PROCOS

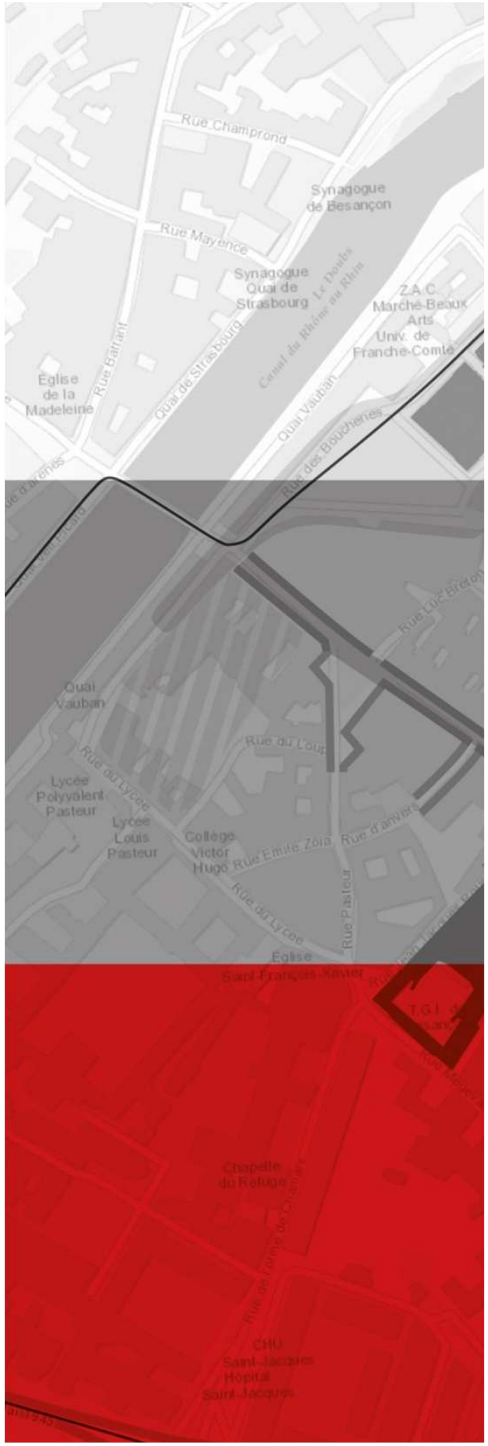
La Fédération du Commerce Spécialisé

CONFERENCE DE PRESSE
18 janvier 2018

Sommaire

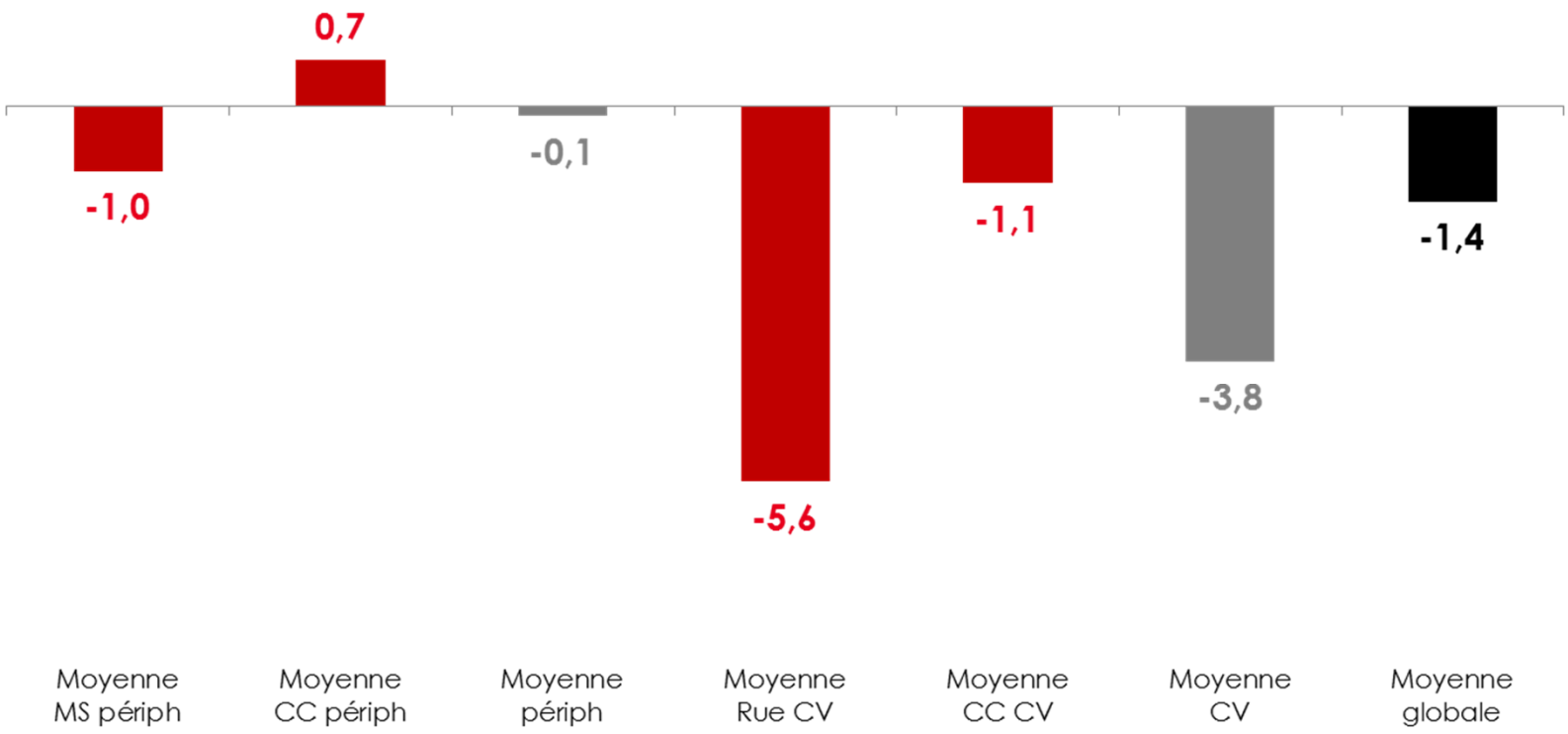
- Conjoncture du commerce spécialisé
- Observatoire de la fréquentation des magasins
  Le partenariat Procos/Stackr
- Bilan et perspectives de l'immobilier de commerce
- Procos et les grands dossiers du commerce

