



Analyses commerciales

Le commerce de détail de l'habillement

Janvier 2012

Le commerce de détail de l'habillement

Définition et méthodologie

Cette monographie sectorielle a pour but d'étudier l'état du commerce de détail de l'habillement dans le département des Pyrénées-Orientales. Ce secteur couvre les établissements ayant pour code NAF, le code **47.71Z** qui correspond au libellé d'activité : « Commerce de détail d'habillement en magasin spécialisé ».

La première partie de l'étude porte sur l'équipement commercial (*typologie de l'offre, commerce traditionnel, grande distribution, densité commerciale*).

La seconde partie aborde les spécificités économiques de ce secteur (*organisation du marché, l'évolution sur 10 ans, emploi, chiffre d'affaires*).

La troisième partie permet d'identifier la demande des ménages (*dépenses commercialisables, flux de consommation locale, destination des dépenses*) à partir de l'enquête portant sur le comportement d'achat des ménages du département des Pyrénées-Orientales réalisée en 2010 par la CCI PPO.

I. L'équipement commercial

1. Typologie de l'offre

	Nombre	Surface
Commerces de l'habillement de moins de 300 m ²	470	28 670 m ²
Commerces de l'habillement de plus de 300 m ²	28	24 690 m ²
Total	498	53 360 m ²

(Source : Enquêtes terrains, Fichier consulaire - Pôle Etudes CCI PPO)

Fin 2011, le nombre des établissements inscrits au Fichier Consulaire de la CCI PPO ayant pour activité le commerce de détail d'habillement en magasin spécialisé est de **498 entreprises**.

(Les différentes enquêtes terrain effectuées par le pôle Etudes permettent d'établir que la surface moyenne des établissements commerciaux de moins de 300 m² est de 61 m².)

Sur le département des Pyrénées-Orientales, **le plancher commercial** du secteur de l'habillement **est de 53 360 m²** au total.

La plupart des points de vente ont moins de 300 m² (94%). Les commerces dont la surface de vente est supérieure à 300 m² ne représentent que 6% de l'ensemble des établissements.

2. Le commerce traditionnel

➤ Répartition par communes

Sur le département des Pyrénées-Orientales, on compte 469 commerces traditionnels (moins de 300 m² de surface de vente) dans le secteur du commerce de détail de l'habillement.

On observe que ce secteur est très bien représenté sur Perpignan qui compte 241 boutiques tant en Centre Ville que dans les galeries marchandes des pôles commerciaux situés sur son périmètre.

Ensuite, c'est sur les principales communes du littoral : Argelès-sur-Mer (42 commerces), Canet en Roussillon (26 commerces), Collioure (23 commerces) et Saint Cyprien (17 commerces) que sont implantés le plus grand nombre de commerces traditionnels dans ce secteur d'activité.

3. La grande distribution

➤ Répartition par pôles commerciaux

Pôles commerciaux	Enseignes	Surface
Carrer d'en Cavailles – LE BOULOU	KIABI	1 170
	DEFI MODE	980
Mas Guérido – CABESTANY	CUIRS-ET-NATURE	403
	CITADINE (ZAPPING SARL)	350
	TIPIC	450
CC des Alysés – CANET-EN-ROUSSILLON	STYLECO	630
CC Carrefour – CLAIRA RIVESALTES	GEMO (<i>vêtements</i>)	1 160
	TATI	1 700
	KIABI	1 786
	LA HALLE	1 400
	ORCHESTRA	595
	ESPRIT	500
Camp Llarg – ILLE SUR TÊT	DEFI MODE	880
ZAC ESPACE SUD – LATOUR-BAS-ELNE	100% DES MARQUES	480
	DEFI MODE	1 100
PORTE d'Espagne – PERPIGNAN	JEANS-UNIVERSE	400
	KIABI	1 700
	HALLE-AUX-VETEMENTS	800
	GEMO (<i>vêtements</i>)	1 200
	ETAM	500
	LA HALLE (<i>enfants</i>)	1 000
CENTRE VILLE – PERPIGNAN	H-&-M	900
	BURTON	300
	ETAM	700
	C&A	1 200
	POINT-MARIAGE	400
POLYGONE - PERPIGNAN	VET AFFAIRES	736
	HALLE-AUX-VETEMENTS	1 270
Total		24 690

(Source : Enquêtes terrains, Observatoire du Commerce - Pôle Etudes CCI PPO)

4. La densité commerciale

La densité départementale totale enregistrée par les commerces de plus de 300 m² et les commerces de moins de 300 m² est de 120,9 m² pour 1 000 habitants.

