

Textile-Habillement

La consommation recule encore

Alors que les signes d'amélioration de l'environnement économique semblent se multiplier et que les experts s'accordent pour considérer que le point bas de l'activité a été atteint, la consommation d'articles de mode et textiles a subi, une nouvelle fois en 2009, un repli d'environ 4 % en valeur, après avoir connu un recul de 3 % en 2008. Faut-il y voir une rupture significative dans les attitudes de consommation des ménages ?

Pendant la période 1990-2008, la consommation a progressé d'environ 0,5 % par an en moyenne et n'a jamais connu un recul d'ampleur comparable, y compris en 1994 et 1995, années au cours desquelles les achats ont diminué en valeur d'environ 2,5 %. La crise venue d'Outre-Atlantique et qui a gagné l'Europe au mois de septembre 2008 est à l'origine de cette baisse de la consommation. Cette crise du système bancaire et financier a conduit à une raréfaction des crédits accordés aux particuliers, tout comme aux entreprises. La restriction des crédits, dans un contexte de ralentissement de la hausse du pouvoir d'achat perceptible dès le mois de mars 2008, a incité les ménages à modifier leurs comportements et à limiter leurs dépenses.

A y regarder de plus près, le repli de la

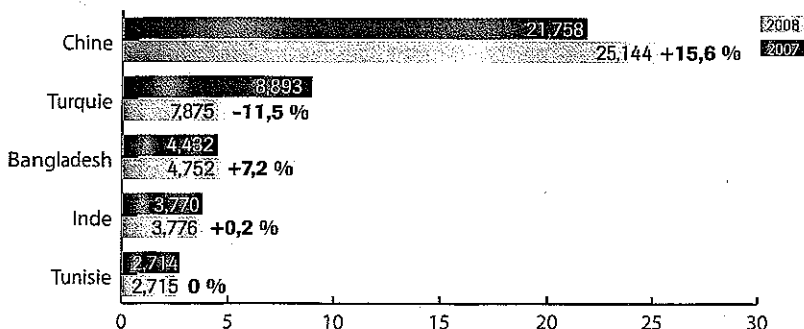
consommation en 2008 a résulté principalement du recul des prix des articles achetés, en liaison notamment avec la multiplication des soldes et des promotions. Dans un contexte conjoncturel économique difficile, les consommateurs ont réduit leur budget mais n'ont pas renoncé à leurs dépenses, puisqu'en moyenne ils ont acheté la même quantité de vêtements en 2008 qu'en 2007. Ainsi, nous avons assisté à un ajustement par les prix dans un contexte où la dégradation de l'environnement économique a incité les ménages à se restreindre.

2009 : ajustement par les prix et les quantités

L'année 2009 n'a pas présenté d'amélioration par rapport à l'année 2008. Si la situation au premier semestre pouvait laisser penser que le repli de la consommation d'articles de mode et textiles serait plus modeste en 2009 qu'en 2008, la situation s'est dégradée à partir du mois de juillet. Au cours du troisième trimestre 2009, la consommation d'articles de mode et textiles a ainsi accusé un recul moyen de 9 % en valeur par rapport à la même période de 2008. Le critère prix semble ainsi être devenu une variable centrale des nouveaux déterminants de consommation des ménages. Les consommateurs guettent l'aubaine et sont plus opportunistes. Cette attitude qui prévalait déjà en 2008, s'est accompagnée cette année d'une diminution des quantités achetées. En moyenne, les ménages ont ainsi réduit leurs achats tout en privilégiant les petits prix, ce qui a conduit à accélérer le recul de la consommation de mode. Alors que l'année 2008 était caractérisée par une certaine diversité des situations, quelques circuits de distribution affichant une meilleure résistance, l'année 2009 s'est caractérisée par une plus grande uniformité des évolutions, aucun circuit de distribution n'a véritablement été à même de tirer son épingle du jeu face au recul de la demande.

S'agit-il pour autant d'un rejet des dépenses de mode ? Les enquêtes conduites auprès

Les premiers fournisseurs de l'UE
(en millions d'euros)

