

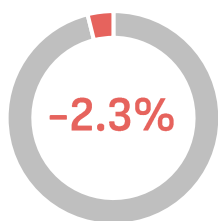
Paris, le 22 septembre 2026

Communiqué de presse

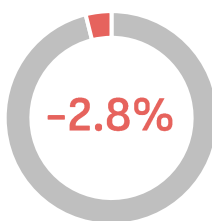
COMMERCE SPÉCIALISÉ : UNE ACTIVITÉ TOUJOURS SOUS PRESSION EN MAGASINS À -2,4 % SUR LES HUIT PREMIERS MOIS DE 2026

Ventes magasins

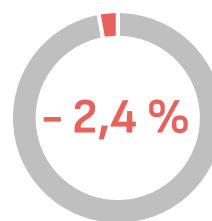
Juillet 2026 vs 2025



Août 2026 vs 2025



Janvier-août 2026 vs 2025



Sources : Procos / Retail Int. / IPEA / Food Service Vision

Juillet et août confirment une consommation encore fragile, malgré des situations contrastées en fonction des secteurs et des territoires.

Le chiffre d'affaires des enseignes du commerce spécialisé recule de **2,8 % en magasins en août 2026 par rapport à août 2025**, après une baisse de **2,3 % en juillet**.

Sur les huit premiers mois de l'année, l'activité en magasins tous secteurs affiche ainsi une baisse de **2,4 % par rapport à la même période de 2025**.

Un été difficile à l'exception de quelques secteurs

L'habillement recule de 4,3 % en août, après +0,2 % en juillet.

Ce dernier mois s'était néanmoins mieux comporté, notamment grâce à une **semaine de soldes supplémentaire**, qui a contribué à soutenir l'activité de juillet.

En août, la situation s'est révélée plus difficile. **Plusieurs épisodes de fortes chaleurs ont pesé sur l'activité**, même si la fin du mois, plus fraîche, a pu favoriser l'anticipation des achats de rentrée.

En cumul de janvier à août, le secteur affiche une baisse de **3,1 %**.

Contact presse :

Sophie MADIGNIER, Directrice Marketing & Communication – sophie.madignier@procos.org

31, rue du 4 septembre – 75002 Paris – Tél. : 01 44 88 95 60

club@procos.org ■ www.procoss.org

Restauration : une activité toujours en retrait

La restauration affiche un recul de 2,3 % en août, après -3,8 % en juillet.

Pour juillet, dans un contexte marqué par les **fortes chaleurs et la fin de la Coupe du monde**, l'activité de la restauration chaînée en chiffre d'affaires avait enregistré un **recul de l'ordre de 4 % sur place à périmètre comparable**, dans la continuité de la tendance observée depuis le début de l'année.

Sur les huit premiers mois de 2026, la restauration affiche une baisse de **3,4 %**.

Les autres secteurs affichent des évolutions contrastées

En août, le secteur **Culture, cadeaux, jouets** enregistre une progression de **+2,9 %**, après **+5,2 % en juillet** et s'inscrit dans une dynamique positive depuis le début de l'année.

Le secteur **Beauté-Parfumerie** reste légèrement positif en août, à **+0,4 %**, après un mois de juillet quasiment stable.

À l'inverse, l'**Alimentaire spécialisé recule de 4,1 % en août** et l'**Équipement de la maison de 4,9 %**.

Pour les huit premiers mois de 2026, l'activité en magasins du commerce spécialisé est en retrait

A l'exception du secteur « **Culture, cadeaux, jouets** », véritable « **achat refuge** », qui enregistre une **forte progression à +4.8%**, et la « **Beauté – Parfumerie** » relativement stable (**-0.9%**), les autres activités sont à la peine avec des évolutions négatives depuis janvier.

Alimentaire spécialisé : -4,3 %

Habillement : -3,1 %

Équipement de la maison : -3,4 %

Restauration : -3,4 %

Une fréquentation en hausse dans les principaux lieux de commerce en août

En août 2026, la fréquentation des lieux de commerce progresse par rapport à août 2025.

Elle augmente de **+1,2 % en centre-ville**, de **+3,6 % dans les pôles de périphérie**, de **+3,6 % dans les galeries** et de **+1,0 % dans les rues**.

Les **centres commerciaux régionaux** enregistrent la progression la plus importante parmi les formats suivis, avec **+4,1 %**, devant les **grands centres-villes**, à **+2,7 %** alors que ceux des moyennes villes restent stables.

Une fréquentation qui s'explique par l'« effet clim », les consommateurs ayant cherché la fraîcheur des commerces et centres commerciaux.

