

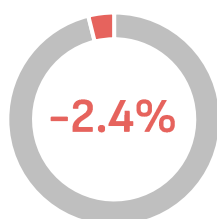
Paris, le 24 juillet 2026

Communiqué de presse

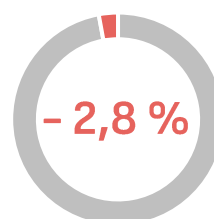
Commerce spécialisé : un mois de juin en retrait avant des soldes décisifs pour le second semestre

Ventes magasins

Juin 2026 vs 2025



Janvier-juin 2026 vs 2025



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

Le panel Procos enregistre en juin 2026 une baisse de **2.4 % des ventes en magasin** par rapport à juin 2025.

Après un printemps déjà peu dynamique, les arbitrages de consommation continuent de peser sur l'activité des enseignes.

Le lancement des soldes d'été le 24 n'a eu qu'un effet limité sur les résultats du mois. La canicule a dissuadé la clientèle de se déplacer et fortement sanctionnée l'activité. L'impact des soldes se mesurera principalement sur les performances de juillet d'autant qu'ils ont été prolongés d'une semaine en juillet pour tenter de compenser ce manque de fréquentation.

Sur les six premiers mois de l'année, les ventes en magasin affichent un recul de **2,8 %** et la persistance d'une baisse de trafic.

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.procos.org

Des performances toujours très contrastées selon les secteurs

Les résultats du mois illustrent des écarts importants entre les activités.

L'équipement de la maison connaît une baisse de -1.0%. Le ralentissement du marché immobilier continue de peser sur le secteur.

L'habillement enregistre un net recul (-6,5 %). Cette évolution s'explique notamment par la première vague de chaleur fin mai, qui a conduit les consommateurs à anticiper leurs achats de vêtements d'été.

L'alimentaire spécialisé est également en recul marqué (-6,5 %).

L'activité de la restauration chainée recule de 2 % sur place à périmètre comparable en juin, marquant un net redressement après plusieurs mois de forte baisse. Les performances s'améliorent progressivement au fil des semaines, dans un contexte de fortes chaleurs et de début de la Coupe du Monde de Football, jusqu'à repasser en positif en fin de mois.

A l'inverse, le secteur Culture, cadeaux et jouets confirme sa bonne dynamique avec une progression de 3,2 % en magasin et surtout une très forte croissance des ventes en ligne (+21,6 %), démontrant la capacité des enseignes à tirer parti de la complémentarité entre magasins physiques et web.

La beauté-parfumerie enregistre un léger recul (-0,7%). Là encore, l'effet canicule a fortement pesé sur les performances du secteur. Si pendant les 20 premiers jours, le secteur était en positif à +3.0%, il a chuté de 15% en fin de mois avec la hausse des températures.

Le commerce en ligne continue d'apporter un soutien à certaines activités, sans toutefois compenser totalement la baisse des ventes physiques.

La fréquentation des magasins reste en baisse de -3,0% entre juin 2025 et juin 2026

Les centres-villes et les rues enregistrent respectivement une nette baisse de -4.4% et -5.0% alors que la fréquentation des pôles de périphérie est relativement stable à -0.3%. A noter seules les galeries sont en légère progression à +0.4%, certainement favorisées par la canicule qui a poussé la clientèle vers des lieux climatisés. Les magasins d'usine, pour leur part, connaissent une baisse constante et particulièrement notable à 17.9% en juin.

En termes de territoire, hormis l'Occitanie en léger positif, toutes les autres régions sont en baisse.

Le Grand Est, les Hauts de France et la Bourgogne sont celles dont les régressions sont les plus fortes (respectivement -8.4%, -6.6%, -5.6%).

Les soldes et la saison touristique seront déterminantes

Pour Procos, les prochains mois constitueront un moment clé pour le commerce spécialisé.

Les soldes d'été, la fréquentation touristique ainsi que l'évolution de la confiance des ménages seront déterminants pour apprécier la capacité des enseignes à redresser leur activité au second semestre.

Au-delà de la conjoncture, ces résultats rappellent la nécessité de maintenir un environnement économique favorable au commerce physique pour permettre aux enseignes de poursuivre leurs investissements, transformer leurs réseaux, améliorer l'expérience client.

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/>