



COMMUNIQUÉ DE PRESSE

BILAN DE L'ACTIVITÉ DES ENSEIGNES D'HABILLEMENT EN 2024 :

LES ENSEIGNES DE MODE RELÈVENT LA TÊTE ET RÉAFFIRMENT LEUR RÔLE ESSENTIEL AUPRÈS DES FRANÇAIS

Paris, mercredi 29 janvier 2025 – L'Alliance du Commerce, qui rassemble les grands magasins, magasins populaires et enseignes d'habillement et de chaussures, dévoile son bilan annuel 2024 et ses priorités pour 2025. Dans un contexte de transformations profondes, les enseignes de mode confirment leur résilience et leur rôle central dans l'économie française.

UN BILAN 2024 SOUS LE SIGNE DE LA RÉSILIENCE

Après plusieurs années marquées par des crises successives, l'année 2024 signe, pour les enseignes de l'habillement du panel Retail Int pour l'Alliance du Commerce, celle d'un **retour à l'équilibre**.

Les enseignes parviennent à **stabiliser leur chiffre d'affaires en magasin à hauteur de -0,1% en 2024 par rapport à 2023**. Ce résultat reflète la résilience et la capacité d'adaptation du secteur dans un contexte économique et de consommation qui reste compliqué.

Le **trafic en magasin** se stabilise lui aussi sur l'année, avec une **évolution moyenne de -0,5%**. Après un début d'année difficile, la fréquentation en magasin s'est redressée au second semestre 2024 (+2,1%).

À l'inverse, les **ventes sur internet** pour les enseignes du panel connaissent **une baisse de -3,7% par rapport à l'année dernière**, alors que la concurrence en ligne a cru fortement avec le développement des acteurs pureplayers tels que Shein ou Temu.

Au cumul des ventes en magasin et sur internet, **les enseignes enregistrent une évolution de l'activité de -0,5% sur l'année 2024**.

LES FAITS MARQUANTS DE 2024

Plusieurs faits ont marqué cette année 2024 :

- **Résilience des boutiques physiques** : Avec une stabilisation du trafic, l'année marque un retour des clients vers le magasin après plusieurs années de baisse à la suite de la crise sanitaire.
- **Impact météo très important** : L'activité a été portée au second semestre, et particulièrement au mois de septembre (+24%), par une météo fraîche et pluvieuse favorable à la collection automne/hiver.

- **Recherche continue des prix bas** : Le segment « grand public » (+0,8%) tire son épingle du jeu comparé au segment premium en léger recul (-1,9%), en cohérence avec la contrainte de pouvoir d'achat qui continue de peser sur les consommateurs.
- **Rebond de Paris après l'impact négatif des Jeux olympiques et paralympiques** : L'organisation des JO et JOP ont coûté en moyenne 10 points de croissance aux acteurs présents à Paris. Toutefois, l'activité a largement rebondi depuis la fin de l'événement (7 points de croissance de plus à Paris vs. reste France depuis début octobre) du fait d'une forte reprise du tourisme, notamment en provenance des États-Unis, et du retour à la normale des conditions de circulation.

LE COMMERCE DE MODE FAIT DU BIEN

Avec plus de **150 000 emplois** et **16 000 points de vente**, les commerces de mode font du Bien aux Français et jouent un rôle crucial dans le dynamisme économique local. Les résultats de l'enquête menée par **l'institut Viavoice** témoignent de l'attachement fort des Français à leurs commerces de mode.

- **90% des Français fréquentent les commerces de mode, 35% d'entre eux y vont au moins une fois par mois**
- 65% des Français ont une **bonne opinion des commerces de mode**
- **Plus de 3 Français sur 4 affirment que les commerces de mode créent de l'emploi local (78%) et contribuent au dynamisme de l'économie locale (76%)**

(cf. [Présentation complète de l'enquête Viavoice pour l'Alliance du Commerce](#)).

UNE TRANSFORMATION ENVIRONNEMENTALE ENGAGÉE ET AMBITIEUSE

Conscients de l'impact environnemental du secteur de la mode, les membres de l'Alliance du Commerce agissent en s'engageant dans une trajectoire de progrès. Les enseignes investissent prioritairement dans **l'écoconception** de leurs produits, ainsi que dans la traçabilité et la vigilance sur l'ensemble de la chaîne de production. Elles développent des offres de **seconde main** et **rénovent leurs magasins** afin qu'ils consomment moins d'énergie.

Enfin, ce sont plus d'1,2 milliard qui seront investis dans le financement de la gestion de la vie des produits d'ici 2028 à travers leur responsabilité élargie en tant que producteur. Cette transformation d'ampleur doit être encouragée et soutenue par les pouvoirs publics.

