AGIR POUR UN COMMERCE QUI DONNE ENVIE

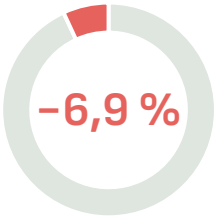
Paris, le 5 novembre 2026

Communiqué de presse

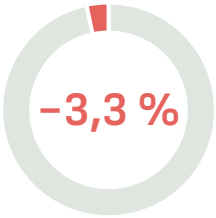
Commerce spécialisé
-6,9 % de chiffre d'affaires en magasin en septembre, une rentrée très marquée par le recul de l'habillement

Ventes magasins

Septembre 2026
vs 2025



Janvier-septembre 2026
vs 2025



Par secteur (vs 2025)	Septembre 2026	Janvier-septembre 2026
Total commerce spécialisé	**-6,9 %**	**-3,3 %**
Habillement	**-17,6 %**	-4,7 %
Équipement de la maison	**-4,5 %**	-3,5 %
Restauration chaînée	**-4,4 %**	-3,4 %
Alimentaire spécialisé	**-0,8 %**	-3,8 %
Beauté-parfumerie	**+3,7 %**	-0,4 %
Culture, cadeaux, jouets	*n.c.**	+4,8 %*

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

** Culture, cadeaux, jouets : données de septembre non intégrées à ce stade ; cumul à fin août.*

Le commerce spécialisé enregistre un recul de 6,9 % de son chiffre d'affaires au mois de septembre. La dégradation est nette par rapport à août, où le recul était de 3,1 % (hors secteur Culture, Cadeaux, Jouets), Sur les neuf premiers mois de l'année, le chiffre d'affaires en magasin recule de 3,3 %.

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

L'habillement, à -17,6 %, creuse l'écart avec les autres secteurs

L'habillement affiche le plus fort repli du mois : -17,6 % en septembre. Son cumul depuis janvier s'établit à -4,7 %. Cette baisse s'explique notamment par des conditions météorologiques exceptionnellement et par un recul de la consommation lié à une situation économique nationale exsangue

Équipement de la maison et restauration : des reculs comparables, des tendances opposées

Les secteurs de l'équipement de la maison et de la restauration reculent dans des proportions voisines en septembre (-4,5 % et -4,4 %), mais leurs trajectoires diffèrent.

L'équipement de la maison est stable d'un mois sur l'autre (-4,9 % en août), avec un cumul de -3,5 % de janvier à septembre.

La restauration chainée baisse elle de 2,1 points (-2,3 % en août), son cumul restant à -3,4 %. L'activité fléchit en particulier sur la deuxième quinzaine de septembre avec un chiffre d'affaires à -4%.

Alimentaire spécialisé et beauté-parfumerie : deux secteurs mieux orientés

L'alimentaire spécialisé limite son recul à 0,8 % en septembre, contre -4,1 % en août; son cumul depuis janvier reste cependant à -3,8 %. La beauté-parfumerie est le seul secteur en croissance (+3,7 %, après +0,4 % en août) et le seul dont le cumul annuel, à -0,4 %, est proche de l'équilibre.

Culture, cadeaux, jouets

Les données de septembre du secteur culture, cadeaux, jouets ne sont pas intégrées à ce stade. À titre de repère, le secteur affichait +2,9 % en août et +4,8 % en cumul à fin août, seul secteur du panel en croissance sur neuf mois.

Fréquentation : -8,7 %, une baisse plus marquée en galeries et en périphérie

Aucun type d'emplacement ni aucune région ne progresse.

Les baisses les plus fortes concernent les galeries et les pôles de périphérie, puis les centres commerciaux régionaux et les grands centres commerciaux autour de -11%. Les centres-villes (-7,1 %) et les rues (-6,6 %) résistent mieux.

Par région, le Centre-Val de Loire (-12,2 %), la Normandie (-11,8 %) et l'Occitanie (-11,5 %) enregistrent les plus fortes baisses, tandis que les Pays de la Loire (-4,9 %) et la Bretagne (-5,4 %) sont les plus épargnées. Les autres régions se situent dans une zone intermédiaire.

En septembre, l'activité du commerce spécialisé a été fortement pénalisée par une météo exceptionnellement chaude et sèche, qui a freiné les achats de saison. Dans un contexte de tensions persistantes sur le pouvoir d'achat liées à la hausse des prix de l'énergie, la rentrée scolaire n'a pas eu l'effet escompté sur la reprise d'activité.

> **Pour André TORDJMAN, Président de PROCOS :** *« Les 10 premiers mois de l'année 2026 auront été marqués d'événements politiques, climatiques, économiques et sociaux qui ont impacté l'activité des commerçants en centre-ville comme en centres commerciaux. Les impacts se cumulent avec un modèle économique des retailers déjà fragilisé. Il reste deux mois, les plus importants de l'année pour sauver les comptes des entreprises. Les commerçants sont prêts mais ils doivent avoir le soutien des pouvoirs publics pour combler le retard et commencer l'année 2027 avec une trésorerie suffisante pour relever les défis à venir. »*

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 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/