

Ecrit par le 16 janvier 2026

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 régions 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 impactées 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 le 16 janvier 2026

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

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

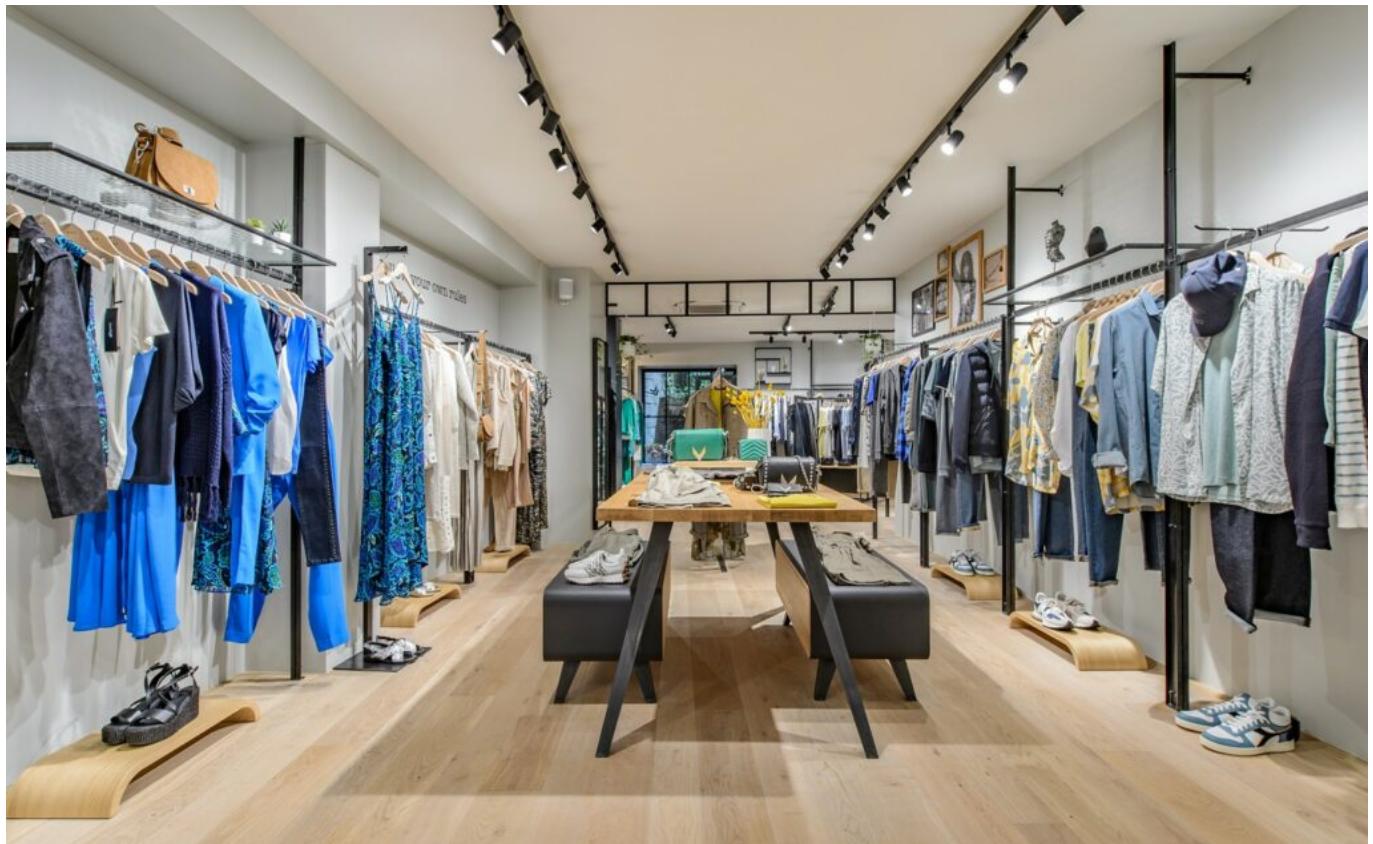
« Le baromètre du mois de novembre illustre la résilience des commerçants de mode indépendants, contraints de participer au Black Friday alors que leur structure de marge ne leur permet pas d'absorber durablement ces opérations, fragilisant encore davantage leur activité, constate [Pierre Talamon](#), 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. »

Le chiffre d'affaires de l'habillement en hausse pour la 1re fois de l'année

Ecrit par le 16 janvier 2026



La [Fédération nationale de l'habillement](#) (FNH) vient de publier son baromètre d'avril. Pour la première fois de l'année, les commerçants indépendants de l'habillement et du textile connaissent une hausse de leur chiffre d'affaires. Cependant, si Provence-Alpes-Côte d'Azur s'en tire bien dans ce secteur représentant près de 700 emplois en Vaucluse, il n'en est pas de même dans toutes les régions de France.