➤ Le commerce de plus de 300m²

	Surface de vente	Nombre d'habitants	Densité en m ² pour 1000 habitants
SCOT Plaine du Roussillon	22 540	329 959	68,3
SCOT Littoral Sud	2 150	59 066	36,4
Hors SCOT	-	52 375	-
Département des P.O.	24 690	441 400	55,9

Source : Observatoire du Commerce - Pôle Etudes CCI PPO

La densité départementale enregistrée par les commerces de plus de 300 m² est de 55,9 m² pour 1 000 habitants.

C'est sur le territoire du « SCOT Plaine du Roussillon » que la densité est la plus marquée avec 68,3 m² pour 1 000 habitants. Il enregistre donc une densité nettement supérieure à la moyenne départementale qui est de près de 56 m² pour 1 000 habitants.

On observe une absence de grandes surfaces spécialisées en habillement sur l'arrière-pays et la montagne.

➤ Le commerce de moins de 300 m²

	Surface de vente	Nombre d'habitants	Densité en m ² pour 1000 habitants
SCOT Plaine du Roussillon	20 923	329 959	63,4
SCOT Littoral Sud	6 039	59 066	102,2
Hors SCOT	1 708	52 375	32,6
Département des P.O.	28 670	441 400	65,9

Source : Observatoire du Commerce - Pôle Etudes CCI PPO

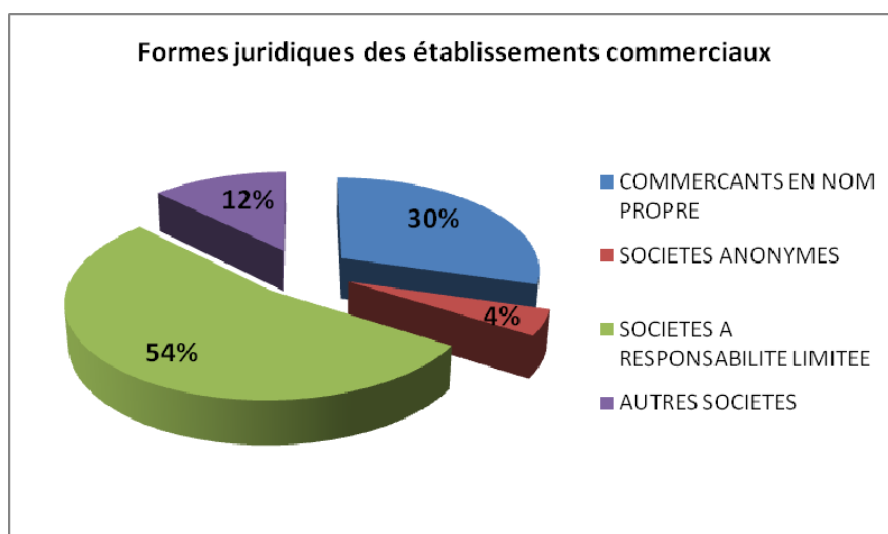
C'est sur le territoire du « SCOT Littoral Sud » que la densité est la plus élevée, soit de 102 m² pour 1 000 habitants.

La densité de ce territoire est nettement supérieure à la densité moyenne départementale qui est de 66 m² pour 1 000 habitants pour les commerces dont la surface de vente est inférieure à 300 m².

(A noter, qu'il n'est pas possible de faire une comparaison avec les données nationales, car c'est l'ensemble du secteur de l'équipement de la personne qui est étudié au niveau national et non pas seulement l'habillement).