Conjoncture du commerce spécialisé



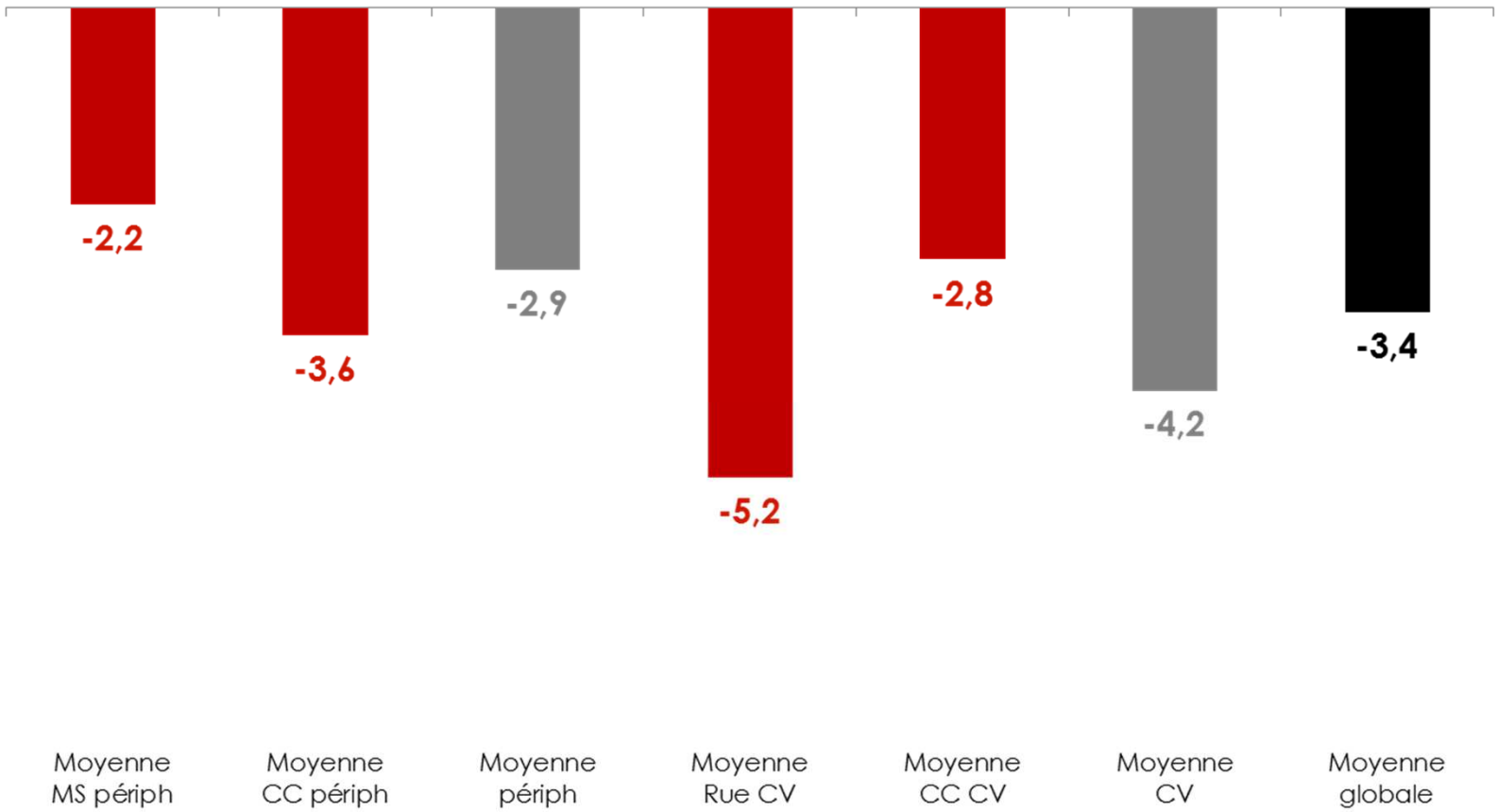
PROCOS

Panel Procos – décembre 2017 : - 1,4 %



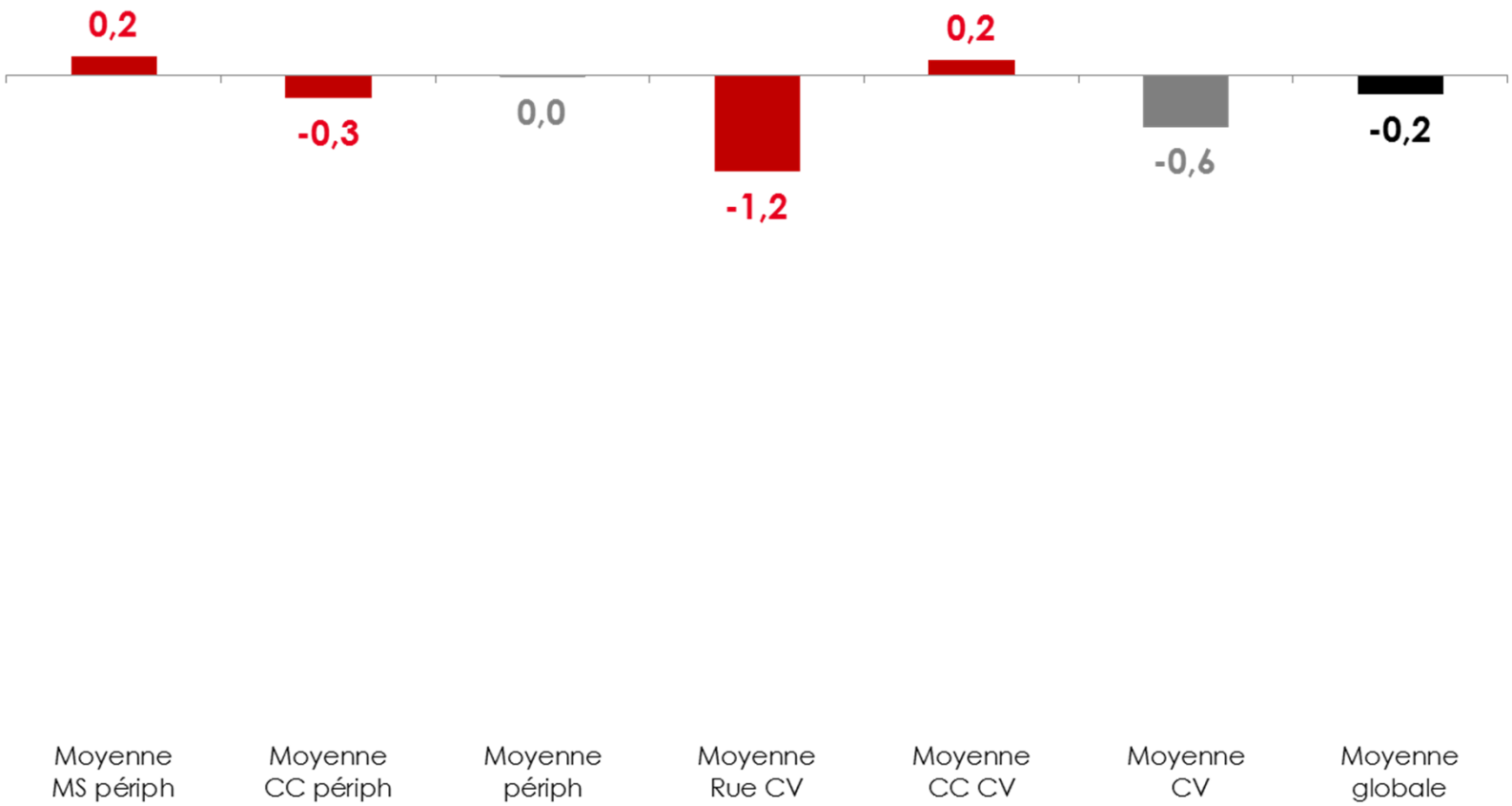
PROCOS

Panel Procos – Cumul 4ème trimestre 2017



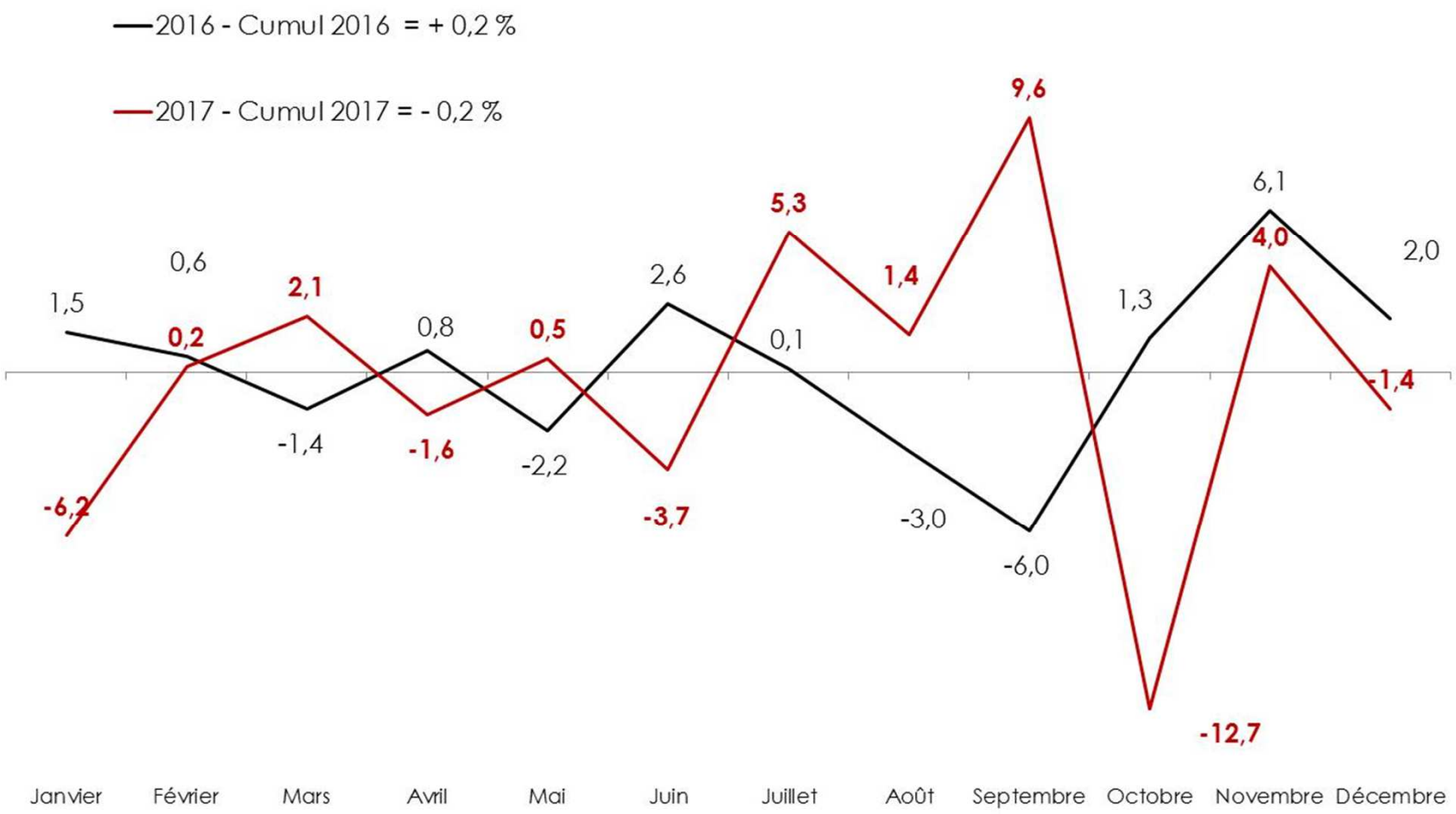
PROCOS

Panel Procos – Cumul 2017



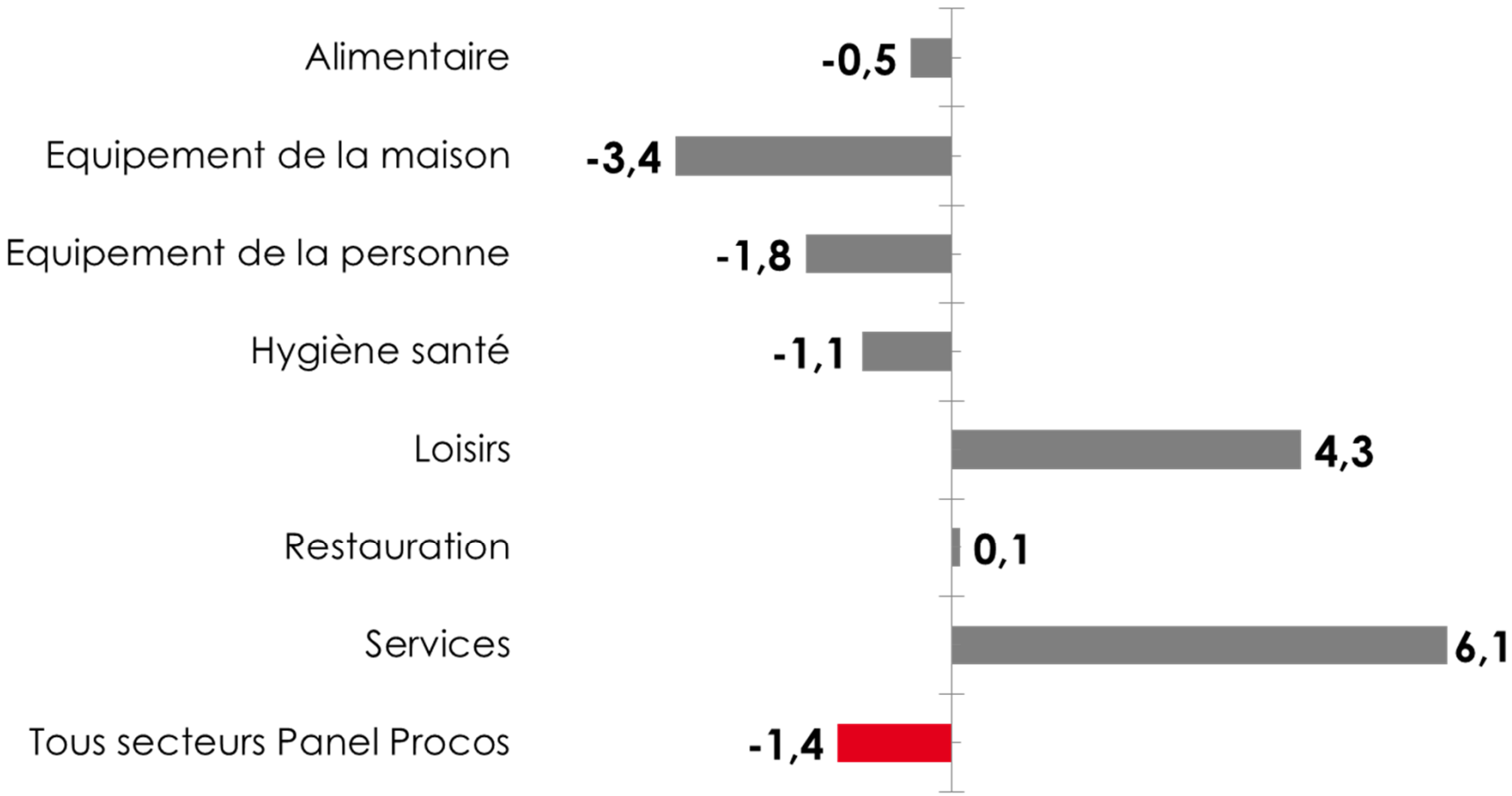
PROCOS

Comparaison 2016/2017



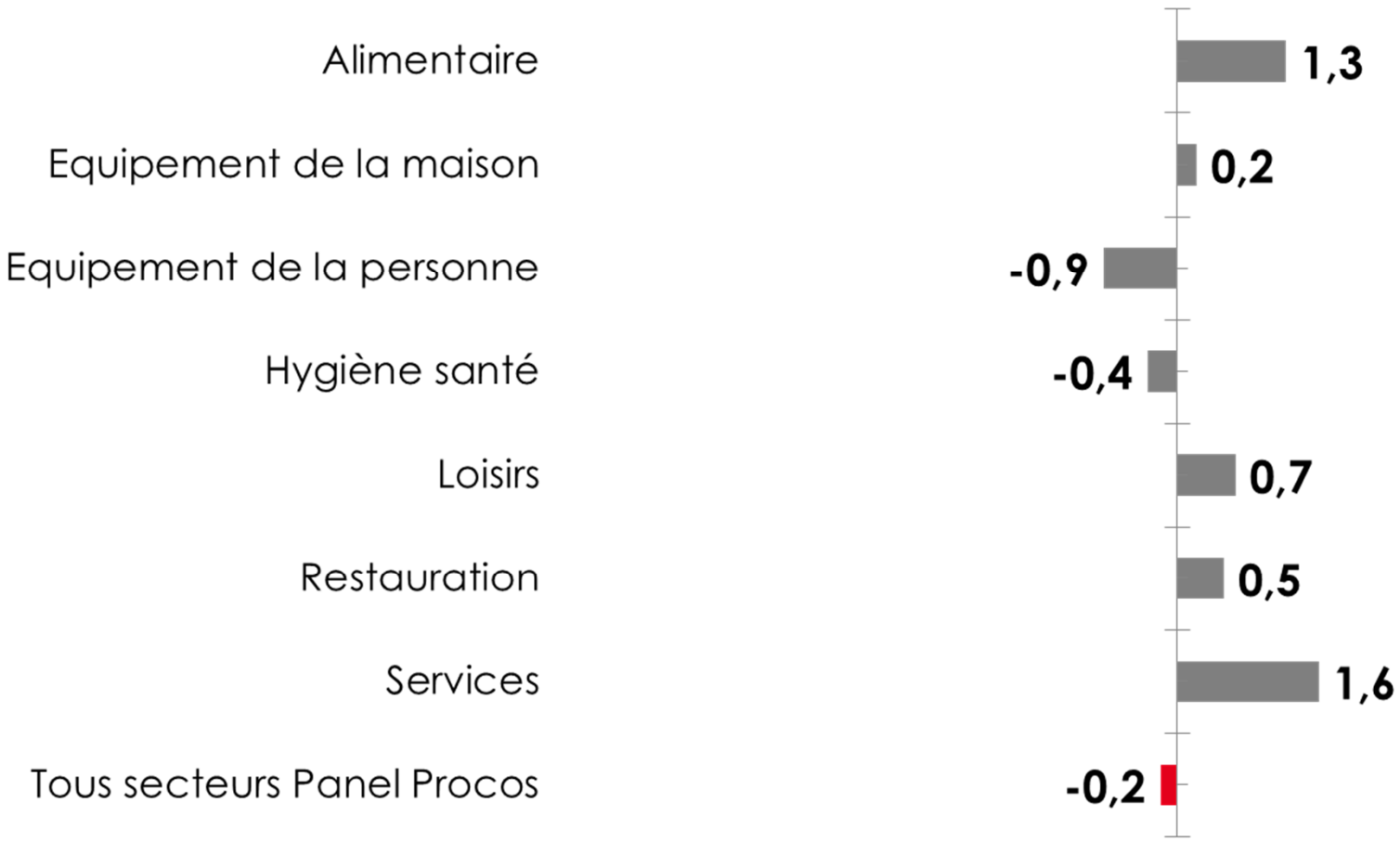
PROCOS

Décembre 2017 par grands secteurs



PROCOS

2017 par grands secteurs



PROCOS

Perspectives économiques 2018

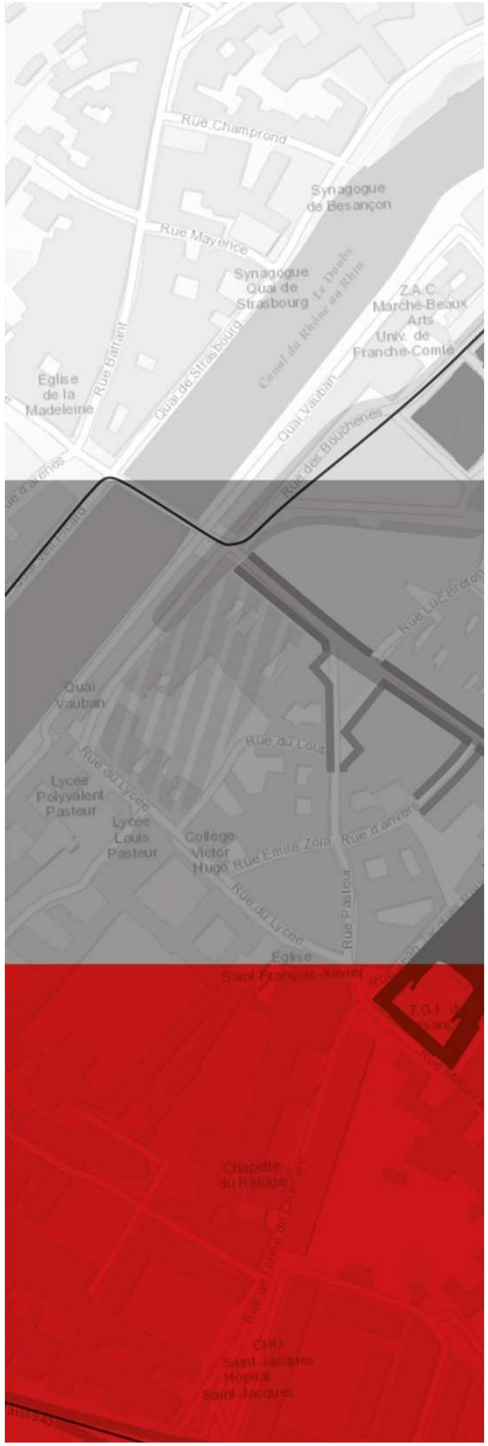
Les grandes tendances INSEE

- Prévision de croissance : + 1,9 % jusqu'en juin (idem 2017 – meilleure année depuis 2011)*
- Climat des affaires au plus haut depuis 10 ans*
- L'indice de confiance des ménages continue de s'améliorer *
- Le pouvoir d'achat devrait souffrir un peu de la hausse des carburants et du calendrier fiscal (CSG : 1er Janvier, baisse de cotisation sociale - 1er octobre)
  - + 0,3 % pour les 2 premiers trimestre 2018*
  - Contre + 0,6 % au 3 T 2017*
- Inflation faible : + 1 % *
- Taux d'intérêt en lente augmentation
- Poursuite de la reprise de l'emploi au 1er trimestre
- Consommation textile - prévisions IFM + 0,4 % (contre + 0,2 % en 2017)

**Source : INSEE*

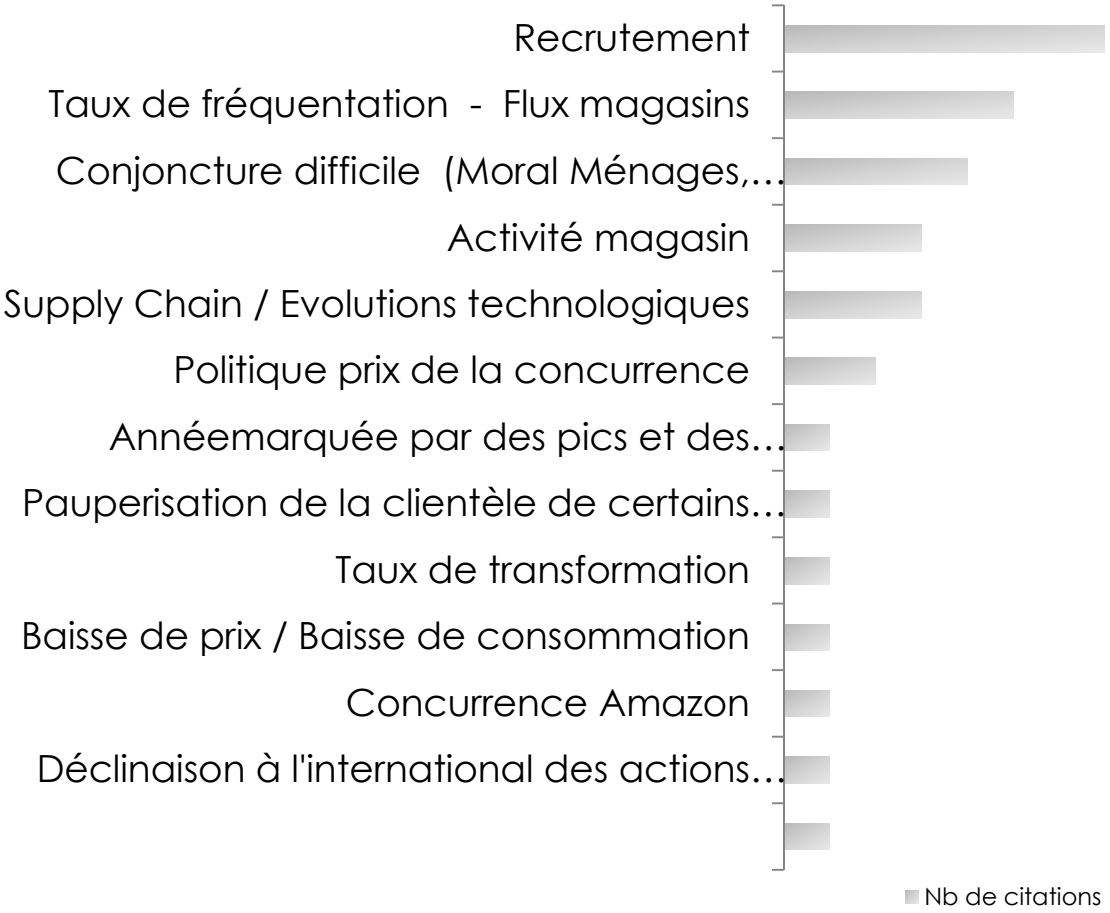
PROCOS

Stratégie des acteurs



PROCOS

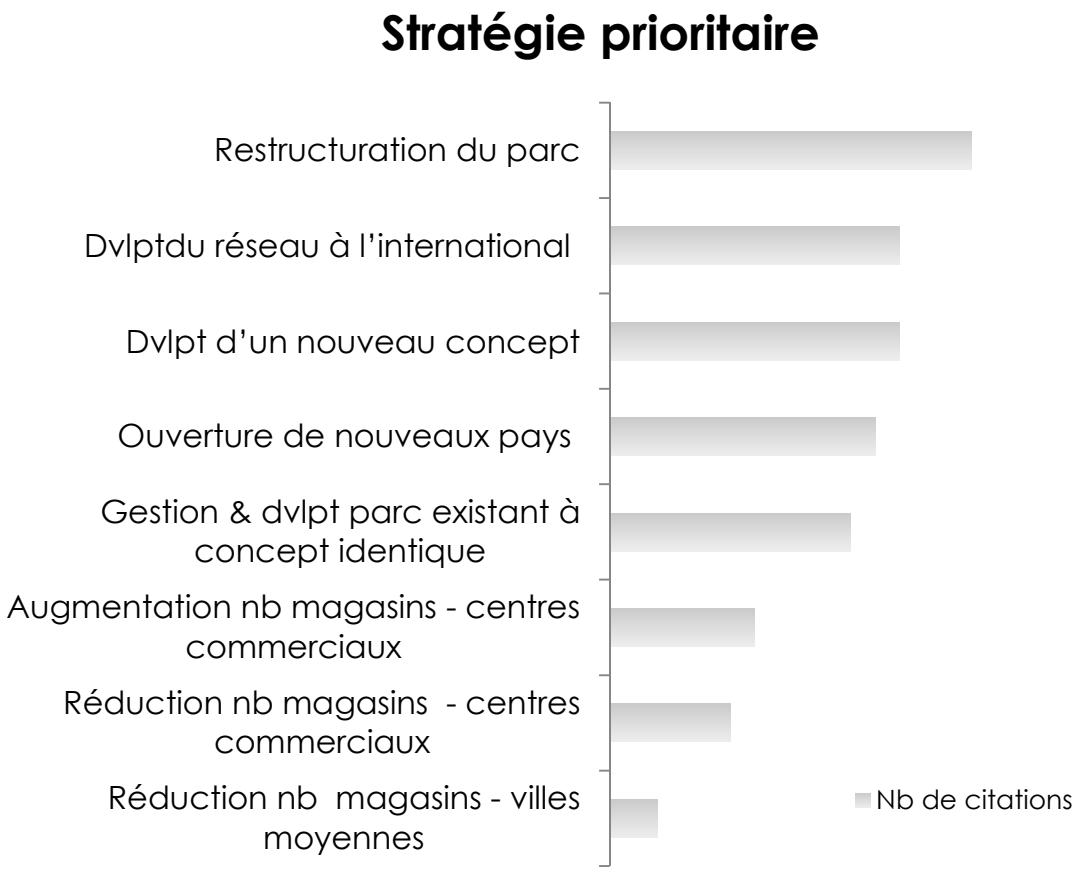
Principales difficultés rencontrées par les enseignes en 2017



Source : Enquête réalisée auprès des dirigeants Procos en octobre – novembre 2017

Perspectives 2018 – Axes prioritaires

Etes-vous prioritairement engagé dans…(questions fermées)



Confirmation des deux axes prioritaires :

- **Restructuration de parc** et gestion du parc existant en France.
- **Développement à l'international** aussi bien des pays ou l'enseigne est déjà implantée que dans de nouveaux.

