement espagnol s'attend à une contraction de 0,3 % du PIB, puis à une croissance de 1,3 % en 2011.

Au cours du premier trimestre 2010, la consommation de mode a accusé un repli de 3,2 % en valeur par rapport au premier trimestre 2009.

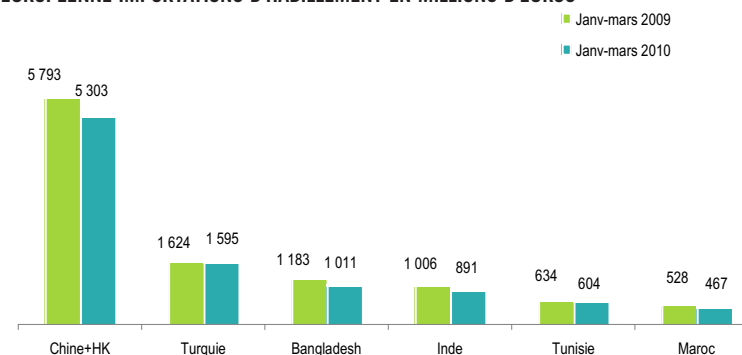
Une nouvelle fois, les importations d'habillement sont à l'unisson de ce repli de la consommation. La Chine, principal fournisseur du pays, a vu des livraisons vers l'Espagne diminuer de 8 % sur les trois premiers mois de 2010. Le Maroc voit également ses exportations vers l'Espagne se replier (- 17 %) tandis que celles de la Turquie progressent (+ 7 %).

FRANCK DELPAL
fdelpal@ifm-paris.com

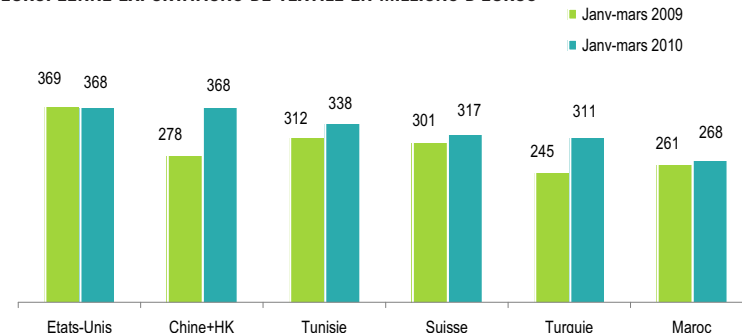
EVOLUTION DU PIB AU PREMIER TRIMESTRE 2010



UNION EUROPÉENNE IMPORTATIONS D'HABILLEMENT EN MILLIONS D'EUROS



UNION EUROPÉENNE EXPORTATIONS DE TEXTILE EN MILLIONS D'EUROS



POINT PAYS : LA CHINE

TEXTILE

CHIFFRES-CLÉS 2009 :

- Population : 1,33 milliards d'habitants
- Emplois textile-habillement: 45 millions
- Exportations françaises textile-habillement vers la Chine : 164 millions d'euros
- Importations françaises textile-habillement en provenance de la Chine : 5,2 milliards d'euros

A PEINE TOUCHÉE PAR LA CRISE...

Le rythme de croissance de l'économie chinoise culminait à plus de 14 % en 2007. Il est passé sous la barre des 10 % en 2008 et sous les 9 % en 2009. Ce léger ralentissement de la croissance était essentiellement dû à une chute sans précédent de ses exportations (-16 % en 2009). Le gouvernement chinois a rapidement réagi pour faire face aux effets néfastes de la crise financière, en mettant en place un plan de relance ambitieux de 465 milliards d'euros. Cela a permis de soutenir la croissance et d'amorcer un tournant historique chez le géant asiatique, celui du développement de la demande intérieure. L'année 2010 montre des signes flagrants d'une reprise très forte en Chine avec une croissance de 12 % enregistrée au premier trimestre de l'année. La production industrielle y a crû de 20 % en rythme annuel.