II. Les spécificités économiques

1. L'organisation du marché



Source : Fichier consulaire CCIPPO

On compte 147 commerces indépendants exploités en nom propre soit 30 % de l'ensemble. Plus de la moitié des commerces d'habillement (54%) sont des sociétés à responsabilité limitée. Donc, de fait, ce sont 70% des magasins qui sont en société.

Cette organisation du marché correspond au mouvement de concentration de ce secteur. Les chaînes spécialisées ou grands groupes, telles les enseignes « La Halle ou Kiabi », s'implantent au Nord comme au Sud du département. Les franchises « Kookaï, Etam, Caroll... » sont bien représentées en centre ville comme en galeries marchandes. Les grands magasins multi-spécialistes comme les « Galeries Lafayette » participent aussi à la pression concurrentielle exercée sur les commerces indépendants isolés.

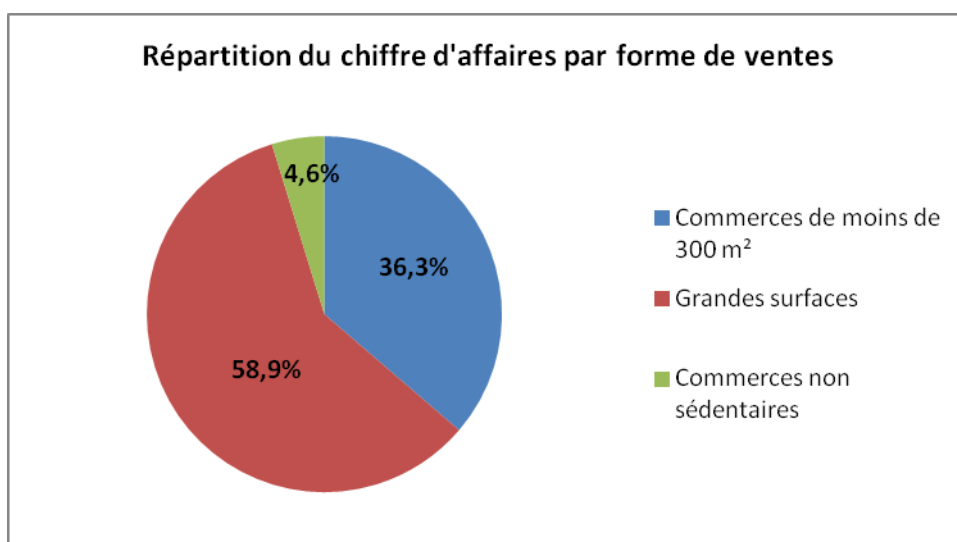
Et ces pressions concurrentielles vont continuer à s'intensifier, avec notamment le développement du e-commerce, l'habillement étant l'un des produits les plus achetés sur Internet.

2. Le chiffre d'affaires

➤ **Le chiffre d'affaires « habillement » des établissements commerciaux des P.O. s'élève à 174,3M€**

Commerces de moins de 300 m ²	63 294 577
Grandes surfaces	102 691 562
Commerces non sédentaires	8 034 450
Total	174 290 264