Source : Enquête réalisée auprès des dirigeants Procos en octobre – novembre 2017

Perspectives 2018
Objectifs & Moyens

Objectifs et moyens (questions ouvertes)

Gestion de parc

- Rénovation du parc de magasins
- Arbitrages / diminution coût d'occupation
- Augmentation du CA / Magasin

Développement France

- Maillage grandes métropoles et développement en franchise.
- Master franchise, franchise, B2B , Partenariat
- Test de nouveaux formats
- Acquisition de fonds de commerce sur des sites majeurs.

Digital

- Investissements "digital"

Développement international

Marketing client

- Augmentation de la communauté client à travers l'évolution du concept

PROCOS

Source : Enquête réalisée auprès des dirigeants Procos en octobre – novembre 2017

Perspectives 2018
Axes stratégiques e-commerce

Quelles seront vos principales actions stratégiques concernant votre activité e-commerce en 2018 ?

Stratégie omnicanale - Site e-commerce
- Site web (refonte, contenus enrichis, budget augmenté)
- Stratégie omnicanale

Relation et connaissance client
- Campagne de recrutement de clients
- Data (quantitative et qualitative)
- Politique de fidélisation clients

Web to store
- Renforcement du click & collect
- Drive web to store
- Amélioration du temps de livraison - Ship from store

Innovation magasins
- Digitalisation des magasins
- Paiement Mobile

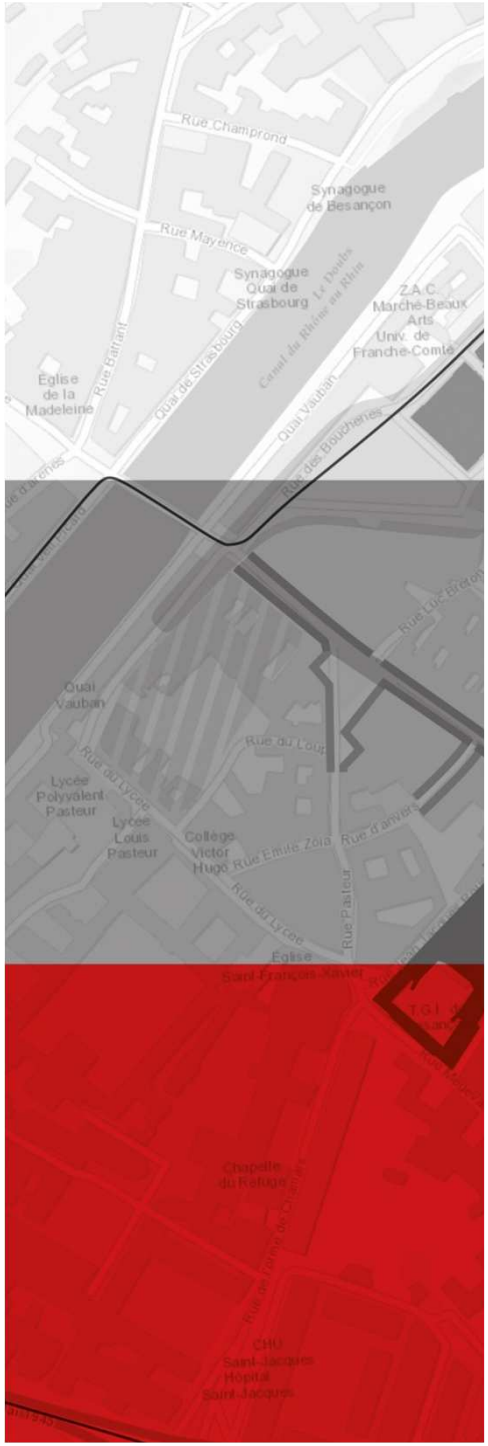
Marketing - Communication
- Maximiser le SEO local (optimisation référencement moteur de recherche)
- Développer les transactions par le développement de l'affiliation
- Image de marque

PROCOS

Source : Enquête réalisée auprès des dirigeants Procos en octobre – novembre 2017

Procos / Stackr

Création de **l'observatoire de la fréquentation des commerces**



PROCOS

Objectifs

Pour observer les fréquentations, proposer des indicateurs :

- précis, objectifs
- sur la base des entrées en magasins
- déclinables par typologie de polarités commerciales

Objet : étude de la fréquentation

Nombre de visiteurs des sites commerciaux :
Flux piétons

Horaires d'ouvertures
Dispersion des flux
Taux de captation
Multi fréquentation

Fréquentation des sites commerciaux :
Nombre d'entrées dans les magasins

Taux de transformation
Panier moyen

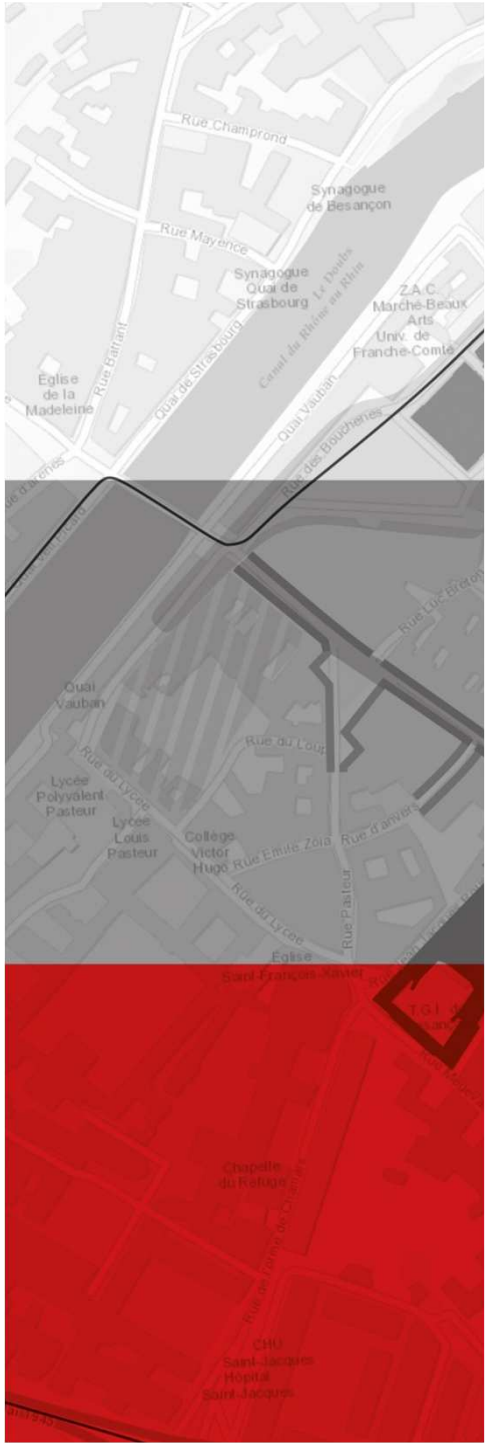
Chiffres d'affaires

PROCOS

STACKR

THE INSIGHT MAKER

Présentation



PROCOS

WHAT IS STACKR ?

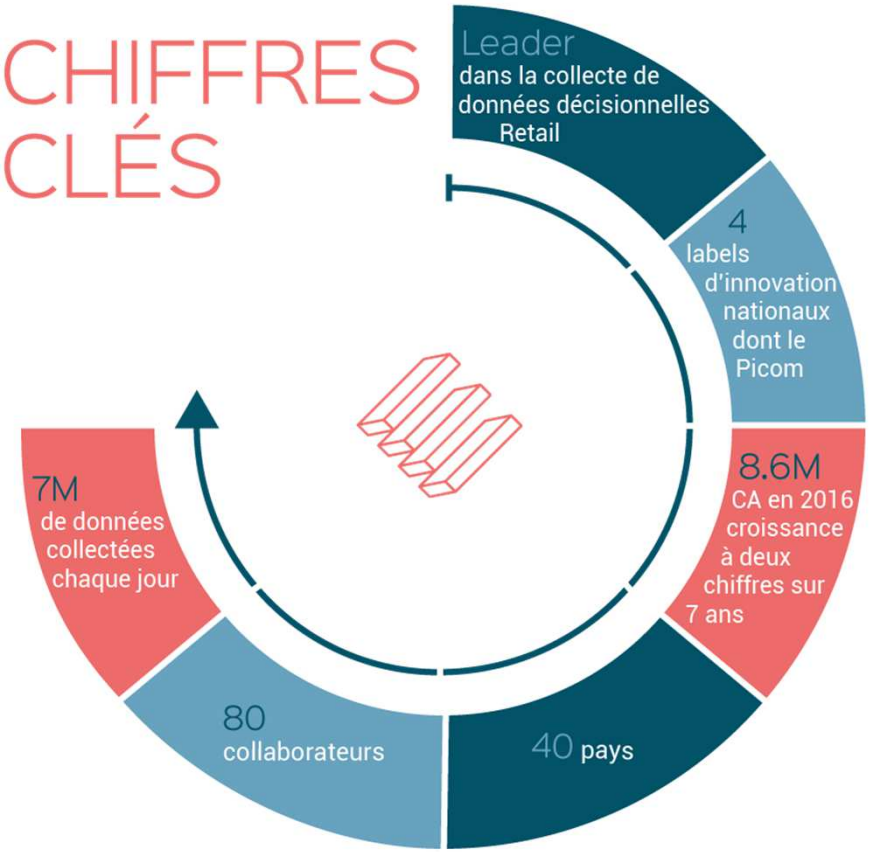
« MESURER ET MODÉLISER VOTRE ACTIVITÉ POUR DOPER VOTRE EFFICACITÉ »

Fournisseur international de solutions d'insight* issues d'un savoir-faire capteurs & data intelligence permettant l'amélioration des performances des entreprises.

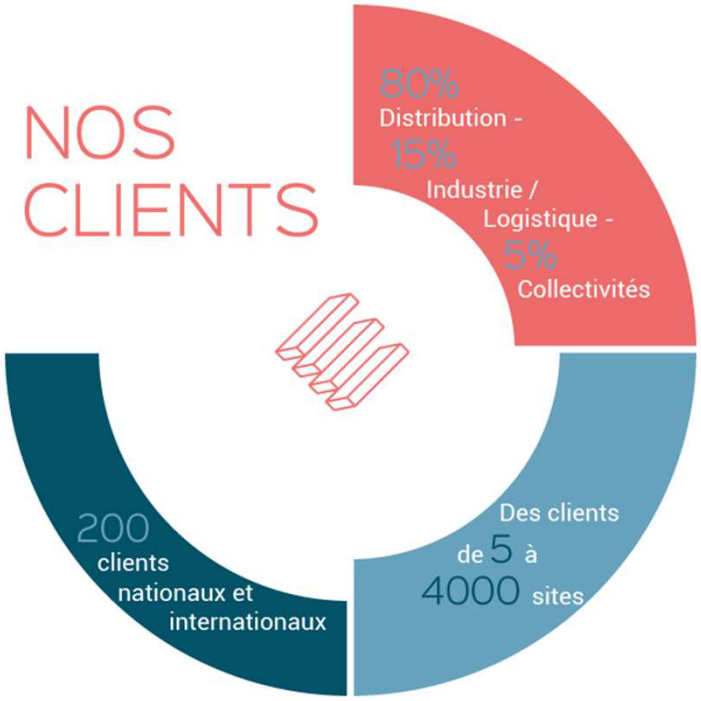
Stackr est aussi un éditeur de logiciels de gestion spécialisés permettant à ses clients d'optimiser leurs processus.

* Plateforme multi devices d'indicateurs numériques, graphiques ou cartographiques permettant d'afficher tout type de mesures et qui alerte en cas d'écart à un modèle normal de fonctionnement

CHIFFRES CLÉS



NOS CLIENTS



PLUS DE 200 CLIENTS DANS + 40 PAYS

DISTRIBUTION - CENTRES COMMERCIAUX

AIGLE
AMERICAN VINTAGE
ANDRE
ANNE FONTAINE
APPELS
ARMAND THIERY
ARTICLES DE PARIS
BANANA MOON
BANQUE POPULAIRE DE L'OUEST
BEAUTY SUCCESS
BEL AIR
BESSON
BILLABONG
BIZZBEE
BLUE BOX TEDDY SMITH
BONPOINT
BREAL
BRICE
BURTON
BUT
CACHE CACHE
CANAL +
CAROLL
CARREFOUR ISSOIRE
CARRE BLANC
CASA
CATIMINI
CELIO
CENTRE COMMERCIAL LE CENDRE
CENTRE COMMERCIAL ST MALO
CHACOK
CHANTELLE
CHARLES LE GOLF
CHRISTINE LAURE
CLASSIC ALL BLACKS
COMPTOIR DES COTONNIERS
COSMOPARIS
COTELAC
COURIR
CULTURA
DARJEELING
DCSHOES
DDP
DEFI MODE
DES PETITS HAUTS
DEVERNOIS
DEVRED
DIESEL
DIM
DOROTENNIS
DU BRUIT DANS LA CUISINE
DU PAREIL AU MEME
EDEN PARK
EKYOG
ESPRIT
EURODIF
FATHER AND SONS
FNAC – DARTY
FRAM
FRANCE TELECOM
GANT
GCA ASSURANCES
GENERALE DE TELER
GERARD DAREL
GIFI
GO SPORT
GRAND FRAIS
GROUPE CHESSE
GROUPE ROYER
GUERIN JOAILLERIE
HARRIS W SC
HISTOIRE D'OR
IKKS
INTERSPORT
INSTITUT DR PIERRE RICAUD
JACADI
JACQUELINE RIU
JENNYFER
JINA CHAUSSURES
JULES
KAPORAL
KIABI
KIEHL'S
KOOKAI
LA COMPAGNIE DE PHALSBOURG
LA FIANCEE DU MEKONG
LA GRANDE RECRE
LA HALLE AUX CHAUSSURES
LA HALLE
LANCEL
LEADER PRICE
LE DUFF
LEPAPE
LE TANNEUR ET CIE
LE TEMPS DES CERISES
LEWINGER
LICK
LITTLE M CEL
LOLA LIZ
LOUIS PIC
MC AR
MADO ET LES AUTRES
MADURA
MAISONS DU MONDE
M NAUD
TY
YS
MEXOLYS
METRO
MINELLI
MISTIGRIFF
MORGAN
NAF NAF SUISSE
NAF NAF ACCESSOIRES
NOCIBE
OBAÏBI
OKAÏDI
ONE STEP
ORANGE
ORCANTA
ORCHESTRA
OR DU TEMPS
OXYBUL EVEIL ET JEUX
PARALLELEA
PASSIONATA
PATAUGAS
PAULE KA
PETIT BATEAU
PHONE CITY
PHOTO SERVICE
PRINCESSE TAM TAM
PROMOD
PROMOVACANCES / GROUPE KARAVEL
QUIKSILVER
REDEIM
ROCHE BOBOIS
ROGER GALLET / L'OREAL
ROUGE GORGE
ROXY
SAGA
ANT JAM
SA T MA U
SA OMON
MAR
SCOTTAGE
SEB GROUPE
SED (DISTRIBUTEUR SFR)
LA REUNION
SWATCH
TAPE A L'OEIL
TARA JARMON
TARTINE ET CHOCOLAT
TISSOT
TOSCANE
TRESOR
UN JOUR AILLEURS
VAN DE VELDE
VANESSA BRUNO
VERONIQUE DELACHAUX
VIMA
WERELDHAVE
X&O
YVES ROCHER
ZADIG ET VOLTAIRE
Z AND CO
ZAPA