Des écarts également importants selon les territoires

La **Bretagne** affiche la plus forte progression de fréquentation à **+7,3 %**, suivant en cela la dynamique positive du tourisme dans cette région, tandis que le **Centre-Val de Loire** pour sa part est en négatif à **-5,4 %**.

Le panel met toutefois en évidence des écarts importants selon les secteurs et les territoires. **La fréquentation progresse dans les différents formats de lieux de commerce en août**, tandis que plusieurs secteurs continuent de connaître des niveaux d'activité en retrait.

Les conditions météorologiques, l'allongement des soldes et le contexte économique ont un impact fort mais très différent en fonction des secteurs.

André TORDJMAN, Président du PROCOS a souligné que « le secteur du commerce traverse une période exigeante, et c'est précisément dans ces moments que le rôle d'une fédération prend tout son sens : éclairer, rassembler, et défendre. De la même manière que le commerce change, notre fédération doit s'adapter aux nouvelles réalités du retail et à leurs nouveaux enjeux. Nous devons trouver les nouvelles pistes de financement de nos investissements pour faire perdurer un commerce qui donne envie. »

Pour sa part, **Laurent MILCHIOR, membre du conseil d'administration du PROCOS** a estimé que « les entreprises du commerce connaissent un changement fondamental, avec de nouveaux acteurs internationaux agiles, de nouveaux modes de consommation et l'impact de l'IA qui ne fait qu'accélérer ce mouvement. Pour adapter nos modèles, il faut un accompagnement fort des enseignes et de leurs collaborateurs par les pouvoirs publics et par notre fédération PROCOS, car toutes les entreprises n'ont pas les moyens de conduire ces transformations en interne ».

Pour Julien Aubignat, Délégué Général du PROCOS : « Les chiffres de l'été confirment ce que vivent nos enseignes au quotidien : une consommation fragile dans un environnement qui ne leur laisse aucun répit. Le pouvoir d'achat des ménages reste sous tension, les prix de l'énergie pèsent et la confiance peine à revenir. À cela s'ajoute un contexte géopolitique lourd et l'incertitude politique et budgétaire en France.

Cela prive les acteurs économiques de la visibilité dont ils ont besoin pour investir et se développer. Dans ce contexte, le commerce spécialisé fait néanmoins preuve d'une résilience remarquable : la fréquentation de nos lieux de commerce progresse, preuve que les Français restent attachés au commerce physique. Notre responsabilité est de préserver ce commerce de proximité qui anime nos villes et porte 750 000 emplois. La rentrée et la fin d'année seront déterminantes, et nous appelons à un cadre stable et lisible qui redonne confiance aux commerçants comme aux consommateurs. »

À propos de PROCOS

PROCOS, Agir pour un commerce qui donne envie, représente 310 enseignes. Spécialisé dans le conseil, PROCOS accompagne les réseaux en matière d'implantation, d'optimisation, de restructuration de parc et de stratégie d'entreprise. Lieu d'échange et d'information, la fédération anime des clubs de réflexion entre professionnels et représente leurs intérêts auprès de la filière et des pouvoirs publics. <https://www.procos.org/>

A propos de l'IPEA

L'Institut de la Maison observe et analyse les marchés de la maison pour accompagner les enseignes dans leur stratégie. Il publie des données de marché et des analyses grâce à une expertise acquise depuis plus de 40 ans. <https://www.institutdelamaison.com/>

A propos de Retail Int.

Retail Int. collecte quotidiennement les données de vente de ses 130 enseignes membres (représentant 18.000 magasins et 25 Md€ de CA), 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. <http://www.retailint.fr>

À propos de Food Service Vision

Leader en Europe de l'intelligence économique de la filière restauration. Grâce à ses 30 collaborateurs experts, à sa maîtrise des technologies de recueil et d'analyse des données, à sa connaissance intime des différents segments de la filière restauration, Food Service Vision produit études, veilles stratégiques, analyses de données et accompagne ses clients dans leur transformation et leurs décisions stratégiques. Avec son service Panel Performance Enseignes, Food Service Vision collecte, anonymise et analyse les ventes réelles issues des données caisse de 36 enseignes de restauration chaînée en France afin de leur permettre de comparer leurs performances avec celles du marché, par moment de consommation, par canal de commande et par localisation. <https://www.foodservicevision.fr/>

A propos de STACKR

Stackr, Observatoire de la fréquentation des points de vente Procos/Stackr
STACKR mesure et analyse la fréquentation des points de vente grâce à des capteurs intelligents. L'exploitation des données fournit des indicateurs précis sur les flux visiteurs et l'attractivité des zones. Ses analyses permettent aux enseignes de piloter leur activité avec des données fiables et comparables. <https://stackr-group.com/>