Source : Enquête ménages CCI PPO – 2011 –

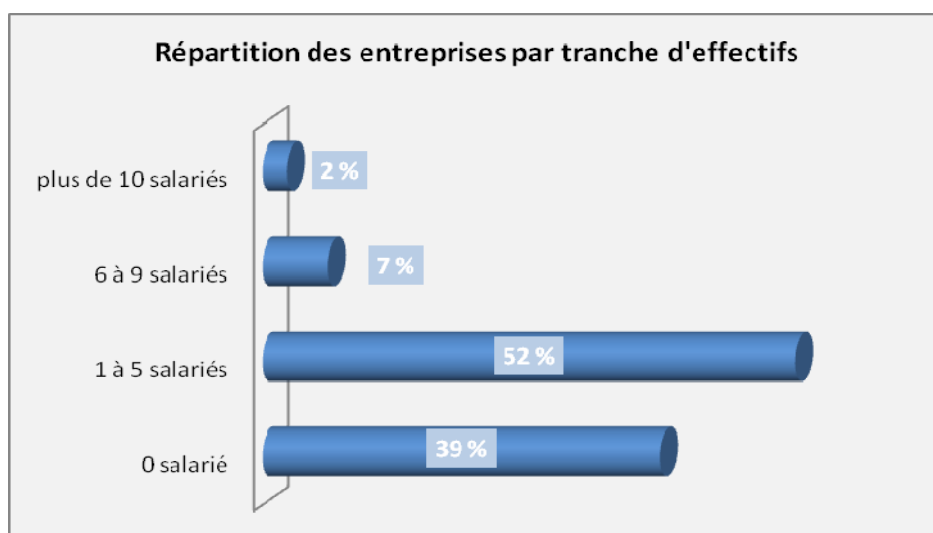


Source : Enquête ménages CCI PPO – 2011 –

Pour les produits concernés (lingerie, sous vêtements, accessoires d'habillement, prêt à porter féminin, prêt à porter masculin, vêtements enfants 12 à 18 ans avec sous-vêtements et vêtements enfants moins de 12 ans sans chaussures), les ménages des P.O. disent avoir dépensé près de 59% dans les commerces de plus de 300 m² contre plus de 36% dans les commerces de moins de 300m². L'achat sur les marchés ne représente que près de 5% des dépenses.

3. L'emploi

➤ Le secteur d'activité des commerces de détail de l'habillement emploie 1 013 salariés



Source : Enquêtes terrain, Fichier Consulaire Pôle Etudes CCI PPO

Près de 39% des entreprises n'ont pas d'effectif salarié.

Sur le secteur de l'habillement, plus de la moitié des commerces (52 %) sont des entreprises dont la tranche d'effectifs est comprise entre 1 et 5 salariés.

4. L'évolution sur 10 ans

➤ Mouvement d'entreprises sur 10 ans

	Création	Radiation	Solde
2001	77	72	5
2002	81	74	7
2003	77	71	6
2004	97	69	28
2005	84	81	3
2006	87	92	-5
2007	102	96	6
2008	119	87	32
2009	103	89	14
2010	113	75	38
Total	940	806	134

Source : Fichier consulaire CCIPPO

L'observation du nombre total de créations et de radiations des entreprises sur les dix dernières années nous montre un solde positif de 134 entreprises sur 10 ans. Seule l'année 2006 connaît un solde négatif avec un nombre de radiations supérieur au nombre de créations.

Ce sont les années 2008 et 2010 qui enregistrent le solde le plus élevé (respectivement +32 et +38).

III. La demande des ménages

1. Les dépenses commercialisables

Il ressort de l'enquête sur le comportement d'achat des ménages, réalisée en 2010, que les ménages du département ont généré une dépense commercialisable totale de **2 694 M€**.