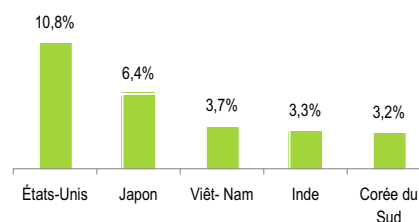
...LA CHINE AMÉLIORE SA POSITION DANS LE TEXTILE

La Chine est aujourd'hui le premier exportateur mondial de textile. Ses parts de marché n'ont cessé de croître, passant de 10 % des exportations mondiales en 2000 à 26 % en 2008. Les faibles coûts salariaux pratiqués dans l'industrie chinoise ont fait de ce pays une destination privilégiée pour la production textile. Le salaire horaire moyen d'un ouvrier dans l'industrie textile s'élevait à 1,30 euro en 2008 selon Werner. Ajouté à cela la qualité des infrastructures de transports et de commerce, la Chine apparaît très compétitive face à ses concurrents à faibles coûts de main d'œuvre. La Chine entame cependant une politique de hausse des salaires parallèlement à un objectif d'amélioration de la qualité de sa production et ainsi de sa valeur ajoutée. Les Etats-Unis et le Japon sont les principaux clients de l'industrie textile chinoise, captant près de 18 % des exportations. Le Viêt-Nam occupe une place de plus en plus importante, détrônant la Corée du Sud et l'Inde en quelques années seulement.

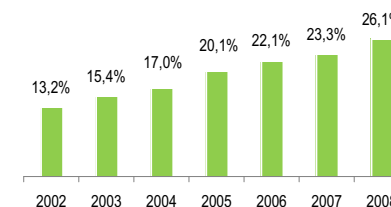
MEHDI TRITAR

mtritar@ifm-paris.com

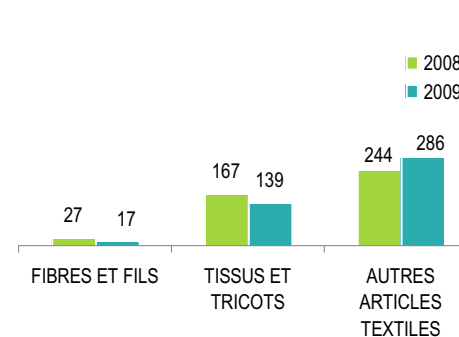
TEXTILE
LES PREMIERS CLIENTS DE LA CHINE EN 2009
EN % DES EXPORTATIONS EN VALEUR



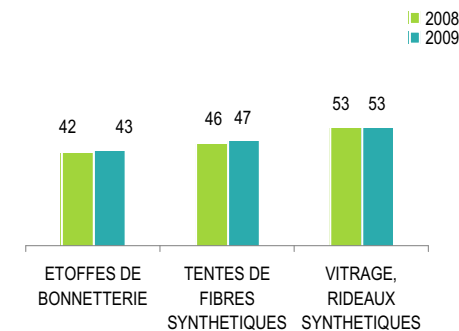
PART DE LA CHINE
DANS LES EXPORTATIONS MONDIALES DE TEXTILE
EN % DES VALEURS
OMC



TOTAL TEXTILE
IMPORTATIONS DE LA FRANCE EN PROVENANCE
DE LA CHINE
EN MILLIONS D'EUROS



IMPORTATIONS DE LA FRANCE EN PROVENANCE
DE LA CHINE
VENTILATION DES PRINCIPAUX POSTES
EN MILLIONS D'EUROS



POINT PAYS : LA CHINE

HABILLEMENT

LES EXPORTATIONS D'HABILLEMENT ATTEIGNENT UN PALIER...

Avec plus de 33 % des exportations mondiales d'habillement en 2007 et en 2008, la Chine apparaît comme le leader incontesté du secteur. Cependant, après avoir pris 10 points de parts de marché entre 2002 et 2006, la progression n'a été que de 3 points depuis, et ceci dans un contexte de croissance des exportations chinoises importante.

