

Commerce spécialisé : février, un mois en baisse d'activité à -1,4 % avant d'affronter la tempête du coronavirus

Faire le point sur l'activité du commerce spécialisé en février paraît aujourd'hui bien secondaire compte tenu des enjeux des prochaines semaines.

Nous serons donc bref. **L'activité des magasins a baissé en moyenne de -1,4 % en février 2020 par rapport à février 2019** (*) après une baisse de -5,1 % en janvier. On constate une meilleure performance (*) des magasins situés dans les rues de centre-ville qui connaissent un mois positif (+ 2,3 %) par rapport à ceux de la périphérie qui sont négatifs : - 3 % pour les moyennes surfaces et - 1,0 % pour les centres commerciaux de périphérie.

Notons que ces chiffres restent difficiles à analyser car impactés par des décalages de date de vacances et par le raccourcissement de la période de solde de six à quatre semaines.

Seules certaines activités réalisent un mois positif : alimentaire spécialisé, restauration, beauté-santé et, dans une moindre mesure, l'activité de culture/loisir.

La fréquentation des magasins s'est fortement dégradée en février (- 13,2 % selon l'observatoire Procos/Stackr (**)), notamment en centre-ville (- 15 % en moyenne) mais également en galerie marchande : - 9 % en moyenne.

En cumul depuis début 2020, le chiffre d'affaires des magasins à surface égale est en baisse de - 3 %.

Bien entendu, la préoccupation porte sur les semaines à venir. Depuis le début mars, la plupart des acteurs constate une accélération de la baisse de fréquentation et les évolutions des chiffres d'affaires tendent en moyenne vers - 15 % entre le 1^{er} et le 11 mars.

L'enjeu est maintenant d'aider les acteurs à affronter la crise et l'accélération irrémédiable de la baisse d'activité dans les points de vente.

Bien entendu, il y a l'action du gouvernement (échéances fiscales, sociales, chômage partiel). Il faut vite constater l'action des bailleurs, banques et assureurs pour accompagner leurs clients commerçants de toute taille, et ceci en dépassant le cadre contractuel inadapté à la situation.

Les loyers sont le poste de coût principal des magasins après les salaires. Pour se donner les meilleures chances d'éviter les fermetures définitives de magasins et sauver l'emploi local, adapter immédiatement le loyer à l'activité réelle du magasin est impératif.

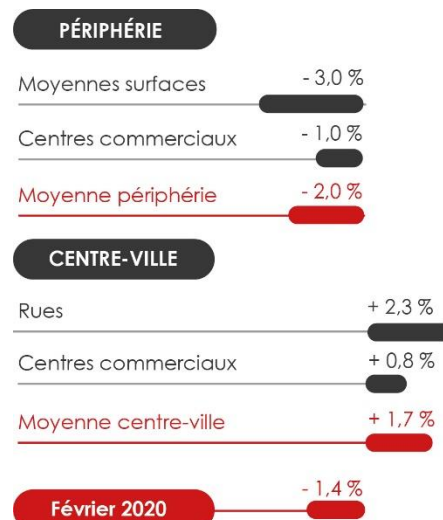
Procos appelle les bailleurs à mettre en place de tels dispositifs dès les loyers et charges d'avril : règlement mensuel, réduction du loyer en corrélation avec le chiffre d'affaires et la fréquentation, renonciation à toute pénalité pour permettre aux commerçants de vite s'adapter aux difficultés rencontrées (absence de personnel, horaires d'ouverture...)... **Il faut être agile et sortir d'urgence d'une application contractuelle qui ferait de nombreux dégâts.**

La situation va être compliquée pour tous, la solidarité doit être le maître mot, c'est la responsabilité sociétale de tous.

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

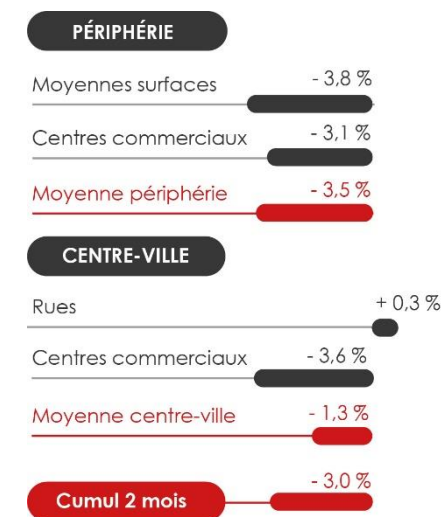
(**) L'observatoire de fréquentation des commerces Procos/Stackr cumule les données captées en permanence dans 13.000 points de vente sur 1.800 sites de commerce (centres commerciaux, rues...)

Évolution du CA magasin commerce spécialisé à surface égale en % Février 2020 vs février 2019



Source : panel Procos

Évolution du CA magasin commerce spécialisé à surface égale en % Janvier/février 2020 vs janvier/février 2019



Source : panel Procos