INDUSTRIE - LOGISTIQUE

BOMBARDIER TRANSPORTS
BONILAIT
CLEMESSY
CMN LA MERIDIONALE
DB SCHENKER
DECATHLON LOGISTIQUE
DERICHEBOURG
EASYDIS (CASINO)
EUROTUNNEL
FM LOGISTIC
GIFI
GRAND PORT MARSEILLE FOS
ID LOGISTICS
MARSEILLE MANUTENTION
PORT DE BASTIA
PORT DE CALAIS
PORT DE SETE
RDT 31
RENAULT
SAEMES
SNT
SOCARAZ / EIFFAGE
SOPREMA
VINCI
VISTEON
XPO LOGISTICS (NORBERT DENTRESSANGLE)

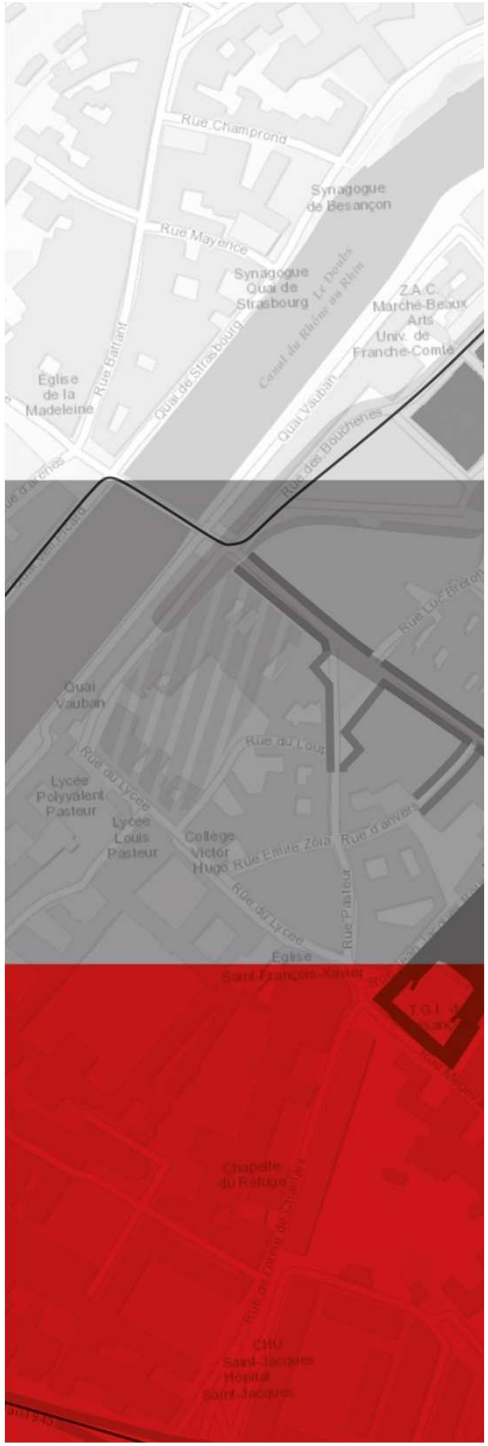
COLLECTIVITES

CAISSE D'ALLOCATION FAMILIALE
CENTRE HOSPITALIER LA ROCHELLE
COMMUNAUTE DE COMMUNES DE MONTLUEL 3CM /DÉCHETTERIE DU MOULIN MONTLUEL
COMMUNAUTE DE COMMUNES DE LA PLAINE DE L'AIN (DÉCHETTERIES DE VILLEBOIS ET D'AMBERIEU EN BUGEY)
DOCAPOST
OFFICE TOURISME MOLSHEIM
VILLE DE CHARBONNIERES LES BAINS – GRAND LYON
VILLE DE VILLEURBANNE - DESTINATION GRATTE CIEL

13 000 Sites

2 500 000 données de fréquentation piétons par jour

Données générales
Fréquentation 2017



PROCOS

Évolution de la fréquentation

	2013	2014	2015	2016	2017
Total	- 5,2 %	- 4,2 %	- 3,1 %	- 6,1 %	- 1,0 %

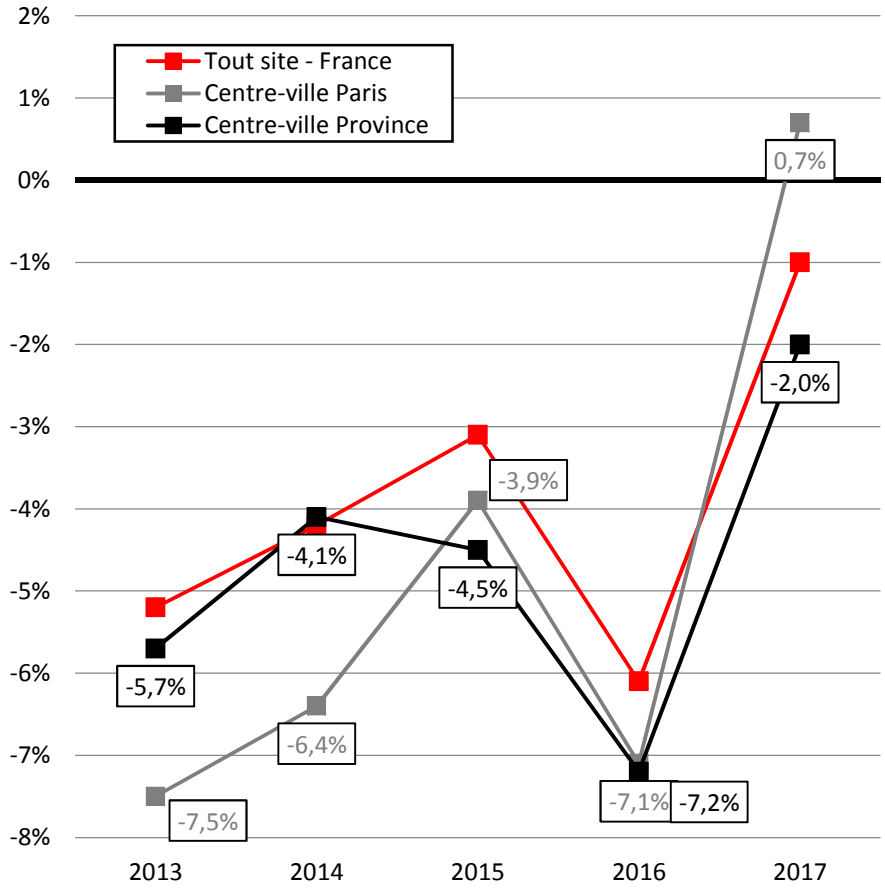
	2013	2014	2015	2016	2017
Centre-ville Province	- 5,7 %	- 4,1 %	- 4,5 %	- 7,2 %	- 2,0 %
Périphérie Province	- 4,1 %	- 3,5 %	- 1,3 %	- 4,7 %	- 0,7 %
Centre-ville Paris	- 7,5 %	- 6,4 %	- 3,9 %	- 7,1 %	+ 0,7 %
Périphérie Paris	- 2,8 %	- 4,5 %	- 0,7 %	- 5,0 %	+ 0,5 %

PROCOS

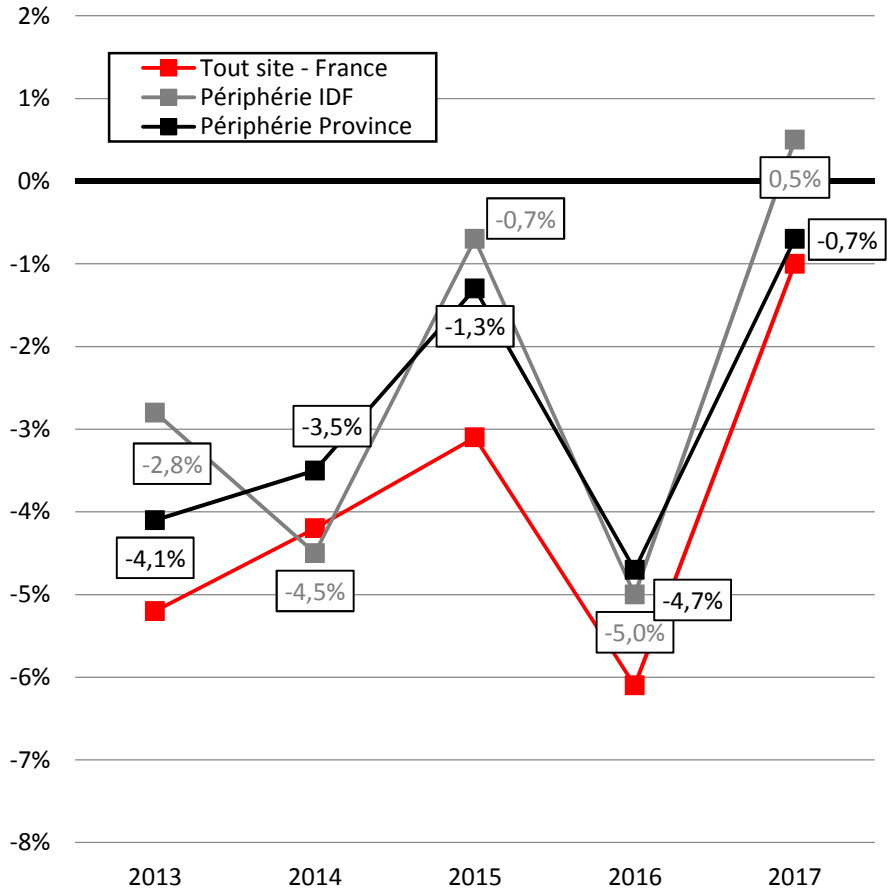
Source : Observatoire de la fréquentation des commerces - Procos/Stackr

Évolution de la fréquentation

Fréquentation des commerces en centre-ville
Évolution 2013 - 2017



Fréquentation des commerces en périphérie
Évolution 2013 - 2017



PROCOS

Source : Observatoire de la fréquentation des commerces - Procos/Stackr

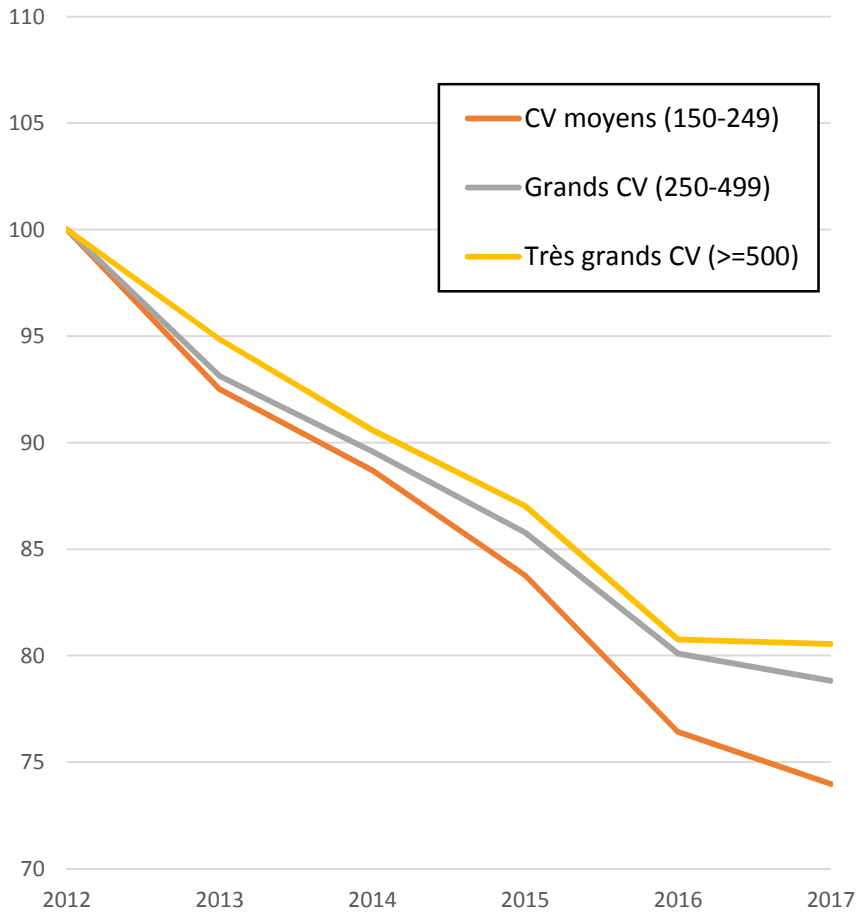
Évolution de la fréquentation par type de sites

	2013	2014	2015	2016	2017
Pieds d'immeuble	- 6,3 %	- 4,0 %	- 4,4 %	- 7,2 %	- 1,6 %
Galerie marchande	- 3,8 %	- 4,8 %	- 1,9 %	- 5,4 %	- 0,8 %
Outlet center	nd	nd	+ 0,2 %	- 3,3 %	+ 2,6 %

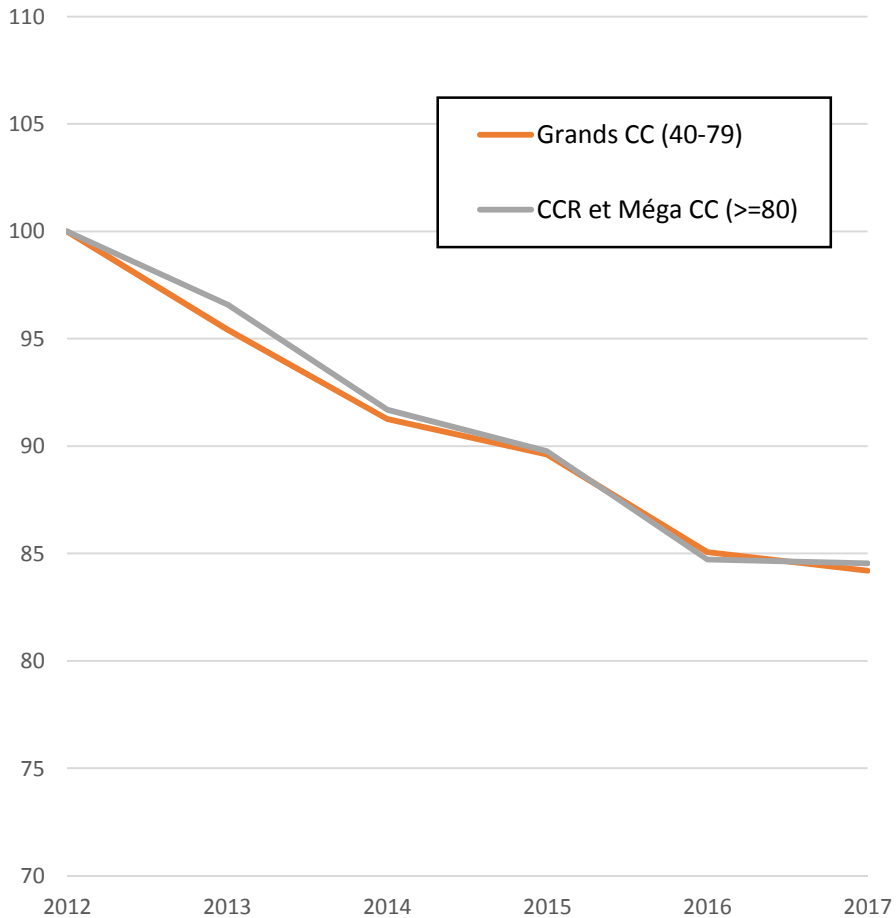
PROCOS *Source : Observatoire de la fréquentation des commerces - Procos/Stackr*

