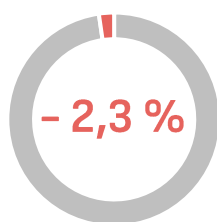


Communiqué de presse

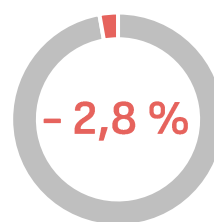
Commerce spécialisé : un mois de mai toujours contraint par la prudence des consommateurs, malgré quelques signes de résistance

Ventes magasins

Mai 2026 vs 2025



Janvier-mai 2026 vs 2025*



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

Après plusieurs mois marqués par une consommation hésitante, l'activité du commerce spécialisé demeure sous pression. En mai 2026, les enseignes du commerce spécialisé enregistrent un recul de **-2,3 % de leur chiffre d'affaires magasins par rapport à mai 2025**, tandis que les ventes web progressent **mais insuffisamment pour renverser la tendance**.

Sur les cinq premiers mois de l'année, l'activité en magasin recule de **-2,8 %**, confirmant la fragilité de la consommation des ménages.

Mai 2026 : une consommation freinée par un contexte peu favorable

Les performances du mois de mai s'inscrivent dans un environnement toujours marqué par un **moral des ménages dégradé**, des préoccupations persistantes liées au **pouvoir d'achat** et l'impact de la **hausse des prix du carburant** sur les déplacements et les arbitrages de consommation.

Contacts 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.prococos.org

Dans ce contexte, plusieurs secteurs enregistrent des résultats contrastés :

L'**habillement** affiche une progression de **+4,5 %** en magasin, la **beauté-parfumerie** de **+1,1 %**.

Le secteur **culture, cadeaux et jouets** limite son recul à **-0,9 %** en magasin et bénéficie d'une hausse de **+6,5 %** des ventes en ligne.

À l'inverse, l'**équipement de la maison** recule de **-7 %**, tandis que l'**alimentaire spécialisé** affiche une baisse de **-2,6 %**.

La **restauration** chaînée quant à elle, est en repli de **-4,7 %** sur place à périmètre comparable. Après un démarrage encourageant, le mois de mai est perturbé sur la seconde quinzaine en raison du calendrier (décalage Ascension et Fête de Mères) et de l'épisode de chaleur.

Si les ventes en ligne progressent légèrement, ce report vers le digital reste limité et demeure loin de compenser les pertes constatées dans les magasins physiques.

Janvier-mai 2026 : une tendance de fond toujours négative

Sur les cinq premiers mois de l'année, les enseignes du commerce spécialisé enregistrent une baisse cumulée de **-2,8 % des ventes en magasin** par rapport à la même période de 2025. Dans le même temps, les ventes web progressent légèrement confirmant que la croissance du digital ne suffit plus à soutenir l'activité globale.

Les performances sectorielles restent contrastées :

- **Culture, cadeaux et jouets** constitue le principal moteur de croissance avec une hausse de **+3,2 %** en magasin
- La **beauté-parfumerie** limite son recul à **-1,5 %**.
- L'**habillement** recule de **-2,6 %** malgré un mois de mai favorable.
- L'**équipement de la maison** baisse de **-3 %**.
- L'**alimentaire spécialisé** recule de **-4 %**.
- La **restauration** affiche un repli de **-4,8 %** en magasin et de **-3,5 %** sur le web.

La fréquentation des magasins recule de - 1,2 % en mai 2026 par rapport à mai 2025.

Cette baisse masque toutefois des situations contrastées selon les emplacements commerciaux. Les centres-villes et les commerces de rue sont les plus affectés, avec des replis respectifs de 2,6 % et 3,8 %. À l'inverse, les galeries commerciales et les pôles commerciaux de périphérie enregistrent des progressions de fréquentation de 2,0 % et 1,3 %. Les acteurs des centres de marques observent également une activité en retrait, ces lieux de commerce apparaissant davantage comme des destinations d'achat pouvant être reportées ou arbitrées lorsque les consommateurs réduisent leurs déplacements.

Ces résultats peuvent notamment s'expliquer par le report d'une partie de la consommation vers des espaces climatisés lors de l'épisode de forte chaleur observé entre le 26 et le 30 mai. Les grands centres commerciaux régionaux figurent ainsi parmi les formats les plus performants du mois, tandis que les grands centres-villes continuent de souffrir d'un déficit d'attractivité.

Les disparités régionales sont également marquées. La Normandie affiche une hausse de fréquentation d'environ 4 % par rapport à mai 2025, alors qu'à l'inverse, les Hauts-de-France enregistrent un recul proche de 6 %. Les nombreux week-ends prolongés liés aux jours fériés ainsi que les conditions météorologiques particulièrement favorables ont probablement encouragé les déplacements vers les zones touristiques et littorales, au détriment des grandes agglomérations.

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.prococos.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 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/>