

Black friday : la région Sud s'en tire plutôt bien



La Fédération nationale de l'habillement (FNH) vient de publier les résultats de son baromètre mensuel. Si en France, les chiffres du mois de novembre sont toujours très bas, la Provence-Alpes-Côte d'Azur est l'une des rares région à tirer son épingle du jeu.

« La situation des commerçants de mode indépendants reste très critique, explique la Fédération nationale de l'habillement. En effet, d'après les données de l'observatoire de la FNH, le chiffre d'affaires de ses adhérents a baissé de 5,3% entre novembre 2024 et 2025. Tous les secteurs sont touchés et ne laissent pas présager d'un rebond : mode homme (-9%), mode femme (-8%), mode mixte (-2%). »

Toutes les régions à la baisse sauf Paca et les Hauts-de-France

La plupart des régions sont extrêmement touchées par la baisse de CA du mois de novembre. Les plus impactés sont le Pays de la Loire (-11%), Normandie (-11%) et Centre-Val-de-Loire (-9%). Sont également touchés par cette baisse : Auvergne-Rhône-Alpes (-8%), Bretagne (8%), Grand-Est (6%), Nouvelle Aquitaine (-5%), Île-de-France (-5%), Occitanie (-2%) et Bourgogne-Franche-Comté (-1%). Seules les Hauts-de-France (+11%) et la région Sud (+9%) affichent un bilan mensuel positif.



Ecrit par Laurent Garcia le 8 décembre 2025

« Un écosystème devenu ultra-promotionnel, qui tire toute la filière vers le bas. »

Pierre Talamon, président de la Fédération nationale de l'habillement

« Le baromètre du mois de novembre illustre la résilience des commerçants de mode indépendants, contraints de participer au Black Friday alors que leur structure de marge ne leur permet pas d'absorber durablement ces opérations, fragilisant encore davantage leur activité, constate [Pierre Talamon](#), président de la Fédération Nationale de l'Habillement. Cette pression continue nous oblige, à la FNH, à questionner un écosystème devenu ultra-promotionnel, qui tire toute la filière vers le bas. Cette dérive est amplifiée par l'agressivité du e-commerce des plateformes digitales extra-européennes. Nous devons collectivement réaffirmer la valeur du commerce physique et soutenir ceux qui font vivre nos territoires. »

Black Friday : coup de boost ou coup de bambou sur les marges ?

« La tenue du Black Friday n'aura donc pas eu de réel effet même si le nombre de participants s'est accru avec 58% des commerçants indépendants y ayant participé (contre 47% en 2024), poursuit la FNH. Parmi eux, 71% déclarent avoir participé parce qu'ils n'avaient pas le choix et 48% parce que leurs concurrents le font. Du côté des non-participants, cela est avant tout dû à des convictions anti-Black Friday (68%) ou parce qu'ils souhaitaient faire des promotions de manière différente (16%). Cependant, même si les participants ont pour la quasi-totalité (95%) proposé des réductions durant plusieurs jours, les effets ne se ressentent pas vraiment en termes de chiffres d'affaires puisque pour 28% des boutiques, l'opération représente moins de 5% du CA. Malgré ces chiffres, 62% des participants envisagent de participer à nouveau au Black Friday en 2026. »