

C&A sluit in jaar tijd bijna 70 winkels

14-10-2022 09:00



Modeketen C&A heeft in een jaar tijd in Europa bijna zeventig winkels gesloten, waarvan meer dan de helft in Nederland, België en Duitsland. Dat blijkt uit een inventarisatie van RetailTrends.

In oktober vorig jaar had C&A volgens gegevens op de eigen website 1358 winkels in Europa. Daar zijn er nu nog 1290 van over. In Nederland verdwenen twaalf winkels, onder meer in Hoogezand, Veendam, Stadskanaal, Vlaardingen, Woerden en Sittard. De teller staat hier nu op 100.

In Duitsland, met 409 vestigingen verreweg het belangrijkste land voor C&A, sloten negentien winkels de deuren. In België (103) gingen negen vestigingen dicht. Ook in onder meer Frankrijk, Oostenrijk, Polen en Portugal verdwenen winkels. Roemenië is het enige land waar het winkelbestand toenam, met drie tot 47.

Daarnaast trok C&A zich afgelopen zomer terug uit Servië, [waar het veertien winkels had](#). C&A vroeg daar het faillissement aan, nadat het naar eigen zeggen slachtoffer was geworden van douanefraude. Daarmee is de modeketen nu nog in zeventien Europese landen actief.

Reactie C&A

“Het is belangrijk voor C&A om het winkelportfolio aan te passen aan de behoefte van de klant”, laat een woordvoerder desgevraagd weten. Bij beslissingen om al dan niet door te gaan met winkels spelen volgens haar ‘veel verschillende locatieafhankelijke factoren’ mee.

Op de vraag of er meer sluitingen op het programma staan, komt geen concreet antwoord. "We proberen het sluiten van winkels zoveel mogelijk te vermijden."

Onder leiding van de Nederlandse ceo Giny Boer verandert er veel bij C&A. Zo wordt fors geïnvesteerd in online en moet het bedrijf over de hele linie moderner worden, [zei Boer een jaar geleden tegen RetailTrends](#). Inmiddels zijn meer dan 700 van de bijna 1300 winkels vernieuwd, zegt een woordvoester.

Ze meldt dat C&A tevreden is over de huidige verkopen. "De modernisering van onze winkels laat al positieve effecten zien in onze bezoekersaantallen en de online verkoop groeide in 2021 met 54 procent. Tegen 2025 verwachten we dat minstens 30 procent van onze totale omzet online zal zijn."