

Paris, le 7 avril 2026

**COMMUNIQUÉ DE PRESSE**  
**ÉVOLUTION DU MARCHÉ DE L'HABILLEMENT EN MARS**

**-4,4% EN MARS : LE SECTEUR CLÔTURE UN PREMIER TRIMESTRE EN REPLI GÉNÉRALISÉ**  
**DANS UN CONTEXTE SOUS FORTE TENSION**

Panel Retail Int. pour l'Alliance du Commerce

*Le panel compare, à périmètre constant, les performances 2026 des entreprises avec celles réalisées en 2025. La période du dimanche 01/03/2026 au mardi 31/03/2026 est comparée à la période du dimanche 02/03/2025 au mardi 01/04/2025.*

**FORT REcul GÉNÉRALISÉ DU CHIFFRE D'AFFAIRES EN MARS**

Les enseignes de l'habillement du Panel Retail Int. pour l'Alliance du Commerce enregistrent en mars une baisse de leur chiffre d'affaires en magasin de **-4,4%** par rapport à mars 2025.

Cette contreperformance, qui s'inscrit dans une conjoncture dégradée depuis le début de l'année, est **généralisée**. Elle touche **tous les secteurs, tous les emplacements, tous les canaux et tous les segments** de gamme comme de marché : de l'entrée de gamme au premium, en passant par le grand public, la femme comme l'homme ou l'enfant.

Trois facteurs se sont conjugués pour expliquer ce recul. D'abord météo, le retour du froid en fin de mois ayant fortement pesé sur les achats des nouvelles collections en magasin.

Ensuite, deux facteurs exogènes sont venus aggraver la situation : d'une part, le conflit au Moyen-Orient a affecté le tourisme international : les enseignes parisiennes, particulièrement exposées à la clientèle étrangère, enregistrent ainsi un **recul de -7%** de leur chiffre d'affaires.

D'autre part, la hausse du prix de l'essence, conjuguée aux actualités internationales anxiogènes et au retour anticipé de l'inflation, a sérieusement entamé la confiance des ménages, bien au-delà des seules contraintes de déplacement : les consommateurs freinent leurs achats dans un contexte d'attentisme généralisé.

Depuis le début de l'année, le chiffre d'affaires réalisé en magasin est en baisse de **-4,3%**.

**AUCUN TYPE D'EMPLACEMENT COMMERCIAL N'ÉCHAPPE À LA BAISSÉ**

En mars, **tous les types d'emplacements commerciaux connaissent de nouveau une baisse de chiffre d'affaires, dans des proportions assez comparables.**

- Les **centres commerciaux de périphérie** sont les plus touchés, avec une **chute de -4,9%**.
- Les **magasins sur rue en centre-ville** et les **outlets** souffrent dans les mêmes proportions (**-4,7%**).
- Les **zones d'activité commerciale** et les **retail parks** affichent, quant à eux, un recul à peine plus mesuré, de **-4,1%**, tout comme les **centres commerciaux de centre-ville (-3,8%)**.

## BAISSE PLUS LIMITÉE DE LA FRÉQUENTATION EN MAGASIN

La **fréquentation** des points de vente enregistre un repli de **-1,9%** sur la période, soit un recul plus limité que le chiffre d'affaires, signe que les clients se sont déplacés mais ne sont pas passés en caisse. L'inquiétude, qui génère de nouveaux arbitrages budgétaires, impacte les intentions d'achat.

## CHUTE DES VENTES SUR INTERNET

Le **chiffre d'affaires sur Internet** affiche une chute de **-3,7%**, en ligne avec la baisse constatée dans les magasins. Ce recul du Web confirme que l'attentisme des consommateurs dépasse la seule contrainte du coût de l'essence : c'est bien l'intention d'achat elle-même qui est en retrait

\*\*\*

*« En mars, le secteur de l'habillement enregistre une forte baisse d'activité généralisée à tous les secteurs, tous les segments, tous les emplacements et tous les canaux. Ce mauvais résultat clôt un premier trimestre difficile, en recul de plus de 4%.*

*Au-delà des effets conjoncturels – et notamment d'une météo défavorable – les entreprises doivent faire face à de nouvelles contraintes du fait de la guerre en Iran. La baisse de la clientèle touristique pénalise fortement les grands magasins et enseignes les plus exposées. La consommation locale reste aussi sous tension : la hausse du prix de l'essence, conjuguée aux inquiétudes sur le retour de l'inflation, a installé un attentisme chez les ménages.*

*Ces éléments combinés font craindre un recul significatif de l'activité sur l'ensemble de l'année, avec des risques réels pour la santé financière de nos entreprises. Ce n'est pas le moment de les accabler davantage ! Elles ont besoin d'une action résolue pour réguler la concurrence déloyale en provenance des plateformes extra-européennes et pour adopter des mesures concrètes d'allègement des contraintes. Nous appelons à l'adoption rapide de la mensualisation des loyers commerciaux et du plafonnement des garanties prévus dans le Projet de loi de simplification de la vie économique », 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](http://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>