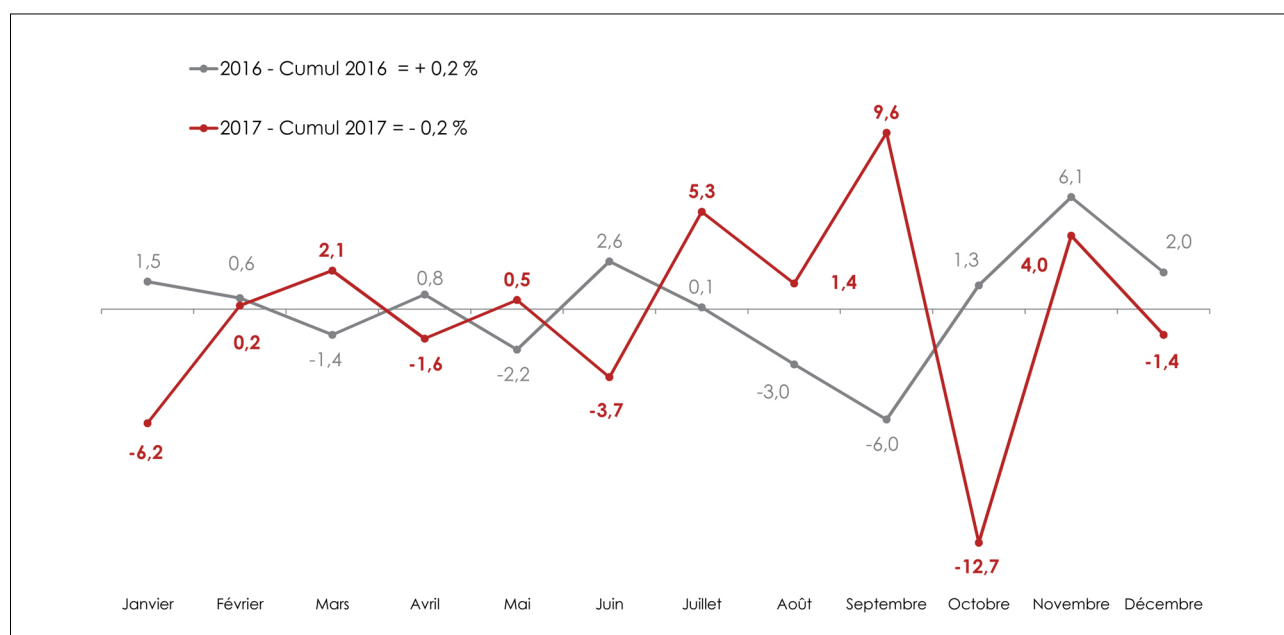


## Bilan 2017

### Chiffre d'affaires\* du commerce spécialisé en légère baisse par rapport à 2016



Source : Panel Procos

L'année 2017 se termine sur un indice de performance de - 0,2 % soit une très légère baisse d'activité cumulée dans les points de vente à surface comparable.

L'année avait particulièrement mal débuté avec un mois de janvier très difficile essentiellement touché par un retard de début des soldes. Mais, c'est la fin de l'année qui a surtout été marquée par les variations fortes des performances entre les différents mois.

Après un bon mois de septembre, octobre a été particulièrement difficile à cause d'une météorologie estivale, totalement décalée par rapport aux produits proposés dans les magasins pour l'équipement de la personne. L'activité dynamique de novembre permettait d'espérer un bon quatrième trimestre mais il semble que les fortes opérations du Black Friday aient généré des anticipations d'achats de Noël, ce dont a souffert l'activité de décembre (- 1,4 %). Le 4<sup>ème</sup> trimestre est donc fortement en retrait à - 3,4 %.

**Une année en demi-teinte dans l'équipement de la personne, stable pour l'équipement de la maison mais dynamique pour les services et les loisirs.**

(\* ) à magasin comparable

En cumul annuel, l'alimentaire spécialisé, les loisirs, la restauration et les activités de services connaissent une année satisfaisante et celle-ci est bonne aussi pour les activités de culture-loisirs, ce qui était déjà le cas en 2016.

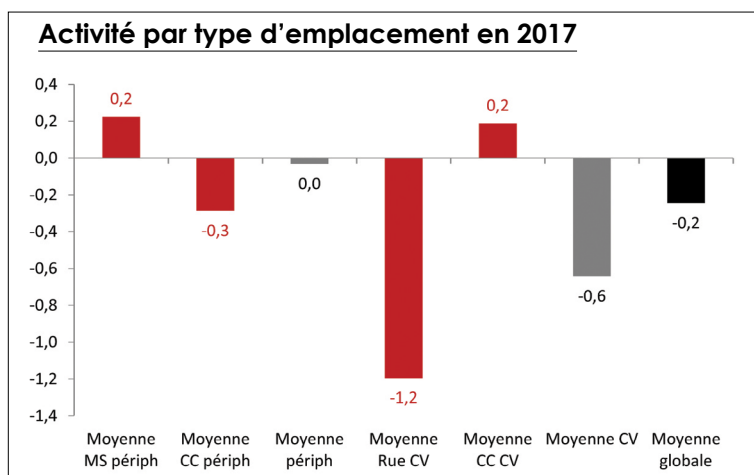
La restauration, en difficulté en 2016, a connu une reprise d'activité en 2017.

