

Commerce spécialisé : un mois de novembre très impacté par les événements des gilets jaunes

Comme Procos l'a communiqué il y a quelques jours, l'activité du mois de novembre s'est soldée par un chiffre d'affaires négatif à - 6,8 % en magasins à surface égale (*). Faisant suite à un bon mois d'octobre, l'activité de début novembre a été dynamique grâce à une météo rafraîchie donc favorable aux achats d'hiver en équipement de la personne en privilégiant les grosses pièces. Le Black Friday a connu un succès variable au sein des enseignes et les acteurs ont choisi des stratégies prix très différentes à l'occasion de cet événement qui reste surtout très favorable au e-commerce.

Puis, le premier week-end d'actions des gilets jaunes a marqué un coup d'arrêt à cette embellie d'activité. Les manifestations, les impossibilités ou très grandes difficultés d'accès aux points de vente de très nombreux territoires ont entraîné une forte dégradation de l'activité des points de vente lorsque ceux-ci pouvaient être ouverts. Procos l'a écrit à plusieurs reprises depuis : l'impact sur le chiffre d'affaires des acteurs est considérable dans tous les secteurs d'activités du commerce de détail, pour tous les types d'acteurs quelle que soit leur taille et dans tous les types de territoires qu'ils soient urbains ou ruraux.

Même si les moyennes surfaces de périphérie ont subi le plus d'impacts (- 10,1%) et connaissent leur plus mauvais mois depuis de nombreuses années, que la périphérie dans son ensemble est plus touchée que le centre-ville (respectivement - 8,5 % et - 5,5 %), **la baisse est générale et atteint tout aussi bien les centres commerciaux que les centres-villes.**

Chacun le sait, le début du mois de décembre a été également marqué par de très fortes baisses. **L'observatoire de la fréquentation des magasins Procos/Stackr (**)** mesure dès à présent une chute moyenne de 12,5 % des entrées magasins sur tout le territoire depuis début décembre avec, bien entendu, de très forts écarts en fonction des régions, des sites et des événements locaux, la baisse allant, dans certaines régions jusqu'à - 20 % et certains sites de commerce à - 30 %.

Par ailleurs, les enseignes n'ont pas constaté de report sur internet. Les ventes web de ces enseignes ont poursuivi les tendances d'évolution d'avant les événements sans connaître d'accélération à savoir, en moyenne + 5 % sur des chiffres d'affaires internet qui, n'ont rien à voir avec les chiffres d'affaires magasins.

Le mois de décembre représente pour beaucoup d'acteurs 2,5 fois l'activité d'un mois normal. De nombreux réseaux ont connu des baisses de chiffres d'affaires supérieures à 25 % depuis le début du mois. L'impact de ce qui se passera le week-end des 15 et 16 décembre et d'ici la fin de l'année sera donc très fort de conséquences. **Le cumul à 11 mois pour 2018 est de - 3 %.**

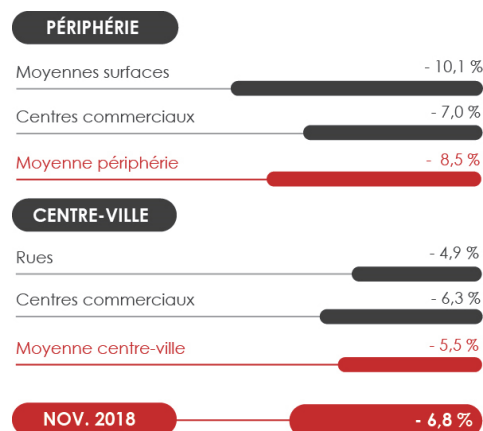
La fin décembre ne permettra pas de redresser la situation mais espérons qu'elle ne contribuera pas à la dégrader davantage. Souhaitons donc que le consommateur ait attendu par contrainte pour faire ses achats de fin d'année et qu'il se rende en masse dans les magasins les prochains jours.

(*) 50 enseignes interrogées sur leur performance dans 50 pôles de références situés dans 15 agglomérations

(**) L'observatoire de fréquentation des commerces Procos/Stackr cumule les données captées en permanence dans 13.000 points de vente sur 1.800 sites de commerce (centres commerciaux, rues...)

Chiffres d'affaires à surface comparable selon les types d'emplacements (*)

Novembre 2018 / 2017



Janvier à novembre 2018 / 2017

