

Paris, le 5 octobre 2026

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

**-17,6% EN SEPTEMBRE : UN MOIS CATASTROPHIQUE QUI PLACE LES ENSEIGNES
SOUS FORTE TENSION**

Panel Retail Int. pour l'Alliance du Commerce

Le panel compare, à périmètre constant, les performances des entreprises réalisées du mardi 1er au mercredi 30 septembre 2026 par rapport à celles enregistrées du mardi 2 septembre au mercredi 1er octobre 2025.

Après un début d'année en demi-teinte, le marché de l'habillement décroche brutalement en septembre. Les enseignes du Panel Retail Int. pour l'Alliance du Commerce enregistrent une chute de 17,6% de leur chiffre d'affaires en magasin par rapport à septembre 2025. Une contre-performance majeure pour un mois de rentrée déterminant pour l'activité et la trésorerie des entreprises.

CHALEURS EXCEPTIONNELLES ET POUVOIR D'ACHAT CONTRAINT FONT DÉCROCHER LA RENTRÉE

Deux facteurs principaux expliquent cette chute d'activité.

- **Les chaleurs exceptionnelles** : septembre 2026 se classe au 2^e rang des mois de septembre les plus chauds depuis 1900, avec très peu de pluie. Ces conditions météorologiques exceptionnelles ont très fortement impacté les achats de saison. À titre d'exemple, chez la **femme**, les ventes de **grosses pièces** enregistrent une baisse de - 45% quand, à l'inverse, le **short** progresse de + 24% par rapport à l'année dernière.
- **L'accélération de l'inflation portée par les prix de l'énergie (+21,2% sur un an)** pèse sur le pouvoir d'achat des Français et limite les déplacements des consommateurs, impactant notamment les lieux marchands les plus éloignés.

Cette chute d'activité touche **tous les segments** de gamme, et notamment le segment « **Grand public** » qui affiche un recul d'activité de **-20,2%**.

Elle intervient dans une **période clé pour le secteur de l'habillement** : la rentrée scolaire représente à elle seule 14% des ventes annuelles des enseignes de vêtements pour enfants. Or, en septembre, **l'enfant** recule de **-27,4%**.

Sur les neuf premiers mois de 2026, le chiffre d'affaires en magasin recule désormais de -4,7% par rapport à 2025.

AUCUN EMPLACEMENT N'EST ÉPARGNÉ

En septembre, **tous les types d'emplacement** subissent cette baisse d'activité.

Les zones d'activité commerciale et retail parks enregistrent le **plus fort recul** : **-23,4% de chiffre d'affaires**. Ces destinations, qui supposent un déplacement en voiture, souffrent de la hausse des prix des carburants, mais aussi de la réduction du pouvoir d'achat de leur clientèle grand public.

Les **centres commerciaux** baissent aussi fortement, de **-16,9% en périphérie** et de **-13,8% en centre-ville**.

Les **commerces de centre-ville implantés sur rue (-11,1%)** et les **outlets (-12%)** enregistrent eux aussi un recul à deux chiffres de leur chiffre d'affaires.

Paris résiste mieux avec une baisse limitée à -6,4% de chiffre d'affaires, notamment grâce à l'activité touristique.

UNE FRÉQUENTATION EN FORTE BAISSÉ

La **fréquentation** des points de vente recule fortement sur la période, à **-13,3%**.

Depuis le début de l'année, le trafic en magasin enregistre une baisse de **-3,8%**.

LES VENTES EN LIGNE DÉCROCHENT ÉGALEMENT

En cohérence avec les magasins physiques, les ventes en ligne chutent de **-15,9%** en septembre.

Au cumul depuis le début de l'année, les ventes en ligne reculent de **-1,8%** par rapport à 2025.

L'ALLIANCE DU COMMERCE APPELLE LE GOUVERNEMENT À UNE EXTRÊME VIGILANCE

« Septembre enregistre sa plus mauvaise performance depuis cinq ans. Cette chute brutale de l'activité est un signal d'alarme. La rentrée est une période essentielle pour l'activité et la trésorerie de nos entreprises. Beaucoup ont déjà engagé des plans d'économies et réduit leurs investissements. Un nouveau mois de cette ampleur placerait certaines enseignes dans une situation extrêmement difficile. Les trois derniers mois de l'année seront donc décisifs pour tout le secteur.

Dans ce contexte, nous appelons le Gouvernement à une extrême vigilance. La priorité doit être de préserver les entreprises, l'emploi et la consommation. Ce n'est certainement pas le moment d'alourdir davantage le coût du travail, notamment en réduisant les allègements de cotisations sociales sur les bas salaires.

Il faut dans le même temps protéger le pouvoir d'achat des Français. La hausse des prix des carburants pèse sur leur budget et leurs déplacements, avec des conséquences particulièrement fortes pour les commerces situés en périphérie.

Dans la situation actuelle, les entreprises ont besoin de visibilité et d'oxygène. Le moment n'est pas à ajouter de nouvelles contraintes, mais à créer les conditions de la confiance et de la stabilité. »

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>