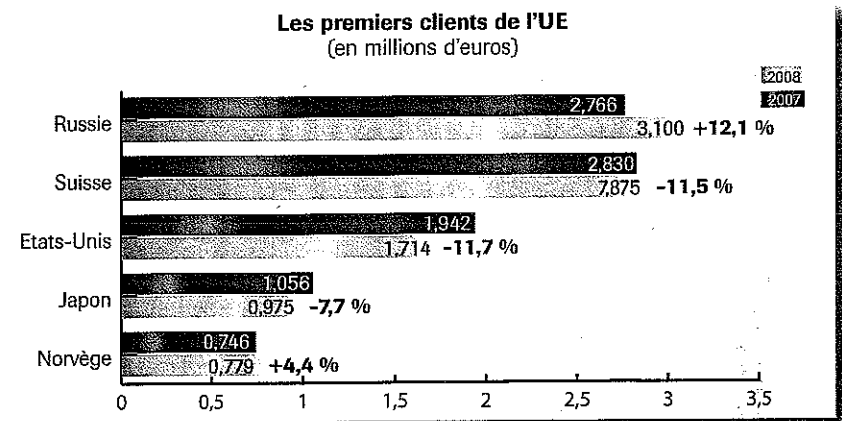


des ménages ne permettent pas de conclure dans ce sens. Une enquête de l'Institut français de la Mode effectuée au mois d'octobre 2009¹, révélait que 33 % des personnes interrogées décrivaient leurs achats de mode de la façon suivante : « Je me fais plaisir avant tout », tandis que l'affirmation « Je me fais plaisir quitte à réduire d'autres dépenses » rassemblait 11 % des personnes interrogées. Si nous n'assistons pas à un rejet des dépenses de mode de la part des consommateurs, il est incontestable que la crise les a conduits à limiter leurs dépenses.

Une consommation au ralenti

La croissance économique française a pourtant retrouvé une orientation positive dès le deuxième trimestre 2009 mais cela n'a pas profité au marché du travail. Car c'est véritablement en 2009 que l'emploi s'est dégradé en France, avec un certain retard par rapport au début de la crise. Dans un premier temps, face au ralentissement de l'activité les entreprises ont eu recours aux mesures de chômage partiel. Ce n'est que dans un deuxième temps, lorsque la productivité a diminué (recul de la production à effectif inchangé) que les entreprises ont licencié du personnel. Ainsi, 592 000 emplois devraient être détruits en 2009, selon les prévisions de l'INSEE, soit six fois plus qu'en 2008 et la France compté aujourd'hui environ quatre millions de chômeurs. Force est de constater que bien que la fin de la récession soit avérée (le Pib de la France a progressé de 0,3 % au cours du deuxième et du troisième trimestre 2009, par rapport au trimestre précédent) il n'y aura pas d'amélioration à court terme sur le front de l'emploi. Les chefs d'entreprises attendront que la reprise soit véritablement engagée avant d'embaucher à nouveau. Il y a donc fort à parier que le moteur de la consommation tournera au ralenti pendant plusieurs mois et que le véritable déclencheur de la reprise viendra des marchés extérieurs.

Dans un tel contexte, les ménages font des arbitrages, plus rigoureux et sont plus rationnels. Car le chômage a un effet direct sur la population qui en est victime mais il a également, de façon indirecte, un impact psychologique sur la consommation de ceux qui disposent d'un emploi. De surcroît, il est probable que la prime à la casse a soutenu la consommation d'automobiles au détriment des autres types de dépenses. Ainsi, sur l'ensemble de l'année 2009, la consommation d'articles de mode et textiles a connu



un recul d'environ 4 % en valeur par rapport à 2008.

Perspectives 2010

Quelles sont les perspectives pour la consommation d'articles de mode et textiles en France en 2010 ? Après la récession de 2009 (le Pib a chuté de 2 %), la France devrait renouer avec la croissance en 2010. Les différents centres de prévisions sont unanimes à ce propos. Selon les différents organismes la fourchette des prévisions est assez large, le gouvernement affichant, quant à lui, une certaine prudence (+0,75 %). Selon toute vraisemblance, le rythme de croissance de la France sera, l'an prochain, inférieur à son potentiel (+2 %). La croissance de l'activité se fera sous l'impulsion de l'amélioration de l'environnement international qui devrait soutenir les exportations, tandis que l'investissement, après avoir diminué de plus de 7 % en 2009, connaîtra un recul nettement plus atténué en 2010.

La consommation globale des ménages devrait n'enregistrer qu'une légère hausse en 2010, soit une évolution comparable à celle de 2009 (environ +0,6 % par rapport à 2008). En conséquence, l'évolution de la consommation d'articles de mode et textiles devrait bénéficier d'une certaine amélioration en 2010 sans pour autant retrouver une orientation positive. Les dépenses pourraient ainsi connaître un repli d'environ 1,1 % en valeur l'année prochaine selon nos prévisions. Il faudra donc patienter jusqu'à 2011 pour espérer connaître à nouveau une hausse de la consommation d'articles de mode et textiles. ●

*Gildas Minvielle, responsable de
l'observatoire économique,
Institut français de la mode*

**Abonnés, retrouvez ce dossier
sur le site Internet www.cncef.org**

1) Enquête de l'IFM, effectuée en octobre 2009 auprès d'un échantillon représentatif de plus de 1 000 personnes.