

Paris, le 7 juillet 2026

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

**APRÈS LE REBOND DE MAI, LA CANICULE FREINE BRUTALEMENT  
LES VENTES D'HABILLEMENT EN JUIN**

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 1er au 30 juin 2026 est comparée à la période du 2 juin au 1er juillet 2025.*

**UN MOIS DE JUIN MARQUÉ PAR UN EFFET DE BALANCIER ET UNE CANICULE PÉNALISANTE**

Après un mois de mai particulièrement dynamique (+4,5%), les **enseignes de l'habillement du Panel Retail Int. pour l'Alliance du Commerce** enregistrent en **juin** un recul de leur chiffre d'affaires en magasin de **-6,5%** par rapport à juin 2025.

Cette baisse s'explique par deux phénomènes qui se sont succédés. **Fin mai, une vague de chaleur précoce** mais supportable avait incité les consommateurs à s'équiper et à renouveler leur garde-robe pour la saison d'été.

Une partie des achats estivaux ayant été anticipée dès la fin du mois de mai, les ventes ont naturellement marqué le pas en juin. Cette baisse a été particulièrement sensible dans le textile enfant et les enseignes grand public, avant d'être accentuée par l'épisode caniculaire de fin de mois.

**Au cumul sur les six premiers mois de 2026, le chiffre d'affaires réalisé en magasin recule de -3,4% par rapport à 2025.**

**LES PERFORMANCES DES EMPLACEMENTS BOULEVERSÉES PAR LA CANICULE**

**En juin, tous les types d'emplacement sont orientés à la baisse.**

Sur l'ensemble du mois, ce sont les **zones d'activité commerciale** et **retail parks** (-8,9%), ainsi que les **outlets** (-9,2%), qui affichent les plus forts reculs, suivis par les **centres commerciaux de centre-ville** (-6%) et **de périphérie** (-5,6%).

Les **commerces de centre-ville** résistent relativement mieux (-4,1%) sur l'ensemble du mois de juin.

**UNE FRÉQUENTATION ET UN TAUX DE TRANSFORMATION EN BAISSÉ**

La **fréquentation** des points de vente recule de **-4,7%** sur la période. Cette baisse de trafic s'accompagne d'un **recul du taux de transformation** de **-1,7%** alors que le panier moyen reste quasiment stable (-0,2%). Ces constats démontrent une consommation encore fragile dans le secteur.

## LE WEB ÉGALEMENT EN BAISSÉ

Le chiffre d'affaires sur Internet recule de **-4,0%** sur la période. Contrairement à ce qui avait été observé lors des précédents épisodes de forte chaleur, les fortes températures de fin de mois n'ont pas profité aux ventes en ligne.

## UNE PREMIÈRE SEMAINE DE SOLDES PÉNALISÉE PAR L'ÉPISODE CANICULAIRE

*La période du mercredi 24 au mardi 30 juin 2026 est comparée à la période du mercredi 25 juin au mardi 1er juillet 2025.*

Sur les **sept premiers jours des soldes d'été**, les enseignes du Panel enregistrent un recul de leur chiffre d'affaires en magasin de **-7,0%** par rapport à 2025, essentiellement dû à une baisse de la fréquentation (-7,7%).

Les deux premiers jours des soldes ont coïncidé avec le pic de l'épisode caniculaire, provoquant une chute d'activité rarement observée lors d'un lancement de soldes : -14 % le premier jour et -17 % le deuxième jour. La tendance s'est ensuite progressivement redressée à mesure que les températures refluaient avec un **retour à la croissance les 29 et 30 juin** (respectivement +4% et +5%). Malgré ce rebond encourageant en fin de semaine, le retard accumulé lors du démarrage des soldes n'est pas encore résorbé et les prochaines semaines seront déterminantes pour l'équilibre de la saison estivale.

La canicule a particulièrement **impacté les magasins implantés dans les centres villes** (-8,5% sur rue, -10,8% en centre commercial) et les **zones d'activité commerciale** (-6,9%). À l'inverse, les grands espaces commerciaux climatisés, tels que les centres commerciaux et grands magasins, ont bénéficié d'un report des visiteurs lors des fortes chaleurs.

L'activité des soldes sur le **Web** est également en retrait à **-1,6%**.

\*\*\*

*« Les résultats du mois de juin confirment la fragilité de la consommation dans l'habillement. Après des achats anticipés fin mai, la canicule de juin a porté un nouveau coup à l'activité en éloignant les consommateurs des magasins au moment même où débutaient les soldes.*

*Cette situation démontre à quel point les commerces de mode sont aujourd'hui exposés à des facteurs extérieurs de plus en plus imprévisibles, qu'ils soient économiques ou climatiques. Les épisodes météorologiques extrêmes ne sont plus des événements exceptionnels : ils deviennent un véritable enjeu pour l'activité commerciale.*

*La poursuite des soldes prolongés jusqu'au 28 juillet offre une chance de compenser une partie du retard accumulé. Nous appelons les consommateurs à profiter de cette période pour soutenir les commerces, se faire plaisir et bénéficier de bonnes affaires partout 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 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>