Évolution de la fréquentation par type de sites

Pieds d'immeuble



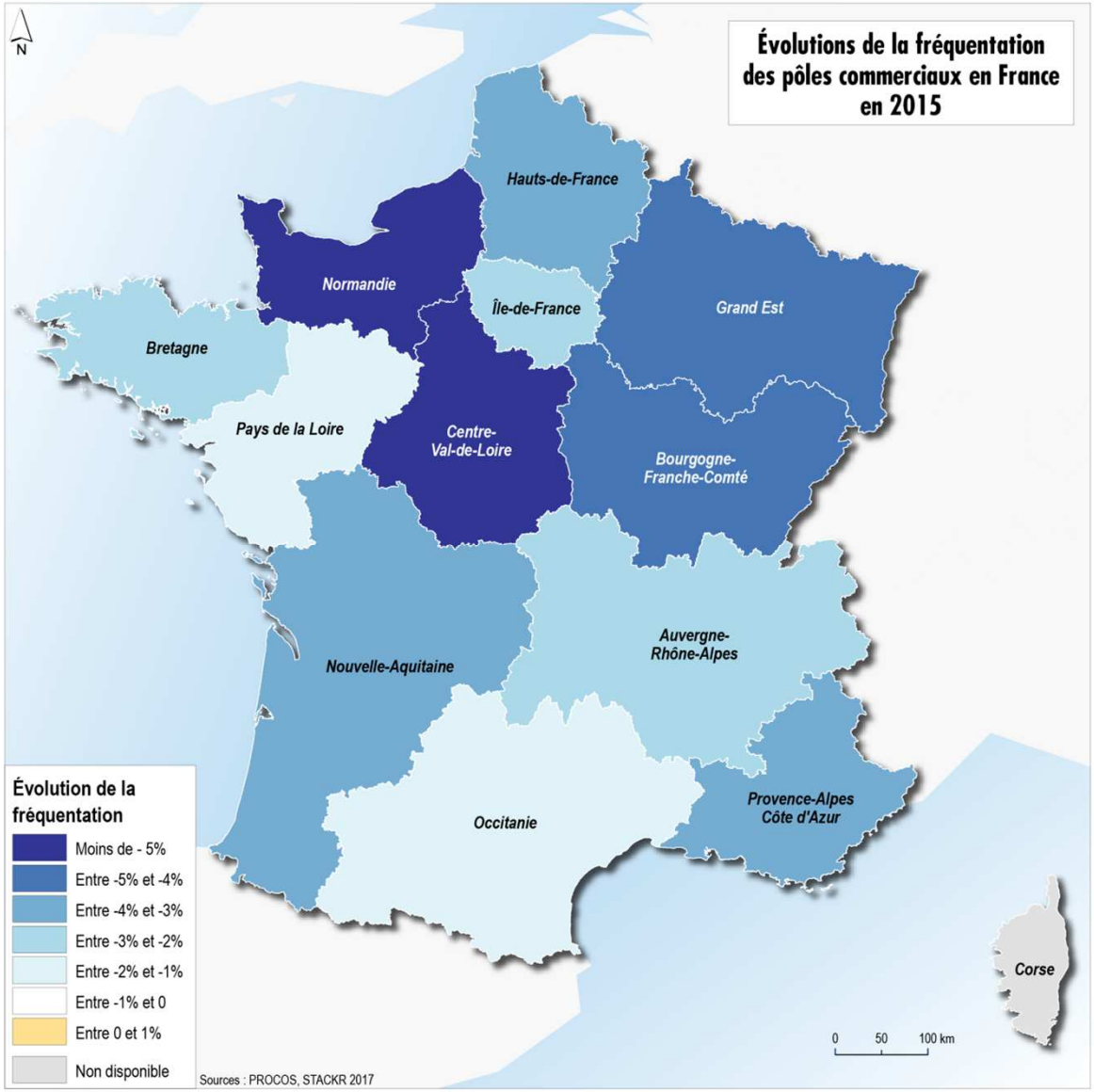
Centres commerciaux



PROCOS

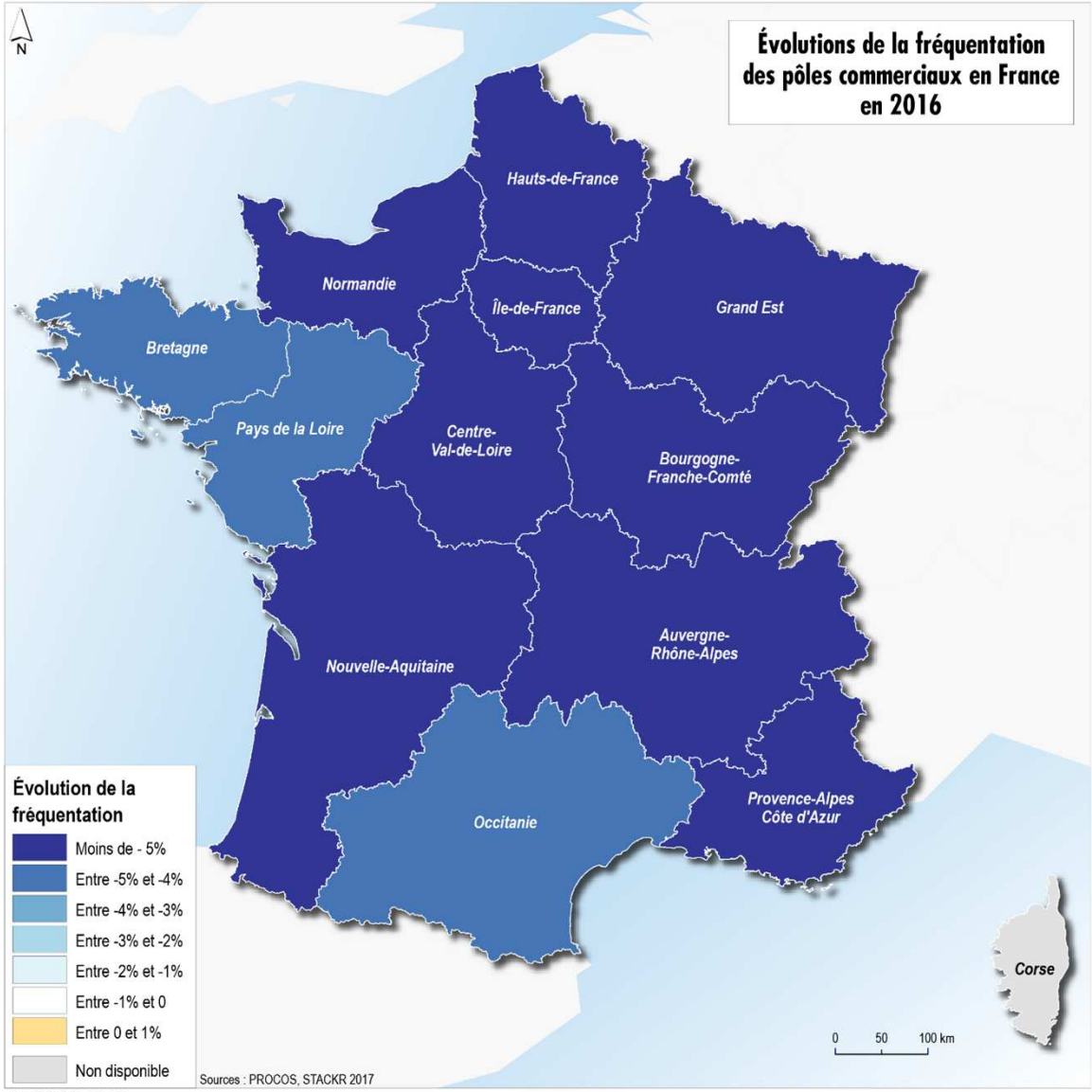
Source : Observatoire de la fréquentation des commerces - Procos/Stackr

Évolution de la fréquentation par région



PROCOS 2018

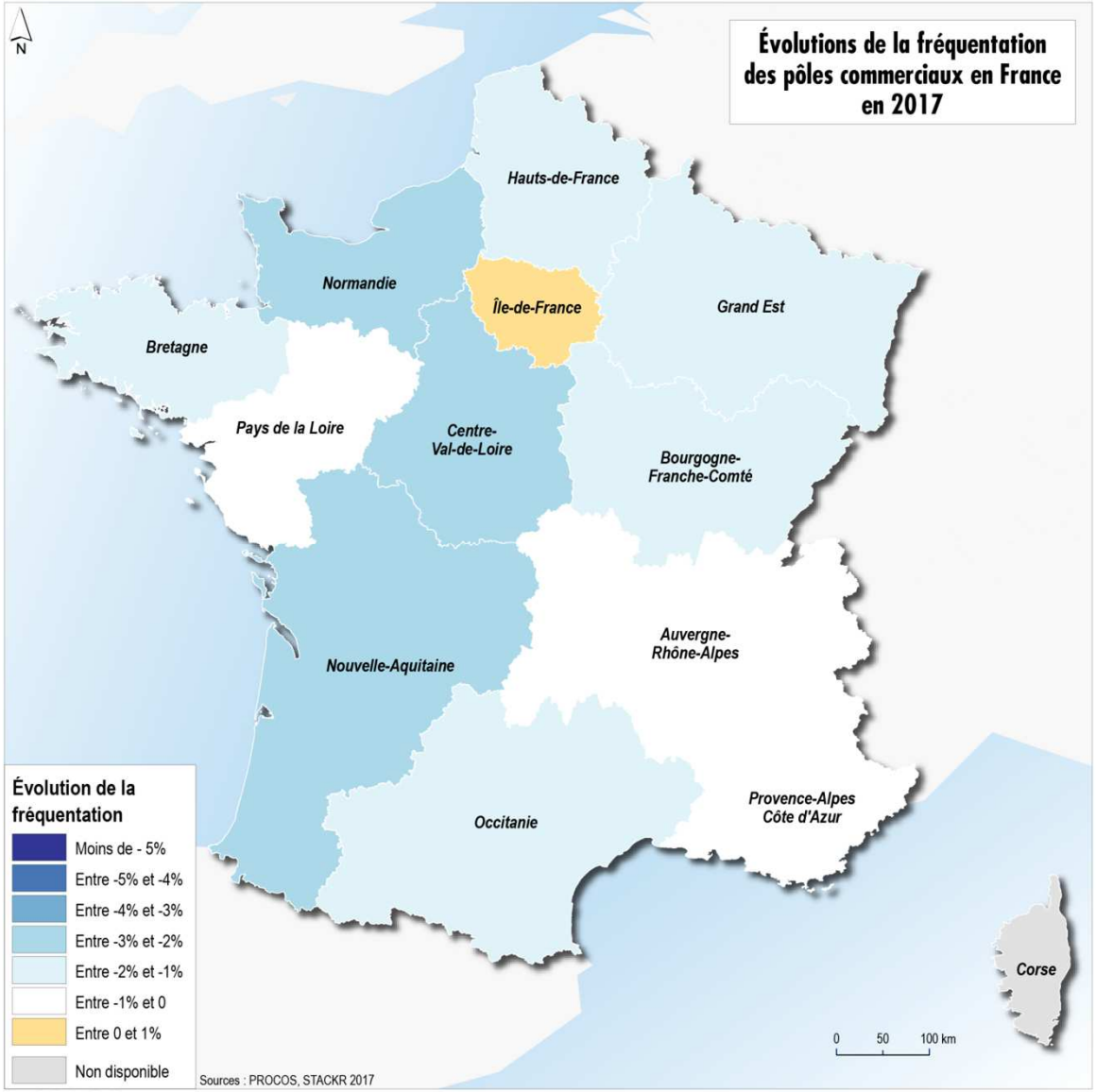
Évolution de la fréquentation par région