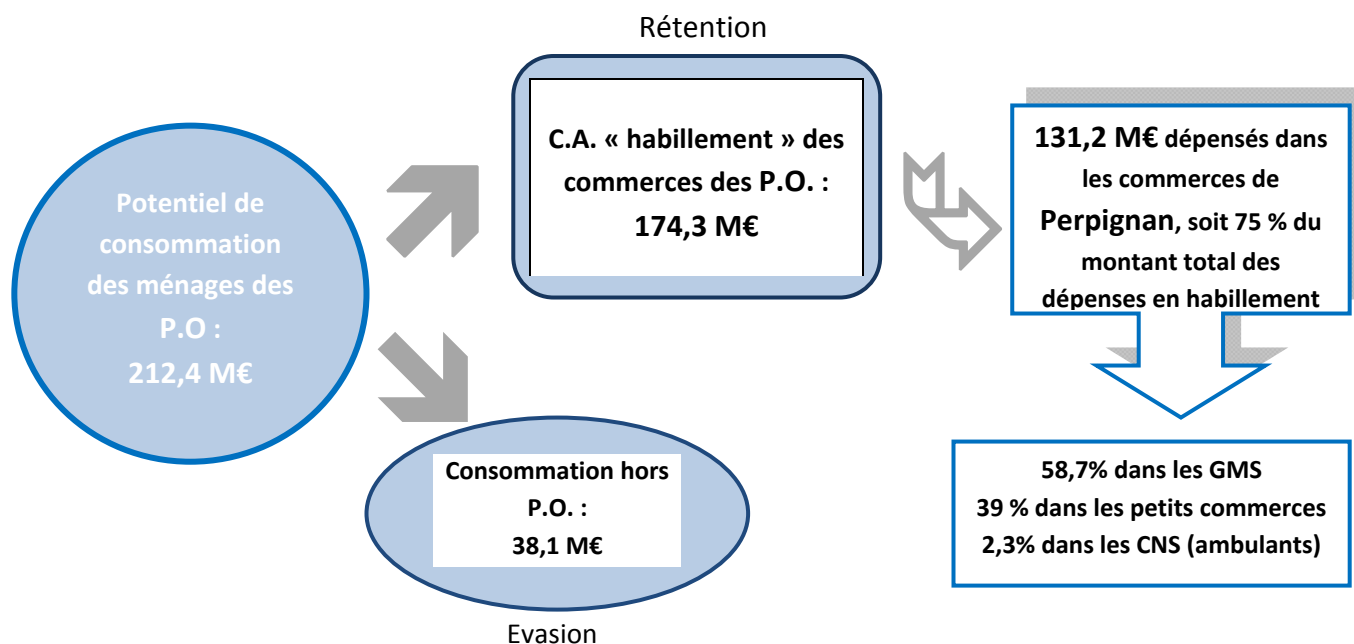
Dans les Pyrénées-Orientales, la famille de produits « équipement de la personne » représente 21 % des dépenses totales des ménages en produits de consommation courante soit 515 M€.

➤ **Le produit « habillement » représente 7,9 % des dépenses totales des ménages sur une année, soit 212,4 M€.**

Dépense commercialisable (DC) pour chacun des produits enquêtés :

Produits	DC en €	DC par ménages en €	Part des DC
Prêt à porter féminin	69 148 304	321	32,6
Lingerie – Sous vêtements – Accessoires d'habillement	53 712 381	249	25,3
Prêt à porter masculin	41 013 407	190	19,3
Vêtements enfants – 12 ans sans chaussures	29 826 597	138	14,0
Vêtements enfants 12 à 18 ans avec sous vêtements	18 705 842	87	8,8
Total	212 406 531	985	100

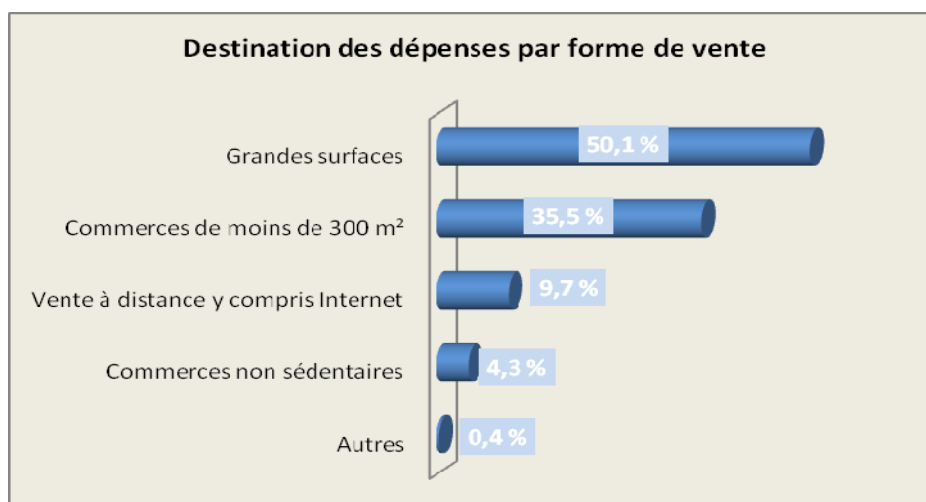
2. Flux de consommation locale



Les ménages qui résident dans le département des Pyrénées-Orientales bénéficient d'un potentiel de consommation en « habillement » de 212,4 millions d'euros. Ils en dépensent 82,1 % sur le territoire des Pyrénées-Orientales, le solde est dépensé à l'extérieur du département soit 17,9 %.

