

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

**MALGRÉ LE SOLEIL, LA CONSOMMATION DÉCROCHE :
LES VENTES MODE RECULENT DE -3,1 % EN AVRIL**

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 mercredi 01/04/2026 au mercredi 29/04/2026 est comparée à la période du mercredi 02/04/2025 au mercredi 30/04/2025.

DES VENTES EN BAISSÉ IMPACTÉES PAR LE RETOUR DE L'INFLATION

Les enseignes de l'habillement du Panel Retail Int. pour l'Alliance du Commerce enregistrent en avril une nouvelle baisse de leur chiffre d'affaires en magasin de **-3,1%** par rapport à avril 2025.

Malgré des conditions météorologiques favorables avec une grande douceur, très peu de pluie et un bel ensoleillement, le mois d'avril est fortement pénalisé par les conséquences du conflit au Moyen-Orient.

Le retour de l'inflation ainsi que les prix élevés de l'essence ont pesé sur le moral des ménages, au plus bas depuis septembre 2023, et conduit à des arbitrages de consommation défavorables aux acteurs de commerce de mode.

Le recul d'activité est généralisé : il touche tous les segments - femme, homme, enfant, aussi bien grand public que premium. Le montant du panier moyen est lui aussi en légère baisse de -0,9%.

Ce recul représente le huitième mois consécutif de baisse d'activité en magasin. Depuis le début de l'année 2026, le chiffre d'affaires réalisé en magasin est en baisse de **-3,0%**.

TOUS LES EMPLACEMENTS COMMERCIAUX SONT TOUCHÉS

En avril, tous les types d'emplacements commerciaux affichent des performances négatives :

- Les **outlets (-10%)** et les **centres commerciaux de périphérie (-5,8%)** enregistrent les reculs les plus marqués. Ces destinations supposant un déplacement en voiture, la hausse du prix de l'essence pèse directement sur leur fréquentation.
- Les **centres commerciaux de centre-ville** affichent **-4,8%**.
- Les **magasins sur rue en centre-ville** s'en sortent mieux **(-2,2%)** grâce à leur clientèle de proximité.
- Les **zones d'activité commerciale et retail parks** enregistrent une baisse de **-1,8%** : leurs enseignes, positionnées sur des prix plus accessibles, sont moins exposées aux arbitrages des ménages.

BAISSE DE LA FRÉQUENTATION EN MAGASIN

La **fréquentation** des points de vente recule également de **-3,4%** sur la période.

INTERNET EN LÉGÈRE PROGRESSION

Le **chiffre d'affaires sur Internet** progresse de **+2,8%** : les consommateurs ont reporté une partie de leurs achats vers le digital qui ne nécessite pas ou peu de déplacement de leur part.

Sur l'ensemble de l'année, le Web affiche toutefois une progression limitée à **+0,7%** qui ne compense pas les baisses enregistrées en magasin.

« Le recul des ventes en avril est particulièrement préoccupant car il intervient malgré des conditions météorologiques très favorables, traditionnellement porteuses pour notre secteur. Ce résultat confirme avant tout un net affaiblissement du moral des ménages et une forte prudence dans les dépenses de consommation.

La hausse des prix des carburants, du fait du blocage du détroit d'Ormuz, pèse directement sur les comportements d'achat et sur la fréquentation des magasins. Les consommateurs arbitrent davantage leurs déplacements comme leurs dépenses, ce qui pénalise particulièrement les commerces physiques.

Après huit mois consécutifs de recul de l'activité en magasin, la situation du secteur reste sous forte tension. La légère progression des ventes sur Internet ne permet pas de compenser les pertes enregistrées dans les points de vente.

Dans ce contexte, il est indispensable que les pouvoirs publics restent pleinement mobilisés pour soutenir la consommation et préserver les entreprises confrontées à une dégradation continue de leur activité », 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>