

COMMUNIQUÉ DE PRESSE
ÉVOLUTION DU MARCHÉ DE L'HABILLEMENT EN MAI 2025

EN MAI, L'ACTIVITÉ EN MAGASIN RÉSISTE FACE À UN MOIS « GRUYÈRE »

Panel Retail Int. pour l'Alliance du Commerce

Le panel compare, à périmètre constant, les performances 2025 des entreprises avec celles réalisées en 2024. La période du 01/05/2025 au 31/05/2025 est comparée à la période allant du 02/05/2024 au 01/06/2024.

L'ACTIVITÉ EN MAGASIN RÉSISTE FACE AUX NOMBREUX JOURS FÉRIÉS ET PONTS DE MAI

Les enseignes de l'habillement du Panel Retail Int. pour l'Alliance du Commerce ont enregistré, sur l'ensemble du mois de mai, une activité en magasin quasi stable de **-0,4%** par rapport à l'année dernière.

Au cumul depuis le début de l'année 2025, les ventes en magasin réalisent une performance de **+1%** par rapport à 2024.

LES ZAC RÉALISENT LA MEILLEURE PERFORMANCE

Les zones d'activités commerciales (ZAC) et les retail parks enregistrent une hausse de **+2,9%** de leur chiffre d'affaires.

On observe en revanche une baisse pour tous les autres types d'emplacements. Les commerces de centre-ville implantés sur rue connaissent ainsi une diminution de **-1,8%**.

Ils sont suivis par les centres commerciaux de centre-ville ou situés en périphérie, qui affichent respectivement une baisse de **-2 et -2,5%**.

En dernière position, les outlets enregistrent une décroissance de **-3%**.

TRAFIC EN MAGASIN : BAISSÉ DE LA FRÉQUENTATION

Les jours fériés et ponts de mai ont eu une incidence plus marquée sur la fréquentation des points de vente qui enregistre une baisse de **-1,8%**, comparé à 2024.

BAISSE DES VENTES EN LIGNE

Les ventes sur Internet enregistrent une baisse plus forte que dans le retail, de **-4%** par rapport à mai 2024.

« En mai, les enseignes du Panel Retail Int. pour l'Alliance du Commerce ont enregistré une activité en magasin quasi stable par rapport à l'an dernier. C'est une performance encourageante compte tenu des nombreux jours fériés et ponts qui ont freiné la fréquentation. Depuis le début de l'année, la croissance reste positive à +1%, ce qui démontre la résilience de notre secteur malgré un climat économique et géopolitique toujours aussi incertain.

Dans ce contexte, nous rappelons que le commerce reste un pilier essentiel de nos territoires et un créateur d'emplois et de lien social. Il doit être protégé et soutenu équitablement. C'est une question de souveraineté économique et sociale.

Les plateformes extra-européennes qui accélèrent les dérèglements du marché, au mépris des règles et des engagements environnementaux et sociaux, ne doivent plus bénéficier d'un traitement de faveur.

*Plus de 800 millions de colis de moins de 150 euros sont arrivés en France l'an dernier, et 4,6 milliards en Europe. La loi dite "anti fast fashion" est un pas important pour rétablir l'équité et protéger nos entreprises qui s'engagent dans la transition environnementale. Mais pour être efficace, elle doit inclure des mesures fortes, ciblées et contrôlables. Sans cela, nous risquons de créer de nouvelles distorsions de concurrence au détriment des acteurs implantés en France », déclare **Yohann PETIOT, Directeur général de l'Alliance du Commerce.***

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.

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 26.000 magasins et 160.000 salariés dans le secteur de l'équipement de la personne.

Pour en savoir plus : www.alliancecommerce.org - Contact presse : Yohann Petiot (06.24.03.66.52)

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 : <http://www.retailint.fr>