Les secteurs de l'équipement de la personne ont connu une activité en demi-teinte, très irrégulière. Même si 2017 a été meilleure que 2016, année très difficile, le regain d'activité n'est pas assez soutenu pour acter le retour à une dynamique durable. Cette inversion de tendance pourrait tout de même se poursuivre en 2018.

## La périphérie devant les centres-villes

Les magasins situés en périphérie ont mieux résisté que ceux de centre-ville surtout grâce à une activité légèrement meilleure dans les moyennes surfaces alors que les centres-commerciaux de périphérie terminent l'année en négatif (-0,3 %).

L'activité 2017 des magasins situés en pied d'immeuble se contracte sensiblement à -1,2 % alors que les centres commerciaux de centre-ville résistent mieux et terminent l'année en légère progression à +0,2 % soit une performance identique à celle des moyennes surfaces de périphérie.



Source : Panel Procos

## 2018 : des indicateurs économiques favorables qui ne profiteront sans doute pas totalement à la dynamisation de la consommation

Les principaux indicateurs économiques et sociaux semblent favorables pour 2018. L'Insee prévoit un niveau de croissance du PIB à 1,9 %, un indicateur de confiance des consommateurs qui continue de s'améliorer. De même, les prévisions en termes d'emploi sont favorables et l'inflation devrait être contenue.

Toutefois, il n'est pas certain que la consommation des ménages soit dynamisée par ces éléments dans la mesure où, selon l'Insee, le pouvoir d'achat devrait être pénalisé dans un premier temps par la hausse des carburants. De plus, l'augmentation de la CSG intervient dès janvier 2018 alors que la baisse de cotisations sociales n'interviendra qu'en octobre. Les prévisions d'augmentation du pouvoir d'achat se limitent à +0,2 %.

2018 pourrait donc être une année de transition pour le commerce de détail, avec des hypothèses d'amélioration de la consommation de textile selon l'Institut Français de la Mode (Précision 2018 à +0,4 % contre +0,2 % en 2017), mais une augmentation faible du pouvoir d'achat qui ne devrait pas permettre d'envisager une dynamique forte en matière de consommation.

## 2018 : la poursuite de la mise en place des stratégies omnicanales

2017 a connu de nombreuses opérations de concentration (Gamm Vert/Jardiland...), des accords divers, portant notamment sur les volumes d'achat (Fnac-Darty avec Carrefour) et d'autres rapprochements pour accélérer la transformation (Galeries Lafayette et La Redoute...).

L'année 2018 devrait connaître la poursuite des mouvements de transformation, les rapprochements entre opérateurs, la construction de groupes hybrides forts à la fois d'un parc de magasins adaptés aux conditions de marché et d'une présence croissante sur le web ainsi que la consolidation d'une stratégie omnicanale en cours de renforcement.

Les ventes sur le web continueront de croître comme en 2017 (+ 14 % en 2017 selon les prévisions de la Fevad) mais le poids des acteurs « Brick and Mortar » dans les ventes par internet augmente et la division des canaux de vente est de moins en moins visible au fur et à mesure du développement du « click and collect ».

Au-delà des investissements digitaux, les acteurs vont concentrer leurs moyens sur les restructurations de parcs de magasins, les tests de nouveaux concepts ou nouveaux formats.

Sur le plan opérationnel, la création de flux dans les points de vente et la réduction des coûts de l'immobilier resteront des éléments prioritaires pour garantir l'équilibre économique des magasins.

**En ce qui concerne les grands dossiers du commerce et de son environnement, Procos réaffirme l'implication de la Fédération dans les réflexions actuelles** et son adhésion aux mesures annoncées en faveur des centres-villes des villes moyennes à travers le Plan MÉZARD.

Il rappelle toutefois l'importance d'élargir les réflexions pour traiter, en même temps, de tous les éléments indispensables à une transformation rapide du commerce et à la bonne compréhension de sa place dans la société et les territoires de demain.

De nombreux sujets sont lancés, il est nécessaire de les coordonner de manière à assurer l'efficacité des mesures envisagées, d'accompagner les élus pour une bonne prise en compte à la fois de la place du commerce dans la ville mais également du futur modèle économique du commerce.

Il rappelle qu'il est impératif de coordonner l'action de tous les acteurs indispensables à la transformation du commerce sur tous les territoires, (y compris en périphérie des villes) : équité fiscale, simplification, management local du commerce... autant de sujets essentiels à la pérennisation des magasins, enjeu majeur de l'emploi local et de l'expérience client.