

## Commerce spécialisé : pourquoi la réouverture des magasins est-elle vitale ?

Une très grande partie des magasins du commerce spécialisé est fermée depuis le 29 octobre, à la veille des deux mois les plus importants de l'année pour la majorité des enseignes.

L'activité d'octobre (\*) a été très variable selon les secteurs :

- Mauvais mois pour l'équipement de la personne (- 13 %), la chaussure (- 14,3 %) et la restauration (- 22,5 %).
- Mois dynamique pour le sport (+ 26,6 %) et l'équipement de la maison (+ 21,8 %).
- En moyenne, tous secteurs confondus, l'évolution a été de + 0,4 % en octobre 2020 vs 2019.

### Après dix mois en 2020, quelle était la situation avant la fermeture des magasins le 29 octobre ?

- A fin octobre 2020 et après dix mois de vente, seul le secteur du sport est parvenu à rattraper le retard pris lors du confinement de mars-avril. Les ventes magasins restent négatives mais l'activité du web permet de passer en positif à l'issue de la période en comparaison de la même période en 2019.
- L'équipement de la maison a connu une activité plutôt dynamique depuis le déconfinement mais le bilan reste négatif en ajoutant ventes magasins et web.

### Tous les autres secteurs restent très négatifs (entre - 18 et - 32 % selon les secteurs) après dix mois malgré la dynamique des ventes internet.

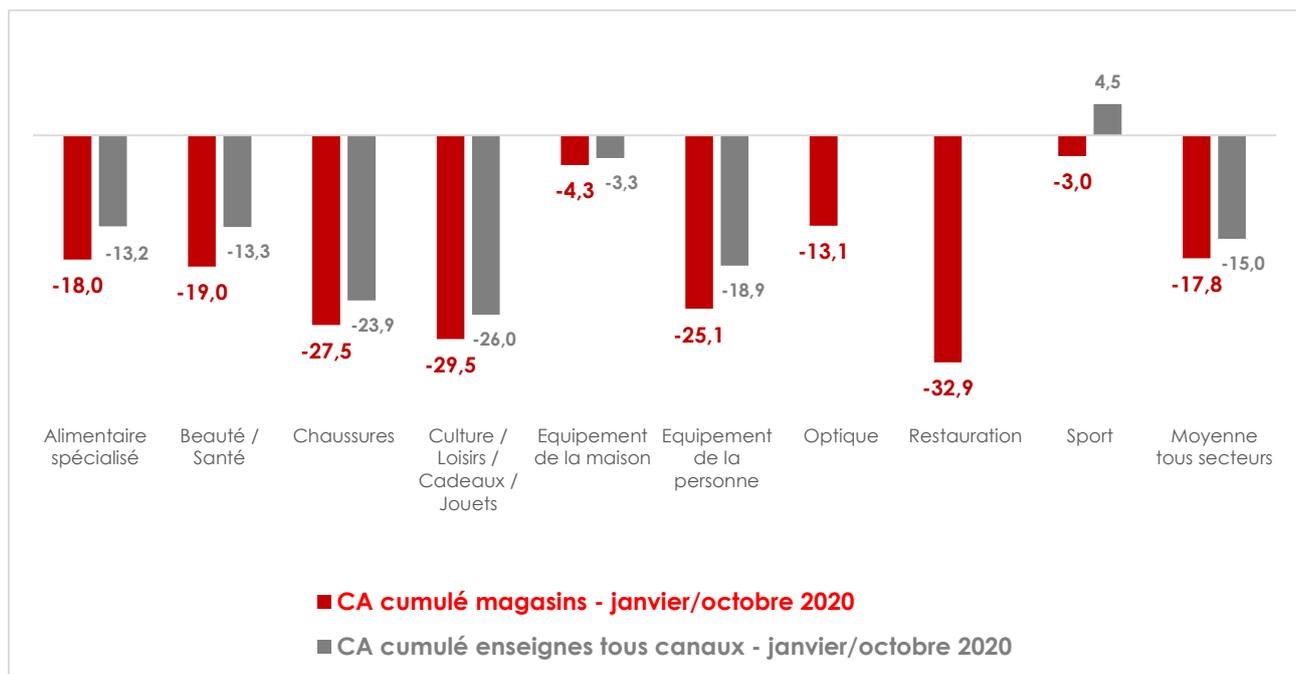
Le graphique ci-après présente, secteur par secteur, le cumul sur dix mois des ventes magasins (rouge) et magasins plus internet (gris). Il montre que malgré une croissance très forte, souvent supérieure à + 50 %, les ventes web ne permettent de rattraper qu'une petite partie des baisses de vente des magasins. Par exemple, le click & collect, ne représente au maximum que 3 à 7 % du chiffre d'affaires d'un magasin.

