

Paris, le 3 décembre 2025

COMMUNIQUÉ DE PRESSE
ÉVOLUTION DU MARCHÉ DE L'HABILLEMENT EN NOVEMBRE

UN MOIS DE NOVEMBRE MARQUÉ PAR UNE CONSOMMATION PRUDENTE

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 01/11/2025 au 30/11/2025 est comparée à la période du 02/11/2024 au 01/12/2024.

UN MOIS DE NOVEMBRE GLOBALEMENT STABLE

Les enseignes de l'habillement du **Panel Retail Int. pour l'Alliance du Commerce** enregistrent en novembre une baisse de leur chiffre d'affaires en magasin de **-1,4%** par rapport à novembre 2024.

Le début de mois a été marqué par **une activité en recul**, avant un rebond notable à partir du **17 novembre**, porté par l'arrivée soudaine de températures plus froides.

La semaine du Black Friday (24 novembre – 1er décembre) présente une croissance limitée à **+0,5 %**, avec une bonne dynamique en ouverture d'opération. Malgré l'appétence forte des Français pour ce rendez-vous commercial, les contraintes de pouvoir d'achat ont pesé sur les dépenses réalisées par les consommateurs. Cette performance illustre également des stratégies commerciales différentes selon les enseignes, certains acteurs ayant choisi d'avancer ou de raccourcir leur période promotionnelle.

Depuis le début de l'année, le **cumul du chiffre d'affaires magasin demeure stable (0,0%)**.

TOUS LES TYPES D'EMPLACEMENTS ENREGISTRENT UN RECU

La baisse de l'activité concerne l'ensemble des implantations commerciales :

- Centres commerciaux de périphérie : **-1,4%**.
- Centres commerciaux de centre-ville : **-2,8%**.
- Commerces de centre-ville : **-2,7%**.
- Zones d'activité commerciale (ZAC) et retail parks : **-0,4%**, seuls formats à limiter le repli.

UNE FRÉQUENTATION EN MAGASIN TOUJOURS EN BAISS

La **fréquentation** des points de vente recule de **-1,5%**, confirmant l'affaiblissement du trafic physique observé ces derniers mois.

LES VENTES EN LIGNE RESTENT STABLES

Les **ventes sur Internet** progressent **marginale**ment avec une évolution de **+0,1% en novembre**, un niveau équivalent à celui observé en cumul annuel (**+0.1%**).

« Le mois de novembre reflète une consommation toujours contrainte. L'arrivée tardive du froid a permis d'améliorer l'activité, sans compenser totalement la faiblesse des premières semaines.

Par ailleurs, les comportements des consommateurs continuent d'évoluer, avec un Black Friday de plus en plus sollicité par les Français en quête de bonnes affaires dans un contexte où les contraintes sur le pouvoir d'achat demeurent fortes.

Alors que les pratiques de certaines plateformes en ligne font l'objet de poursuites et d'actions engagées par la filière, l'Alliance du Commerce reste pleinement mobilisée pour défendre des conditions de concurrence équitables.

*À l'approche des fêtes, le mois de décembre sera déterminant pour l'activité du commerce de mode », 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 16.000 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>