3. La destination des dépenses

a) Par formes de vente



Source : Enquête ménages CCI PPO – 2011 –

Les ménages du département ont effectué leurs achats « habillement » à hauteur de :

- 50% dans les grandes surfaces (106,4 M€)
- 35,5% dans les commerces de moins de 300m² (75,3 M€)
- 9,7% par la vente à distance y compris internet (20,7 M€)
- 4,3% sur les marchés (9,2 M€)
- 0,4 % autres (0,8 M€)

b) Par secteurs d'habitation

➤ **Perpignan capte près de 62% du total de la dépense commercialisable, soit un montant de 131,2 M€.**

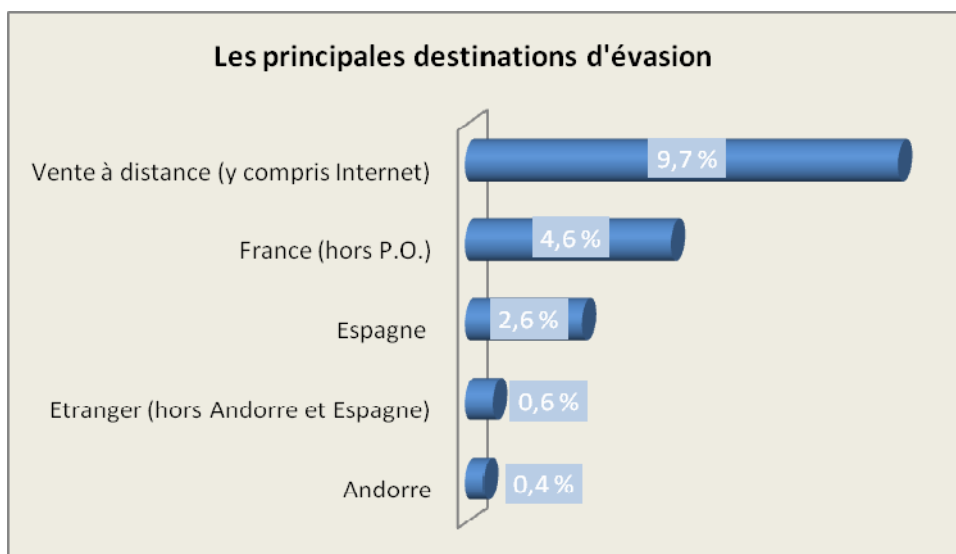
Pour les produits de l'habillement, le secteur « Porte d'Espagne » prélève près de 40 millions d'euros sur l'ensemble de la dépense commercialisable réalisée sur Perpignan.

Secteurs d'achat	Montant des achats en €	%
<i>Perpignan Porte d'Espagne</i>	39 980 446	18,8
<i>Perpignan Centre Ville</i>	33 518 986	15,8
<i>Ensemble des autres secteurs de Perpignan</i>	57 694 706	27,2
Total	131 194 138	61,8

Source : Enquête ménages CCI PPO – 2011 –

4. L'évasion

➤ **Pour le commerce de détail d'habillement en magasin spécialisé, le taux d'évasion est de 17,9 %, soit 38,1 M€ sur les 212 M€ de dépense totale en habillement.**



Source : Enquête ménages CCI PPO – 2011 –

La vente à distance, dont Internet, capte près de 10% des dépenses des ménages, soit 20,7 M€.

Malgré le caractère frontalier de notre département, les commerces d'Espagne ne captent que 2,6% des dépenses des ménages des P.O pour le produit « habillement », soit 5,5 M€.

C'est nettement moins que les achats effectués sur les autres départements, puisque pour le reste de la France, avec 4,6 % du total de l'évasion, le montant s'élève à 9,7 M€.

Pour l'étranger, le montant représente 1,4 M€. Enfin l'Andorre ne capte que 0,8 M€.