---

#### Contacts presse :

**Emmanuel LE ROCH, Délégué Général** - emmanuel.le.roch@procos.org  
**Sophie MADIGNIER, Directrice Marketing** - sophie.madignier@procos.org  
31, rue du 4 septembre - 75002 Paris - Tél. : 01 44 88 95 60  
club@procos.org ■ www.procous.org

## Comparaison cumul CA magasins + enseignes (magasins + web) du 1<sup>er</sup> janvier au 31 octobre 2020



Source : Panel Procos

**Pour la fin de l'année, la seule issue pour sauver magasins et emplois est de rouvrir les magasins, pourquoi ?**

- **En fonction des secteurs, les mois de novembre et décembre pèsent entre 25 et 50 % du chiffre d'affaires pour la plupart des activités** (jouet, cadeaux, alimentaire spécialisé, chocolat, électrodomestique, informatique, parfumerie, habillement...) et autant de la masse de marge annuelle. Des mois qui clôturent l'année et pèsent très lourd.
- **Les enseignes ont toutes un niveau de stock très élevé** dans les entrepôts et les magasins, beaucoup plus qu'en mars-avril. Ce stock doit être financé et ne peut l'être que par les ventes qui servent à payer les fournisseurs. Cet important besoin de fonds de roulement en fin d'année rend très fragile de nombreuses enseignes de toutes tailles. Chacun a conscience des difficultés des petits commerçants bien entendu, **mais la fragilité des réseaux plus grands (PME, ETI, Grandes entreprises) est totalement sous-estimée y compris ceux qui étaient en bonne santé en début d'année 2020. Et ce point est très clairement sous-estimé.**
- **En fin d'année, le chômage partiel couvre une partie beaucoup plus faible des besoins financiers** car les salaires représentent une part moindre des coûts fixes à cette période.
- **La fin d'année représente l'essentiel de la rentabilité** d'une très grande partie des enseignes du commerce spécialisé et donc des moyens indispensables pour l'avenir.
- **Enfin, les enseignes sont fortement fragilisées.** Leur niveau d'endettement s'est dégradé avec les PGE, les plus nombreuses ne peuvent l'augmenter sans risque de défaillance à l'avenir et sans amputer durablement toute possibilité de transformations en 2021 et 2022.

- **Dans tous les cas, pour répondre aux difficultés des enseignes il faut élargir les dispositifs d'aide aux entreprises de plus de 50 salariés car un réseau de magasins n'est qu'une somme de petites structures qui fermeront si les aides sont sous dimensionnées.**

Bien entendu, toutes les enseignes ont conscience de la situation sanitaire et se sont montrées très responsables depuis le début de la crise. Elles ont conscience des difficultés de choix pour le gouvernement.

**Toutefois, compte tenu du poids de la fin d'année dans le modèle économique du commerce, la seule issue possible est la réouverture de tous les points de vente. Aucun niveau d'aides ne permettrait aux entreprises de faire face à un mois de décembre fermé !** Les défaillances de réseaux, les fermetures de points de vente et les suppressions d'emplois atteindraient un niveau non supportable.

**Cette réouverture doit intervenir le plus rapidement possible avant fin novembre pour lisser au maximum les flux des achats de Noël.** Celle-ci devra être accompagnée de mesures supplémentaires pour assurer la sécurité des clients et des collaborateurs en abaissant par exemple le nombre de personnes par m<sup>2</sup> à une personne pour 10 m<sup>2</sup>, en ouvrant chaque dimanche et sur des horaires élargis. Il faut que ces mesures permettent tout de même de réaliser un chiffre d'affaires le moins dégradé possible sinon les objectifs ne seront pas atteints...

**L'enjeu, en effet, est de sauver un maximum de réseaux, un maximum de magasins et un maximum d'emplois.**

Nous ne devons pas transformer cette crise sanitaire en désastre social et territorial.

**Avant de mettre en œuvre un plan de relance, il faut sauver un maximum d'acteurs, petits, moyens ou plus gros et cela passe par la vente en magasin.** Les réseaux de magasins ne sont qu'une somme de petites exploitations à travers la France. La taille ne doit pas tromper sur la réalité de la solidité durant cette période de fin d'année.

*(\*) 60 enseignes interrogées sur leur performance en France*