La Fédération Nationale de l'Habillement (FNH) vient de dévoiler les résultats de son baromètre mensuel. Cet observatoire constate une première depuis 3 mois : tous les secteurs de l'habillement connaissent une hausse. Le chiffre d'affaires des adhérents de Fédération affiche ainsi une augmentation de 3,3% par rapport à avril 2024.

Un résultat d'autant plus positif qu'en avril 2024, les chiffres étaient très négatifs avec une baisse de 8,6% par rapport à avril 2023. Et que ces derniers mois, les résultats étaient constamment négatifs (-8,1% en mars 2025, -8% en février 2025, etc.).

Tous les secteurs de l'habillement sont au vert...

Autre donnée très encourageante, tous les secteurs de l'habillement connaissent une hausse. Cela n'était plus arrivé depuis le début de l'année 2025. Ainsi, la mode mixte connaît une augmentation de +7%, la mode hommes de +5% et la mode femmes de +2%.

Si 54% des adhérents de la FNH notent une augmentation de leur CA pour ce mois d'avril, ils restent

Ecrit par le 16 janvier 2026

cependant vigilants. En effet, malgré ce mois écoulé très engageant, les résultats globaux du premier trimestre 2025 sont négatifs, avec une baisse de 3,3% par rapport à la même période en 2024.

Variation du chiffre d'affaires

AVRIL 2025 VS 2024

Auvergne-Rhône-Alpes	-2%
Bourgogne-Franche-Comté	12%
Bretagne	9%
Centre-Val de Loire	-1%
Grand Est	1%
Hauts-de-France	2%
Île-de-France	6%
Normandie	1%
Nouvelle-Aquitaine	8%
Occitanie	-1%
Pays de la Loire	5%
Provence-Alpes-Côte d'Azur	10%
Réunion	-3%
Martinique	-40%

Source : FNH

... mais pas toutes les régions

Toutes les régions de France ne sont pas concernées par cette hausse (voir tableau ci-dessus). En effet, avec 10% Provence-Alpes-Côte d'Azur arrive en 2^e position des régions françaises juste derrière Bourgogne-Franche-Comté (+12%). On trouve ensuite la Bretagne (+9%), la Nouvelle Aquitaine (8%), l'Île-de-France (+6%), les Pays de la Loire (+5%), les Hauts-de-France (+2%) ainsi que le Grand Est (+1%) et la Normandie (+1%). A l'inverse, le Centre Val-de-Loire (-1%), l'Occitanie (-1%), Auvergne-Rhône-Alpes (-2%), la Réunion (-3%) et surtout La Martinique (-40%) restent orienté à la baisse.

« Un essoufflement des stratégies promotionnelles de début d'année. »

Ecrit par le 16 janvier 2026

Pierre Talamon, président de la FNH

« L'effet miroir quasi symétrique entre le repli du premier trimestre et la remontée d'avril illustre un essoufflement des stratégies promotionnelles de début d'année, constate [Pierre Talamon](#), président de la FNH. Janvier s'épuise dans des soldes, février reste sans voix, incapable de susciter l'envie pour les nouvelles collections printemps-été, inadaptées à la saison, suivi péniblement par le mois de mars. C'est avril qui redonne le tempo, porté par une envie de nouveauté et une offre printanière enfin visible. Parallèlement à notre combat contre la 'fast fashion', il est venu le temps de rationaliser le cycle des ventes de mode et d'habillement, tant il apparaît inadéquat aux yeux du consommateur ; économiquement et écologiquement à contre-sens de ce vers quoi notre filière aspire à tendre. »

L.G.

L'habillement et le textile en Vaucluse

En France, la Fédération Nationale de l'Habillement (FNH) représente 30 300 points de vente dont 74% sont des magasins situés en centre-ville et 12% dans des centres commerciaux. Le secteur regroupe 78 800 emplois dont 84% sont des salariés en CDI (Contrat à durée indéterminée).

En Vaucluse, les commerçants indépendants de l'habillement et du textile comptent 200 entreprises totalisant 215 établissements, soit 11% des établissements du secteur de la région Provence-Alpes-Côte d'Azur. En nombre de salariés, cela représente 670 personnes, soit 9% des salariés du secteur de la région.