Ceci n'empêchera pas la Chine de demeurer un acteur essentiel de la confection mondiale, essentiellement pour les marchés américain, japonais et européen. Les économies d'apprentissage réalisées entre les industriels chinois et leurs clients occidentaux et japonais, ont permis aux exportations de l'Empire du milieu de bénéficier d'un avantage par rapport à leurs voisins asiatiques.

...ET LE MARCHÉ INTÉRIEUR EST EN PLEINE EXPANSION

La Chine, prise dans son ensemble, apparaît toujours comme un pays émergent au potentiel de consommation relativement faible. Le marché intérieur de l'habillement est estimé à 90 milliards d'euros en 2009 (soit environ 70 euros par personne). En se focalisant sur les

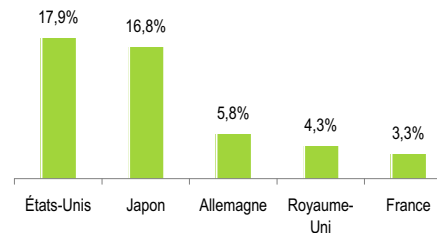
grandes villes et sur les populations les plus riches, il est possible de toucher 40 millions de personnes capables de dépenser plus de 350 euros par an en habillement. La Chine importe actuellement peu de vêtements (à peine plus d'un milliard d'euros par an). Ses principaux fournisseurs sont l'Italie et le Japon, la France occupant la sixième place. Afin d'être compétitif sur le marché chinois, il est nécessaire d'orienter une partie de la production locale vers le marché intérieur. Les produits importés d'Europe ou du Japon sont essentiellement des produits de luxe.

Les vêtements chaîne et trame constituent l'essentiel des exportations françaises vers la Chine. Les châles et écharpes en soie représentent 17% de ces exportations. Les performances françaises apparaissent solides, celles-ci continuant à croître alors que les importations chinoises d'habillement ont eu tendance à se réduire. L'ensemble des exportations françaises d'habillement vers la Chine s'est élevé à 27 millions d'euros en 2009, soit à peine plus de 2 % des importations chinoises. La marge de progression est encore importante mais il est central de ne pas négliger la production réalisée sur place, qui offre une compétitivité prix importante.

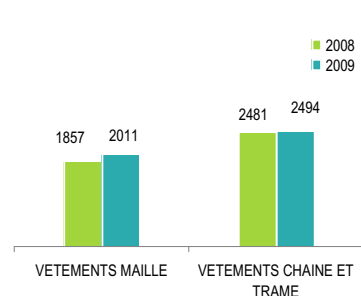
MEHDI TRITAR

mtritar@ifm-paris.com

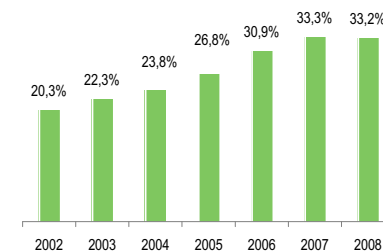
**HABILLEMENT
LES PREMIERS CLIENTS DE LA CHINE EN 2009
EN % DES EXPORTATIONS EN VALEUR**



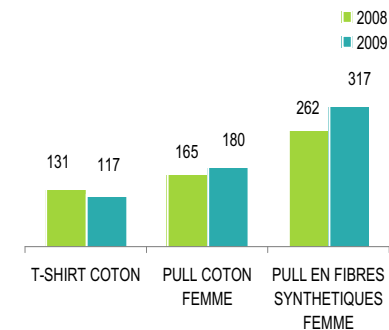
**TOTAL HABILLEMENT
IMPORTATIONS DE LA FRANCE EN PROVENANCE
DE LA CHINE
EN MILLIONS D'EUROS**