PROCOS 2018

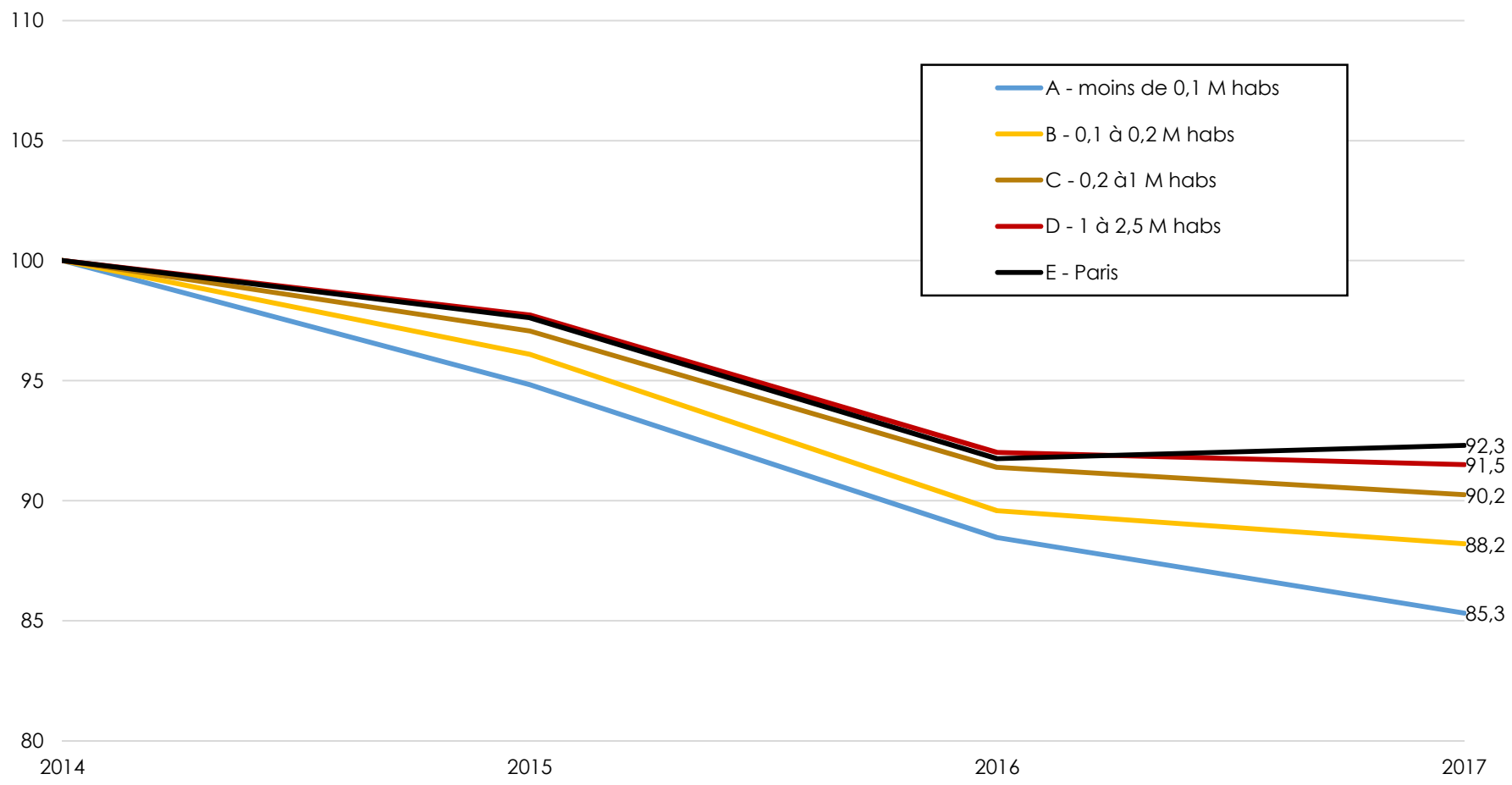
PROCOS

Évolution de la fréquentation par région



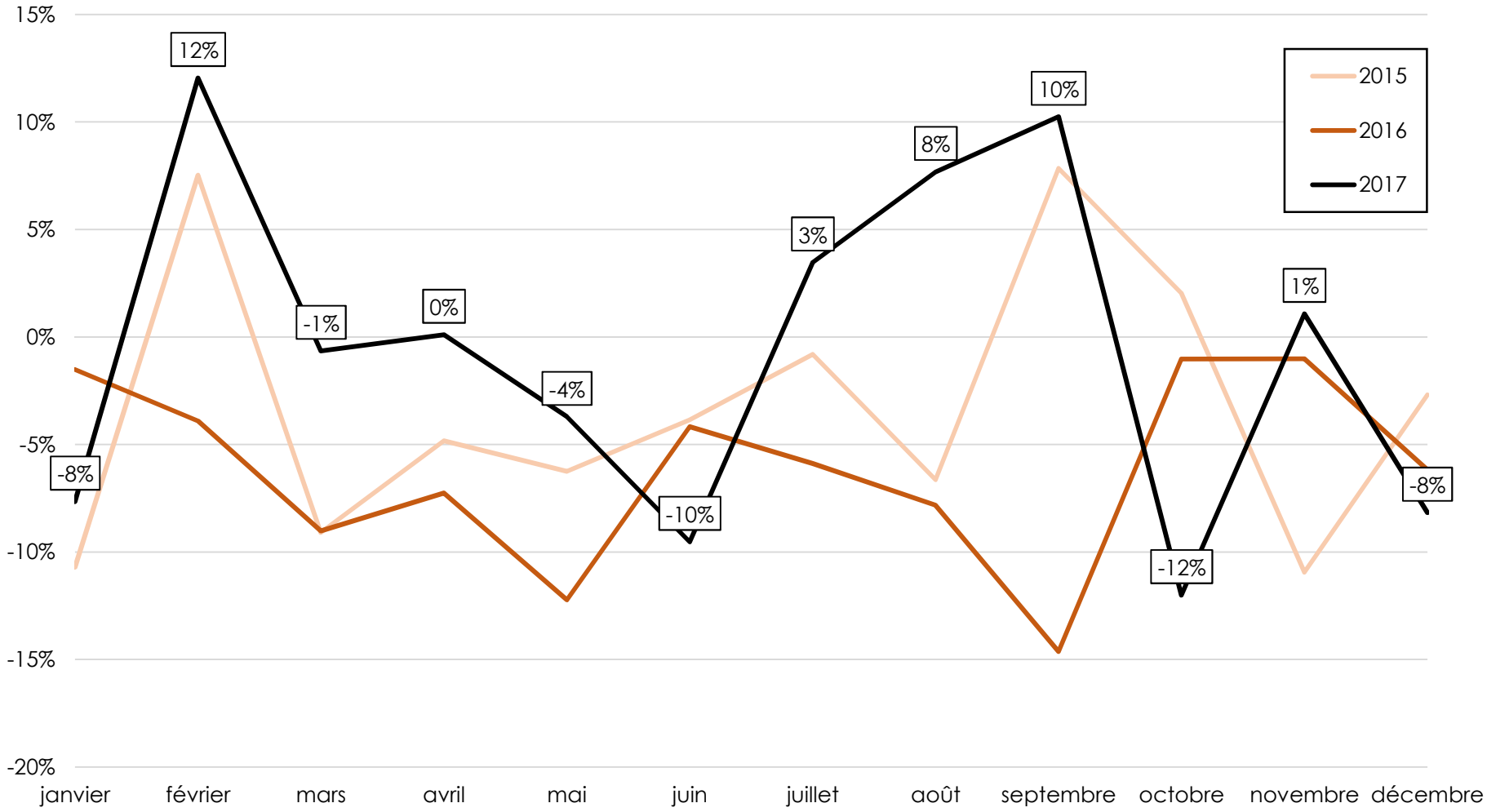
PROCOS 2018

Évolution de la fréquentation par type d'agglomération



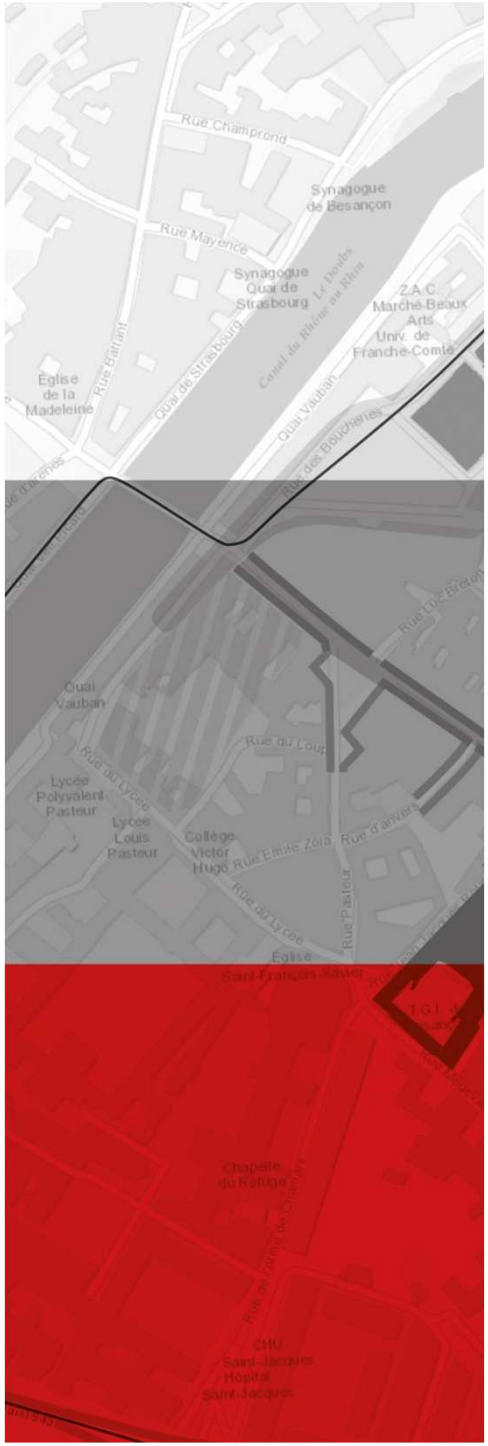
Source : Observatoire de la fréquentation des commerces - Procos/Stackr

Évolution mensuelle de la fréquentation : tous pôles commerciaux



PROCOS *Source : Observatoire de la fréquentation des commerces - Procos/Stackr*

Bilan et perspectives de l'immobilier de commerce



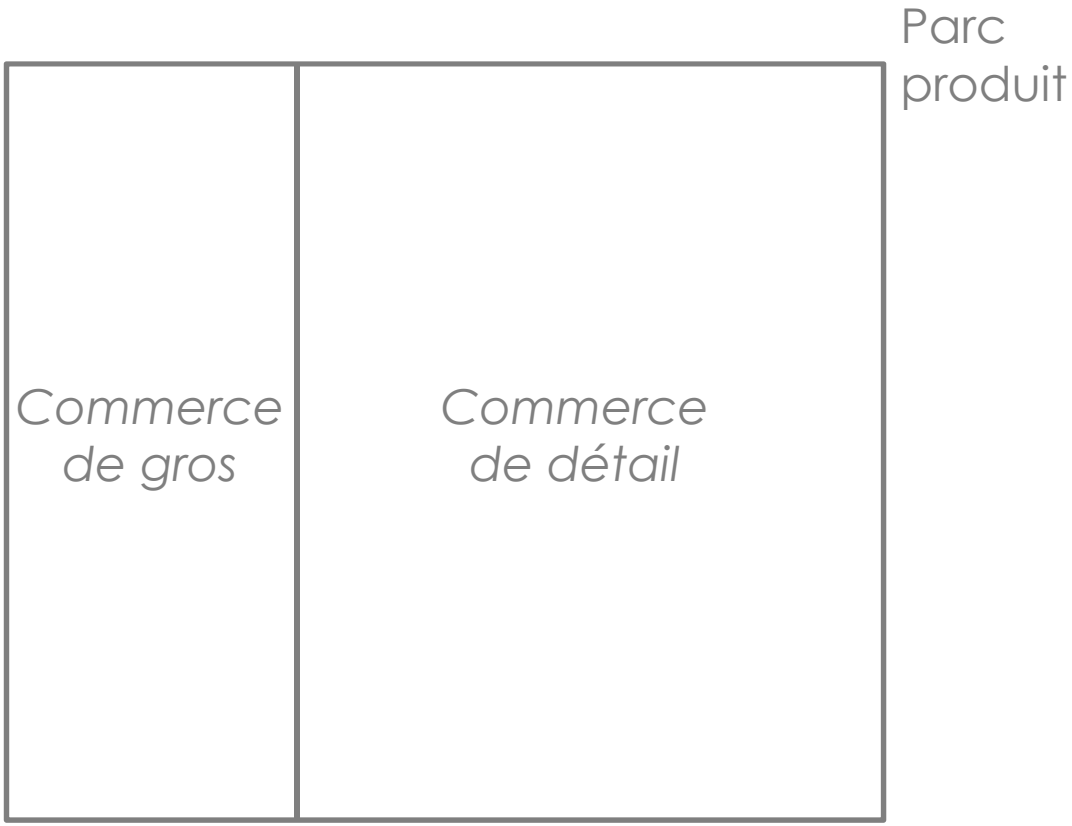
PROCOS

Méthodologie

- **Trois indicateurs**
  - Les permis de construire (Syt@del2)
  - Les autorisations des CDAC (Kyris)
  - Les projets des promoteurs (Procos - Loic)