2025 : UN ACCOMPAGNEMENT RENOUVELÉ POUR UN SECTEUR EN TRANSFORMATION

L'année 2025 reste incertaine du fait d'un contexte économique fragile, d'un pouvoir d'achat contraint, d'une croissance faible et d'une concurrence internationale exacerbée. Pour relever les défis à venir, **les enseignes de l'Alliance du Commerce appellent le Gouvernement à prendre des mesures claires et équitables** :

- **Lutter contre la concurrence internationale déloyale** : En 2024, 4 milliards de colis d'une valeur inférieure à 150 euros ont été expédiés en Europe sans payer aucun droit de douane. Les plateformes asiatiques Shein et Temu représentent déjà 1 colis sur 5 traités par la Poste. L'Alliance du Commerce appelle à la **suppression rapide de ce seuil d'exonération de 150 euros au niveau européen** pour rétablir une équité concurrentielle, et au renforcement des contrôles sur l'application des règles de sécurité des produits et de protection des consommateurs.
- **Simplifier les normes** : Les réglementations, particulièrement celles issues de la directive européenne CSRD, sont excessivement complexes et doivent être largement simplifiées pour s'adapter aux capacités des PME et ETI afin de ne pas entraver leur transformation.
- **Mensualiser les loyers** : Annoncée il y a plus de 9 mois mais repoussée du fait des soubresauts politiques, cette mesure doit être mise en œuvre rapidement pour soulager la trésorerie des commerçants. Il faut même aller plus loin dans la maîtrise des charges immobilières.
- **Préserver la compétitivité des entreprises** : face à une croissance qui ralentit et une hausse attendue du chômage, il ne faut pas augmenter le coût des charges sociales pesant sur les entreprises. Cela pénaliserait les entreprises qui se battent chaque jour pour maintenir leurs emplois tout en renforçant la compétitivité des entreprises étrangères qui ne créent pas d'emplois en France.

« En 2024, le commerce de mode relève la tête et retrouve l'équilibre grâce à l'agilité des enseignes malgré un contexte économique difficile. Le magasin physique demeure essentiel : plus de 90% des Français fréquentent les commerces de mode. Ces commerces sont bien plus que des lieux d'achat : ce sont des espaces de vie, des moteurs d'innovation et de transformation sociale et environnementale. Le commerce de mode fait du Bien.

En 2025, notre ambition est de renouer avec la croissance, poursuivre notre trajectoire de progrès et redonner au commerce de mode toute la place qu'il mérite. Pour y parvenir, le soutien des pouvoirs publics est indispensable via des mesures concrètes : équité concurrentielle avec les plateformes internationales, simplification administrative et soutien à notre compétitivité », déclare **Bernard CHERQUI**, Président de l'Alliance du Commerce.

« Après plusieurs années marquées par des crises successives, l'année 2024 marque un retour à l'équilibre pour les enseignes de l'habillement du panel Retail Int pour l'Alliance du Commerce. Avec une stabilisation du chiffre d'affaires en magasin à -0,1% et une reprise de la fréquentation au second semestre, le secteur démontre une résilience notable dans un contexte économique toujours complexe », souligne **Emmanuel de COURCEL**, fondateur et CEO de Retail Int.

SOLDES D'HIVER 2025 : PREMIER BILAN MITIGÉ

Au terme des **trois premières semaines de soldes** (du mercredi 8 au mardi 28 janvier 2025), la croissance des **ventes en magasin** est en léger recul de **-1%** tandis que les **ventes sur internet** sont en recul de **-3%**.

Après un démarrage difficile, la deuxième semaine a connu une croissance d'activité de **+5%** en magasin avant une troisième semaine à l'équilibre (**+0%**).

**Retrouvez, sur demande, l'intégralité de notre présentation
sur le bilan 2024 du marché de l'habillement.**

Présentation du Panel Retail Int. pour l'Alliance du Commerce

L'Alliance du Commerce et Retail Int. s'associent pour développer un panel d'enseignes représentatives sur le marché de l'habillement. Actuellement, le panel comporte plus de 70 enseignes d'habillement représentant plus de 10.000 magasins.

À propos de l'Alliance du Commerce

L'Alliance du Commerce rassemble l'Union du grand commerce de centre-ville, la Fédération des enseignes de l'habillement et la Fédération des enseignes de la chaussure. Elle représente 16 000 magasins et 150 000 salariés dans le secteur de l'équipement de la personne.

Pour en savoir plus : www.allianceducommerce.fr

À propos de Retail Int.

Retail Int. collecte quotidiennement les données de vente de ses enseignes membres, et leur renvoie tous les jours une comparaison de leur croissance globale avec le panel d'enseignes, et de la croissance de chacun de leurs magasins avec les enseignes voisines. Retail Int. a aussi développé un modèle établissant le potentiel de CA d'un magasin, utilisé pour diagnostiquer la performance des magasins existants et estimer le potentiel sur de nouveaux emplacements.

Pour en savoir plus : www.retailint.fr

Contact presse :

Valentine Fabry – 06 80 13 51 75 – vfabry@patricia-goldman.com

Marie Moirand – 06 07 03 60 74 – mmoirand@patricia-goldman.com

Hélène Baratte – 06 29 61 88 90 - hbaratte@alliancecommerce.org