

Panel avril 2017

Commerce spécialisé : un mois d'avril en recul, les centres-villes résistent mieux

	Avril	Cumul 4 mois
2017	- 1,6 %	- 1,5 %
2016	+ 0,8 %	+ 0,4 %
2015	+ 2,7 %	+ 1,0 %

Après un mois de mars marqué par une reprise d'activité, avril, avec un jour ouvrable de moins par rapport à l'année précédente, se termine à - 1,6 %, tous secteurs du commerce spécialisé confondu (*). En conséquence, pour les quatre premiers mois de l'année, l'activité est négative (- 1,5 %). Ces résultats se réfèrent toutefois à un historique positif. Avril 2016 avait été légèrement positif (+ 0,8 %) ainsi que les quatre premiers mois de l'année de 2016 (+ 0,4 %).

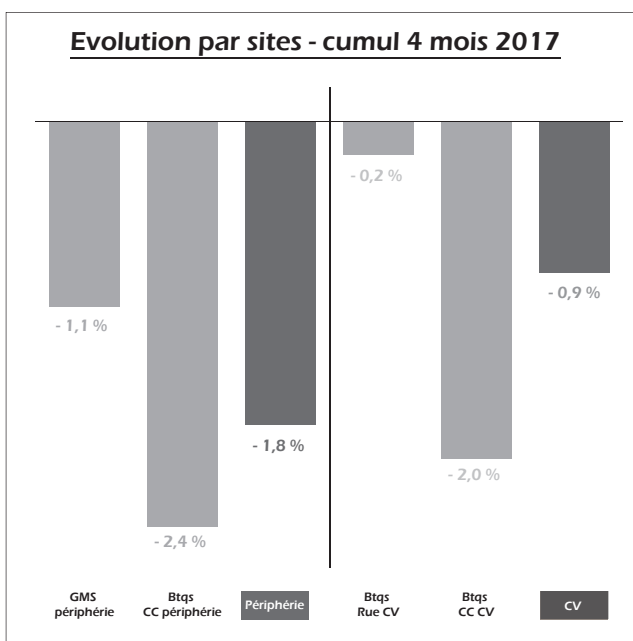
Ce mois est marqué par une très forte hétérogénéité de l'activité selon les secteurs. L'équipement de la maison connaît, une forte régression, principalement en électrodomestique, ce secteur subissant le contrecoup d'un marché particulièrement dynamique en 2016, porté par les nouvelles normes TNT et le renouvellement du parc TV.

L'équipement de la personne stagne en moyenne sur le mois mais présente de fortes disparités de performance entre les acteurs. En effet, certains réalisent un bon mois d'avril dans la poursuite de l'activité de mars.

Culture-loisir, restauration, beauté-santé finissent également le mois en négatif, sans toutefois connaître les baisses constatées dans l'équipement de la maison.

Pour le mois d'avril, les centres commerciaux, que ce soit en centre-ville ou en périphérie, sont à la peine avec respectivement une baisse de performance de - 2,5 % et - 2,9 %. Les magasins dans les rues de centre-ville enregistrent également une légère baisse (- 1,1 %). Les moyennes surfaces de périphérie, quant à elles, se maintiennent par rapport à l'année dernière (- 0,3 %).

Pour la période de janvier à avril 2017, le centre-ville résiste mieux que la périphérie avec une baisse d'activité de - 0,9 % contre - 1,8 %. Sur cette même période, l'écart de performance entre les rues de centre-ville (- 0,2 %) et les centres commerciaux de centre-ville (- 2 %) et de périphérie (- 2,4 %) est significatif.



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