**PART DE LA CHINE
DANS LES EXPORTATIONS MONDIALES D'HABILLEMENT
EN % DES VALEURS
OMC**



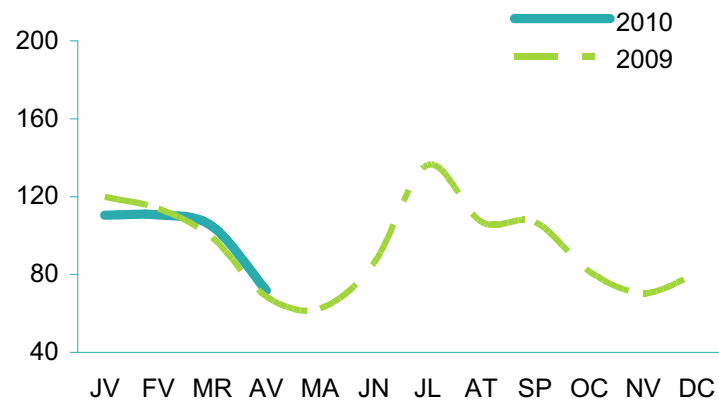
**IMPORTATIONS DE LA FRANCE EN PROVENANCE
DE LA CHINE
VENTILATION DES PRINCIPAUX ARTICLES
EN MILLIONS D'EUROS**



INDICE RAPIDE DE CHIFFRE D'AFFAIRES HABILLEMENT FRANCE

SOURCE DEFI IFM

ÉVOLUTION MENSUELLE INDICE CHIFFRES D'AFFAIRES
PRODUCTION HABILLEMENT CHAÎNE ET TRAME 2006 = 100



ÉVOLUTIONS DES CHIFFRES D'AFFAIRES EN % PAR RAPPORT À LA MÊME PÉRIODE DE L'ANNÉE PRÉCÉDENTE

Code NAF		Mai 2009 à Avril 2010	Janv 2010 à Avril 2010
182A	Vêtements de travail	-9,2	+1,8
182C	Vêtements sur mesure	-10,4	+5,9
182D	Vêtements de dessus Homme-Garçon	-0,5	-1,5
182E	Vêtements de dessus Femme-Fille	-5,0	-0,2
182J	Autres vêtements et accessoires	+17,2	-1,5
18	Total vêtements chaîne et trame	-2,9	-0,9

CONJONCTURE TEXTILE FRANCE PRODUCTION (EN VOLUME)

ÉVOLUTIONS EN %
PAR RAPPORT À LA MÊME PÉRIODE DE L'ANNÉE PRÉCÉDENTE

	Janv 2010 à Avril 2010
Préparation de fibres textiles et filature	+18
Tissage	+0
Ennoblement	-9
Fabrication d'autres textiles	+0
Fabrication de fibres artificielles ou synthétiques	-11
Total textile	+0

SOURCE : INSEE

ACTUALITÉ

PROCHAINES PUBLICATIONS :

LA LINGERIE,
EDITION 2010

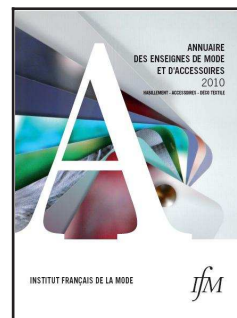


MODE : LE MOMENT DES
HOMMES



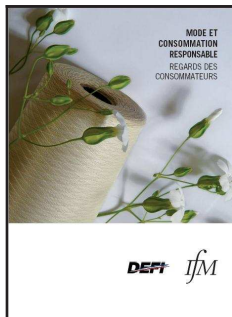
LES NOUVELLES PUBLICATIONS

L'ANNUAIRE
DES ENSEIGNES DE MODE,
ET D'ACCESSOIRES, 2010



LES PUBLICATIONS ÉCONOMIQUES DE L'IFM

MODE ET CONSOMMATION
RESPONSABLE



CHIFFRES CLÉS TEXTILE/
TEXTILE BOOKLET



LES TEXTILES DE MAISON
2009



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 LA LETTRE 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 : 2^{ème} trimestre 2010

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 / BIBLIOTHÈQUE · LIBRARY

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