Méthodologie

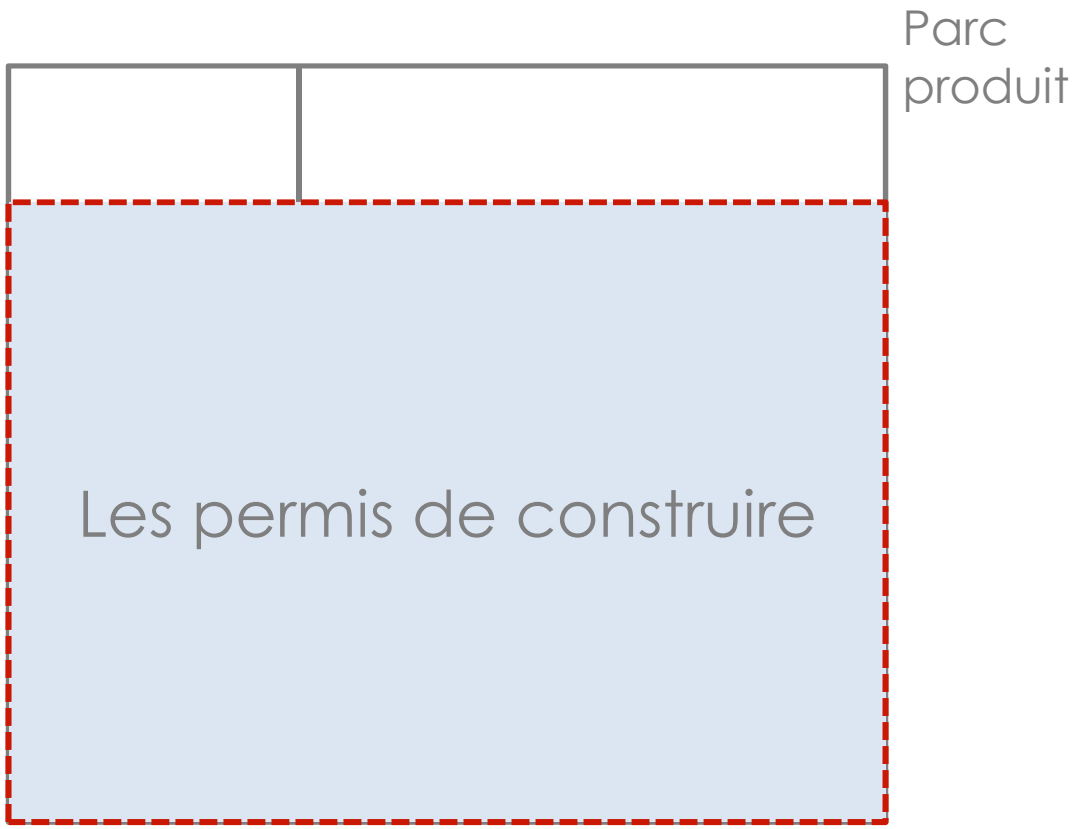
- **Trois indicateurs**



PROCOS

Méthodologie

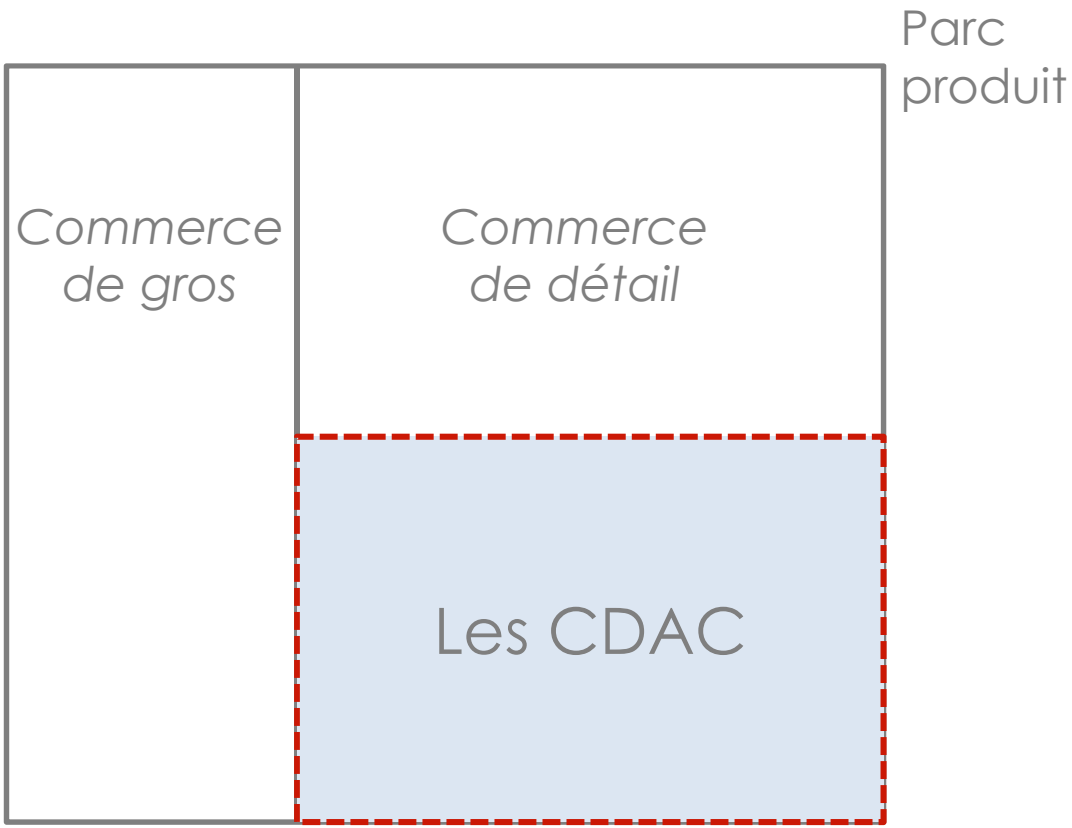
- **Trois indicateurs**



PROCOS

Méthodologie

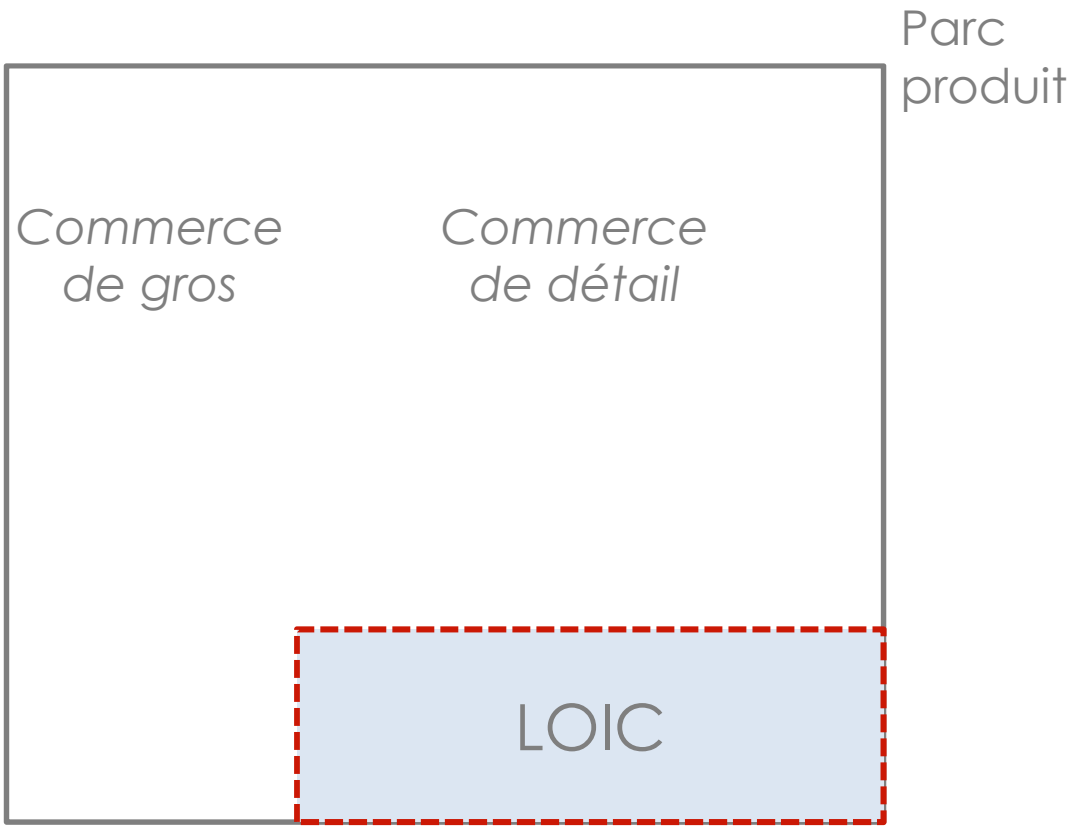
- **Trois indicateurs**



PROCOS

Méthodologie

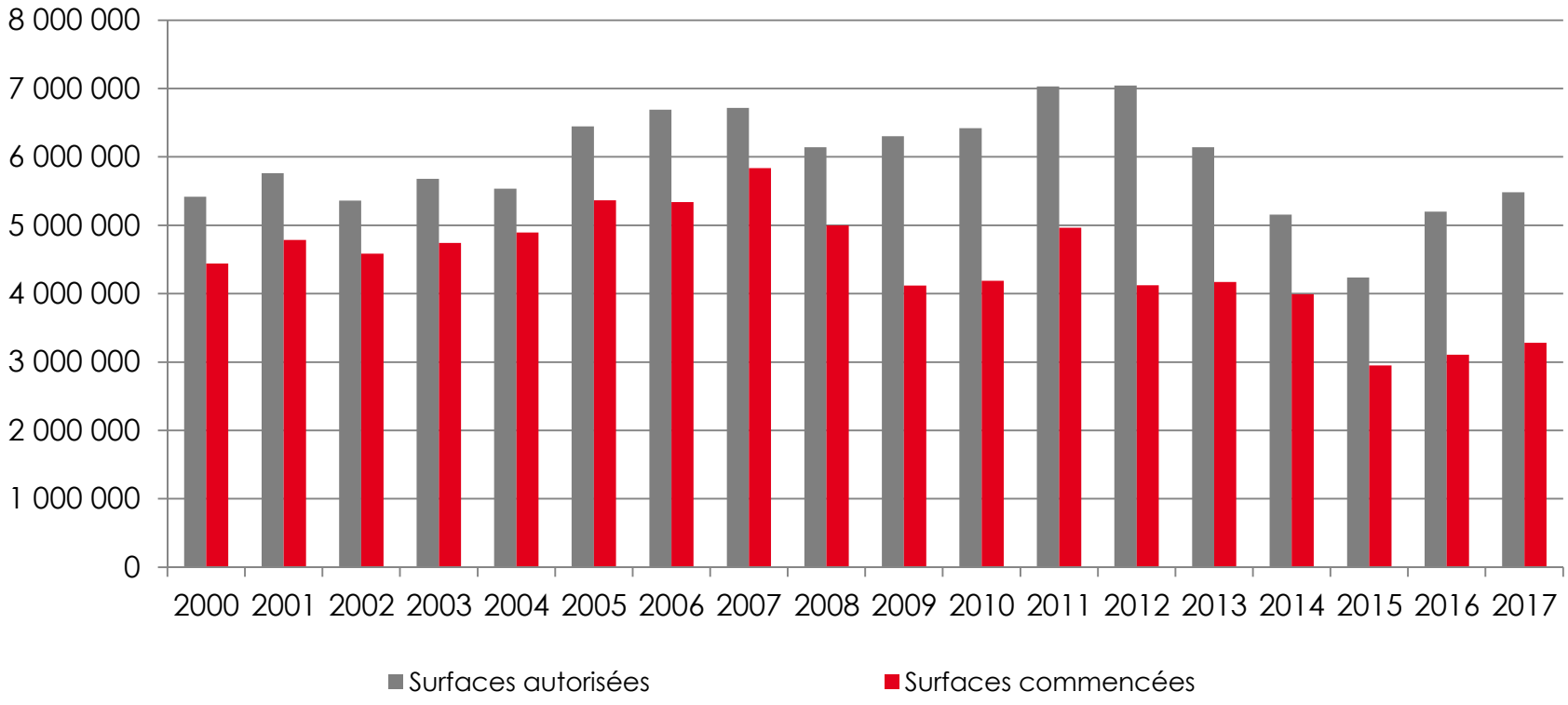
- **Trois indicateurs**



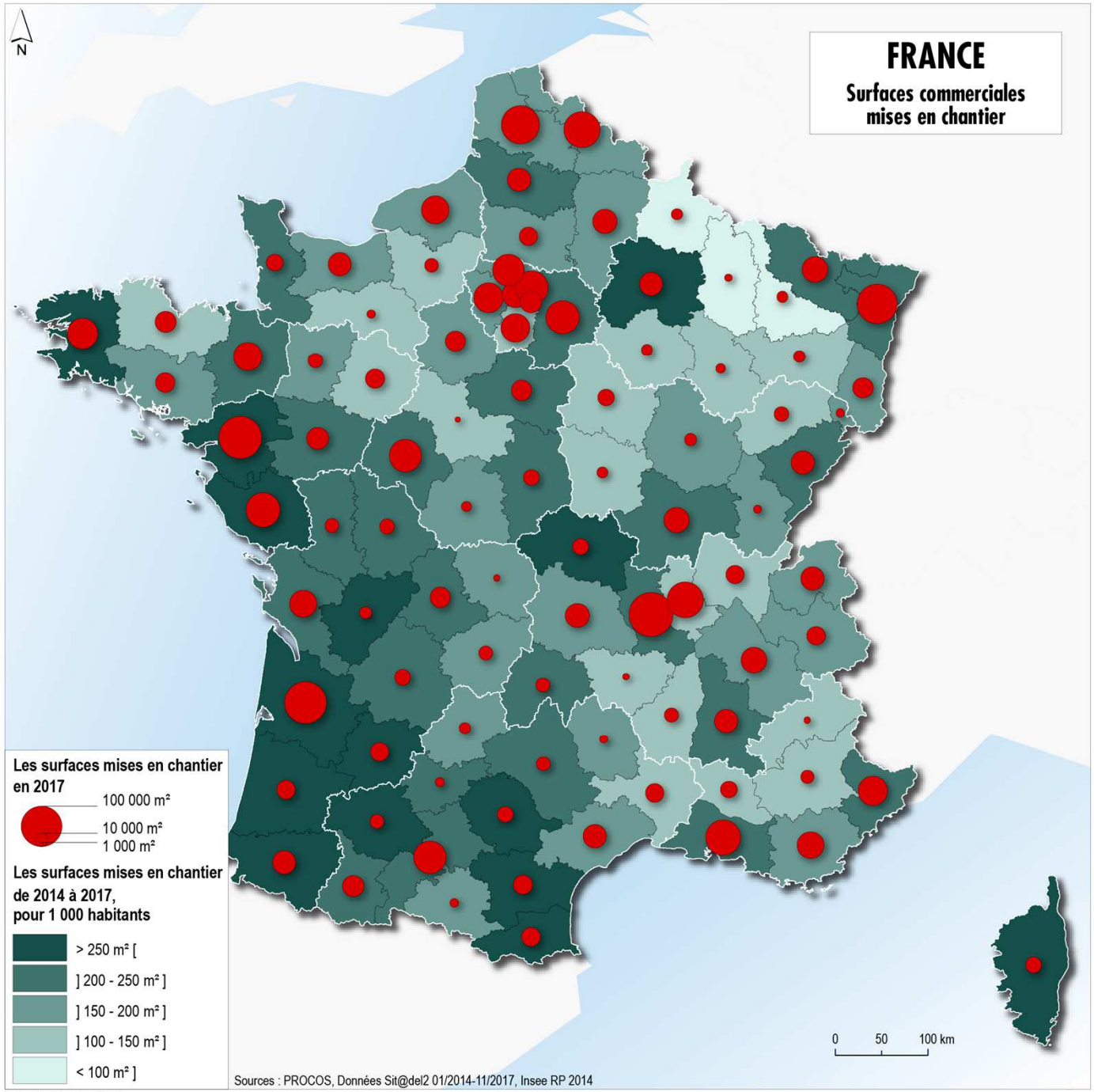
PROCOS

Les permis de construire

- **Evolution annuelle des surfaces de plancher commercial autorisées et commencées par les permis de construire (données en m²)**



Source : Syt@del



PROCOS 2018

Les surfaces commerciales mises en chantier se concentrent notamment sur les façades atlantiques et méditerranéennes

Les CDAC/CNAC

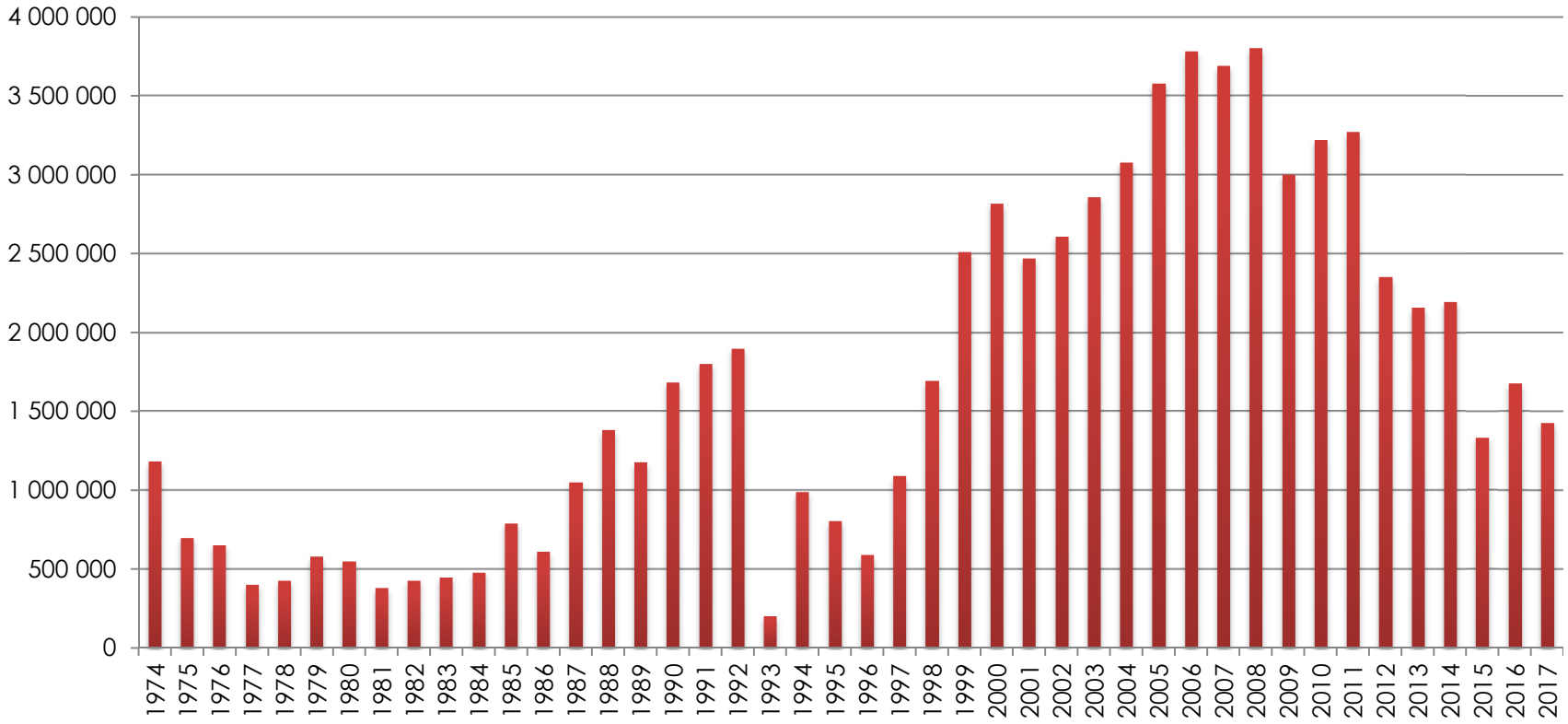
- **Dossiers déposés et autorisés en CDAC/CNAC**

	2015	2016	2017
Dossiers déposés (Mm²)	1,79	2,42	1,98
Dossiers autorisés (Mm²)	1,34	1,68	1,43
Taux d'autorisation	75 %	70 %	75 %

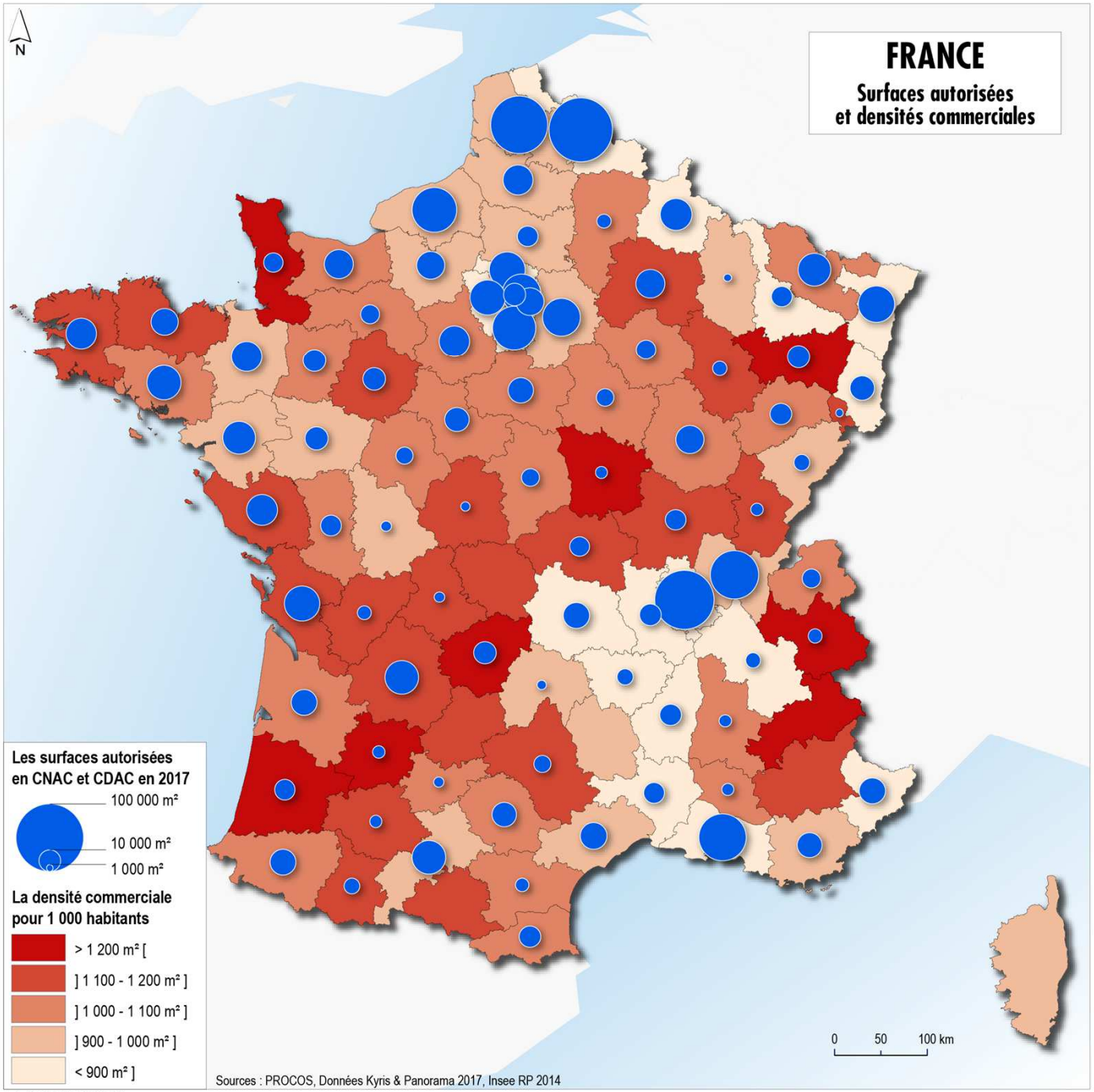
Source : Kyris

Les CDAC

- **Surfaces commerciales autorisées chaque année en France, selon les différents régimes d'urbanisme commercial en vigueur (CDUC en 1974, CDEC en 1996, CDAC depuis 2008)**



