

Paris, le 3 septembre 2025

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

ÉVOLUTION DU MARCHÉ DE L'HABILLEMENT DURANT L'ÉTÉ 2025

UNE ACTIVITÉ ESTIVALE EN DEMI-TEINTE SAUVÉE PAR LA PRÉPARATION DE LA RENTRÉE

Panel Retail Int. pour l'Alliance du Commerce

Le panel compare les performances 2025 des entreprises avec celles réalisées en 2024. Tous les chiffres du panel sont indiqués à périmètre constant. Pour ce bilan estival, la période allant du mardi 01/07/2025 au jeudi 31/07/2025 est comparée à la période allant du mardi 02/07/2024 au jeudi 01/08/2024, et la période allant du vendredi 01/08/2025 au dimanche 31/08/2025 est comparée à la période allant du vendredi 02/08/2024 au dimanche 01/09/2024.

UN ÉTÉ CONTRASTÉ POUR LES ENSEIGNES DE L'HABILLEMENT

Le **Panel Retail Int. pour l'Alliance du Commerce** a enregistré sur la période de juillet et août une activité contrastée avec un chiffre d'affaires atone (+0,1%) par rapport à l'année 2024.

En **juillet**, l'activité a **reculé de 2,3% en magasin** dans la continuité d'une période de soldes décevante et d'une météo défavorable.

À l'inverse, le **mois d'août** a connu une **hausse de l'activité en magasin de +3%** par rapport à 2024. Malgré un mauvais démarrage, en raison notamment de la canicule (-7% la 2^e semaine d'août), le mois a connu un fort rebond à partir de la deuxième quinzaine, et particulièrement la dernière semaine (+13%), porté par une météo plus fraîche et la rentrée scolaire qui ont favorisé les achats d'équipements de mi-saison. Les marchés de l'enfant et de la femme ont particulièrement tiré la consommation.

Au plan territorial, **Paris** a fait exception avec de belles performances en juillet-août (+9% vs. -10% en 2024) ! La capitale a en effet connu un très bel été grâce à un fort rattrapage après la baisse d'activité liée aux Jeux olympiques en 2024.

Les **villes côtières** ont également performé grâce à la dynamique touristique. Elles affichent ainsi de bons résultats contrastant avec la contre-performance du reste du territoire observée notamment en juillet.

Au cumul depuis le début de l'année 2025, les ventes en magasin affichent une hausse de **+0,7%** par rapport à l'année 2024.

L'ÉTÉ A PROFITÉ AUX COMMERCE DE CENTRE-VILLE ET AUX PÉRIPHÉRIES

Sur la période des deux mois, les **commerces sur rue en centre-ville** affichent une croissance de **+1,6%**.

Les magasins situés dans les **zones d'activité commerciale** et les **retail parks** ont également enregistré **une croissance de +1,3%**, principalement portée par la dynamique du mois d'août.

En revanche, l'activité est en déclin pour les commerces situés dans les **centres commerciaux implantés en périphérie (-2,8%)** et en **centre-ville (-3,1%)**.

TRAFIC EN MAGASIN : UNE FRÉQUENTATION EN RECU CET ÉTÉ

La **fréquentation** des points de vente a reculé cet été de **-1,3%**. Cette baisse a été compensée par une hausse du taux de transformation de +0,7% et du panier moyen acheté par le client de +0,9%.

VENTES EN LIGNE : LE E-COMMERCE SOUFFRE AU GLOBAL SUR L'ÉTÉ

Les **ventes en ligne** ont également baissé de **-2,4%** sur les deux mois. Malgré une belle dynamique au mois d'août (+2,5%), le recul de l'activité au mois de juillet a fortement pesé dans le résultat global étant donné l'importance des soldes d'été ce mois-là pour les commerçants.

Au cumul depuis le début de l'année 2025, les ventes en ligne affichent une croissance de **2%** par rapport à l'année 2024.

« Après un premier semestre encourageant, les enseignes de mode ont enregistré un été contrasté. Les soldes d'été en juillet ont été décevants tandis que la canicule a pesé lourdement sur l'activité d'août, freinant la vente des nouvelles collections. Toutefois l'activité a nettement rebondi depuis 15 jours grâce à une météo plus fraîche et à la préparation de la rentrée scolaire.

Si l'activité reste globalement positive depuis le début de l'année, de nombreux défis se présentent pour les mois à venir. Les enseignes devront se mesurer à un historique record, l'année passée ayant été marquée par des performances de rentrée exceptionnelle (+24% en septembre 2024) et une fin d'année dynamique (+2,6%).

Dans ce contexte, il est plus que jamais crucial de ne pas affaiblir la consommation des ménages. Nous appelons ainsi à la responsabilité des acteurs politiques pour permettre ce retour de la confiance.

*Il est aussi impératif de poursuivre avec détermination la lutte contre la concurrence déloyale des plateformes asiatiques. Leur présence sur le marché français s'accroît et représente une menace sérieuse pour la viabilité de nos commerces ancrés dans les territoires. Les prochains mois seront à cet égard décisifs pour l'avenir du commerce de mode en France », déclare **Yohann Petiot, Directeur général de l'Alliance du Commerce.***

ANNEXE : LES CHIFFRES DE JUILLET ET AOÛT DÉTAILLÉS

	Juillet	Août	Cumul juillet + août
CA	-2,3 %	+3,0%	+0,1%
Centre-ville	+0,6 %	+2,8%	+1,6%
Centre-commercial	-4,1 %	-1,2%	-2,8%
CC de centre-ville	-4,2%	-1,8%	-3,1%
ZAC / RP	-3,3 %	+6,1%	+1,3%
Outlet	-6,0 %	+3,3%	-1,1%
Trafic	-1,7%	-1,6%	-1,3%
Web	-4,5%	+2,5%	-2,4%

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 150.000 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>