Source : Syt@del

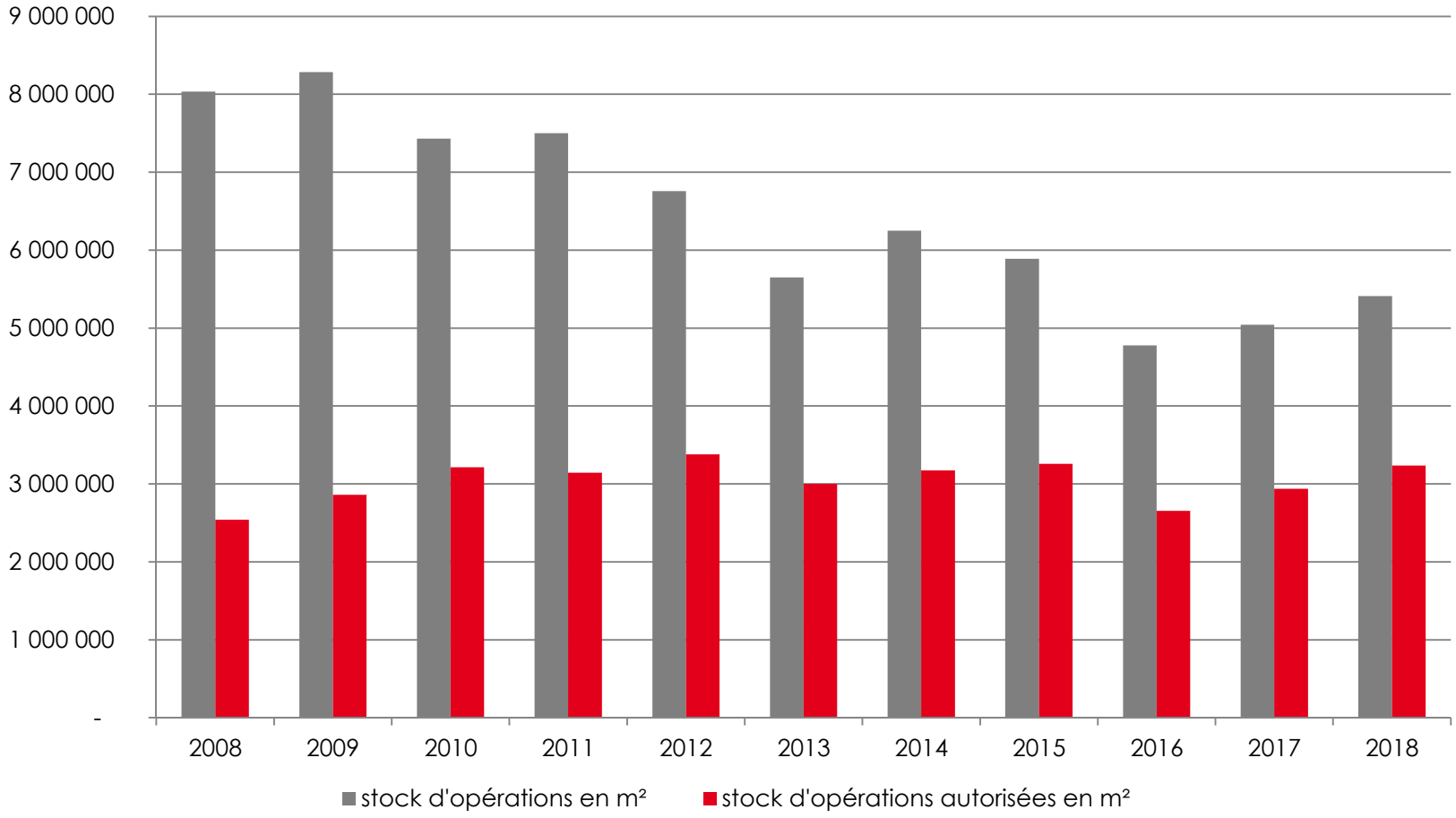


PROCOS 2018

Les volumes importants de surfaces commerciales autorisées en 2017 se concentrent autour des grandes agglomérations où la densité commerciale par habitant est la plus faible (Ile-de-France, Rhône, Nord, Bas-Rhin, Hérault…)

L'observatoire de l'immobilier de commerce

- **Evolution du volume d'opérations d'immobilier de commerce en stock (données en m²)**



PROCOS

Source : Procos

L'observatoire de l'immobilier de commerce

- **Evolution du stock d'opérations d'immobilier de commerce par type d'opération**

	Au 1er janvier 2017	Au 1er janvier 2018
PAC	53 %	53 %
Centre commercial	33 %	32 %
Centre commercial de centre ville	6 %	4 %
Magasins d'usines	4 %	3 %
Centre ville	3 %	7 %
Autres	1 %	1 %

Source : Procos

PROCOS

L'observatoire de l'immobilier de commerce

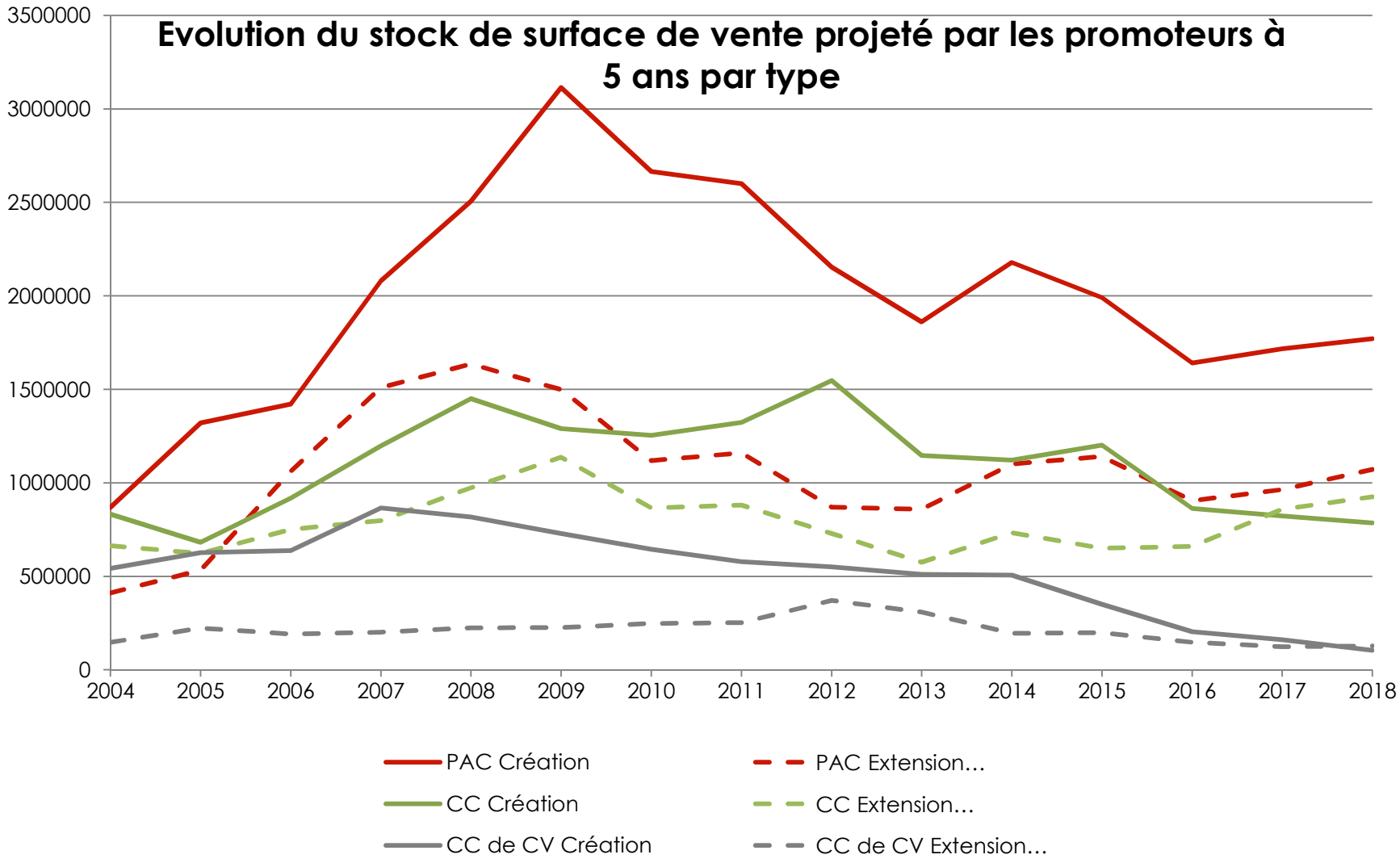
- **Evolution du stock d'opérations d'immobilier de commerce**

	Au 1er janvier 2017	Au 1er janvier 2018
N	19 %	22 %
N+1	26 %	24 %
N+2	13 %	20 %
N+3	10 %	6 %
Plus de n+3	6 %	10 %
Indéterminé	26 %	18 %

Source : Procos

PROCOS

L'observatoire de l'immobilier de commerce



PROCOS

L'observatoire de l'immobilier de commerce

- **Quelques ouvertures emblématiques en 2017**

Extension Carré Sénart,
Sénart, Unibail-Rodamco

Promenade de Flandres,
Roncq, Altarea Cogedim

Muse, Metz,
Apsys

PROCOS

L'observatoire de l'immobilier de commerce

- **Quelques ouvertures emblématiques en**

Steel, Saint-Etienne, Apsys

Le Prado, Marseille, Klepierre

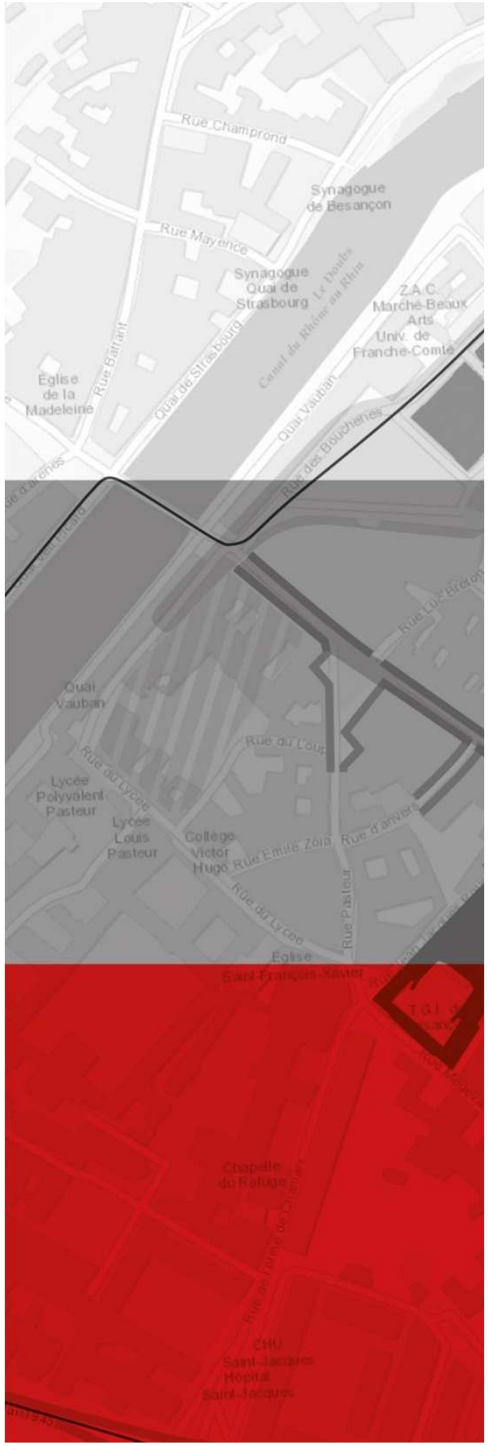
Cap 3000, St-Laurent du Var, Altarea-Cogedim

PROCOS

En résumé

- Le ralentissement structurel du marché de l'immobilier commercial se confirme en 2017, un marché à maturité.
- Un développement ralenti qui se concentre sur des valeurs sûres
  - Développement des retail-parks
  - Modernisation du parc commercial via des rénovations-extensions
- Un développement situé principalement en périphérie urbaine
- Un transfert de la rente du commerce qui se poursuit vers l'immobilier

Procos et les grands dossiers du commerce



PROCOS

Le plan MÉZARD : action cœur de ville

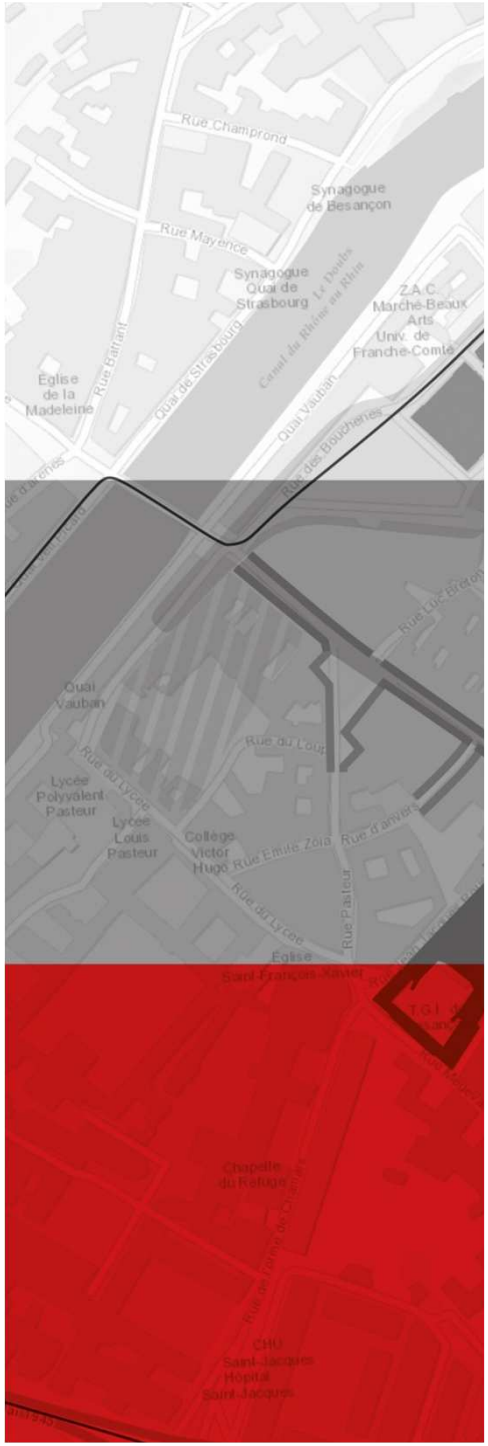
- Une bonne démarche
- Les détails restent à définir (mission Marcon)
- Aller plus loin dans les périmètres : étendre à d'autres villes
- Avancer sur les autres sujets du nouveau business modèle de demain

Les projets réglementaires et les débats en cours et à venir

- Partager une vision globale
  « Quel commerce dans la société de demain ? »
- Fiscalité du commerce - équité : mission Matignon
- Le commerce doit se transformer rapidement
- Prendre conscience de l'importance des magasins et des équipes magasins

PROCOS

ACTUALITÉS DE LA FÉDÉRATION



PROCOS

Nouveaux adhérents 2017 – début 2018

10 nouvelles enseignes représentant plus de 2.000 points de vente.

2017

deNeuville Chocolat français

promod BOUTIQUE FRANÇAISE

castorama

BRICO DEPOT

Mr.Bricolage

Fleurance nature Depuis 1972

OLIVIERS & CO.

PROCOS

2018

BABOU Des bons plans ! Des prix fous !

KAPORAL

Boticinal

Les comités stratégiques Retail

Les 3 nouveaux comités stratégiques :

- **Ressources Humaines,**
- **Digital,**
- **Supply chain.**

Procos étoffe ses services à destination des directions fonctionnelles et opérationnelles du retail.

Ces comités permettent aux enseignes adhérentes de :

- réfléchir ensemble sur l'évolution de leur fonction dans l'entreprise,
- partager leur expérience,
- travailler sur des objectifs communs d'amélioration.

Cycle :
Petits déjeuners dirigeants du retail

Procos lance un cycle de moments d'échanges entre dirigeants sur des sujets de stratégie d'entreprises.

Les prochains traiteront des thèmes :

- Le futur du retail, 12 avril 2018
- Vers un retail réellement centré client, 21 juin 2018

INVITATION

CYCLE PETITS DÉJEUNERS DES DIRIGEANTS DU RETAIL

PROCOS
en partenariat avec KéaEUCLYD

8 février 2018
8 h 30 / 10 h 30

« Comment réussir sa transformation digitale retail : business, technologie et… l'humain au centre ? »

Programme
- Pourquoi si peu de stratégies « out of the box » aboutissent ?
- Comment les retailers français se digitalisent face aux pure players ?
- Ce qui fonctionne ? Les erreurs à éviter ?

Introduction
- François FEIJOO, Président de Procos, Président d'Eram

Intervenants
- Didier LONG, Président, Kea-Euclyd
- Céline CHOAIN, Senior Partner, Kea&Partners

Kea et Kea-Euclyd proposent une approche holistique de transformation digitale des marques et enseignes : branding et proposition de valeur, marketing-vente, schéma de distribution, supply chain, déploiement international…

UNE OCCASION D'ÉCHANGER SUR LES ENJEUX STRATÉGIQUES ET DE SE RENCONTRER ENTRE DIRIGEANTS DU COMMERCE.

Lieu :
Le Grand Hôtel - InterContinental
Salon Mozart – 1er étage
2 Rue Scribe 75009 Paris

Inscription :
avant le 26 janvier 2018
Nombre de places limité

Pour vous inscrire, cliquez ici

PROCOS
LA FÉDÉRATION DU COMMERCE SPÉCIALISÉ
31, rue du 4 septembre 75002 Paris
Tél. + 33 (1) 44.88.95.60
www.procos.org

PROCOS