

Commerce spécialisé : un mois de décembre positif mais une année 2020 fortement négative ; importante inquiétude pour les chaînes de restauration

Avec l'ouverture au 29 novembre 2020, les magasins ont heureusement pu réaliser un mois de décembre positif, en moyenne à + 12 % par rapport à décembre 2019 toutes activités confondues (*).

L'activité du mois peut être décomposée en deux phases successives.

La première quinzaine très dynamique, bénéficiant du report du Black Friday qui laissait espérer un chiffre d'affaires en très forte croissance. Mais, au fur et à mesure, **la fréquentation des points de vente s'est beaucoup dégradée à l'approche de la fin du mois**. Les métropoles, les grands centres-villes et les grands centres commerciaux ont été très pénalisés par des baisses de fréquentation (entre - 20 et - 35 % en fin de mois) et l'application des jauges qui, bien entendu, défavorisent davantage les lieux d'importants trafics (**).

Par ailleurs, la fermeture des restaurants et cinémas a eu un impact sur les autres commerces. Les consommateurs ont passé beaucoup moins de temps dans les lieux de commerce avec des achats efficaces, défavorables à la flânerie et aux achats d'impulsion. Décembre a été un mois dynamique pour le sport et l'équipement de la maison (+ 25 %). Il le fut beaucoup moins pour la beauté-santé (+ 4,6 %), la chaussure (+ 4,5 %) ou les bijoux (+ 6 %). L'équipement de la personne (+ 12,7 %) et l'alimentaire spécialisé (+ 11,8 %) se situent en position médiane.

Un premier bilan de l'année 2020 pour le commerce spécialisé variable selon les secteurs. Si certains secteurs ont bénéficié d'une forte dynamique de consommation à l'issue des deux confinements et réussi à rattraper un peu du chiffre d'affaires perdu durant les phases de fermeture ; le sport (cumul annuel à - 4,5 %), l'alimentaire spécialisé (-7 %) ou l'équipement de la maison (- 8 %), il n'en est pas du tout de même pour d'autres qui restent très en retrait ; la chaussure (- 27,5 %), les bijoux (- 23 %), l'équipement de la personne (- 22,7 %) et la beauté-santé (- 22 %).

Les ventes web des enseignes ont continué d'exploser, y compris en décembre malgré la réouverture des magasins. Toutes activités confondues, elles connaissent une croissance de + 85 % en décembre et + 80 % sur l'ensemble de l'année. Cela modifie beaucoup les équilibres entre magasin et web. Cette croissance ne permet malheureusement pas de récupérer les baisses d'activité des magasins (entre 3 et 4 % de récupérations selon les secteurs). Mais, cela représente une très forte évolution du paysage et du modèle de commerce.

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.prococos.org

Évolution des chiffres d'affaires magasins du commerce spécialisé à surface égale

Décembre 2020
vs même période 2019



1^{er} janvier au 31 décembre 2020
vs même période 2019



Source : panel Prococos

Reste le cas inquiétant des secteurs qui sont encore fermés et qui n'ont aucune visibilité sur une ouverture prochaine : la restauration, les cinémas et les salles de sport. En ce qui les concerne, la situation est très préoccupante et la visibilité inexistante.

Pour la restauration, par exemple, tenant compte des enseignes adhérentes Procos, la restauration à table est fermée et la restauration rapide réalise des chiffres d'affaires très dégradés. En moyenne, le chiffre d'affaires de décembre était de - 38 % en cumul mais certains réseaux ont perdu en novembre et décembre 100% de leur chiffre d'affaires... **Fin 2020, de nombreuses chaînes avaient déjà perdu plus de 50 % de leur chiffre d'affaires par rapport à 2019 et ce n'est malheureusement pas terminé car les restaurants resteront fermés jusqu'à fin février au moins !** Idem pour les salles de sport ainsi que les cinémas dont la baisse est de - 70 % sur 2020.

Pourtant, ces grands réseaux qui font vivre des milliers de salariés partout en France, sont exclus des aides gouvernementales qui ne s'appliquent qu'aux TPE et PME. Aucune aide liée à la perte de chiffre d'affaires ne s'applique pour des raisons de seuils d'effectifs et de plafond d'aides. Cette situation ne peut durer ! Il faut trouver des solutions en urgence.

Aucune solution pour les loyers et les pertes de chiffres d'affaires malgré la volonté affichée du gouvernement d'aider tous les acteurs des secteurs fermés. Sans solution à ce problème, pour les groupes, quelle que soit leur taille, les fermetures, pertes d'emplois et impacts durables sur le secteur et ses fournisseurs créeront une situation très grave sur toute la France. **Il faut impérativement et très vite oublier cette vision erronée des grands groupes de restauration qui pourraient s'en sortir sans des aides dimensionnées, à la hauteur de la gravité de la crise et des conséquences d'une fermeture durable.** La situation est très préoccupante et les risques pour l'emploi se comptent par dizaines de milliers : fermetures de restaurants, pertes d'emplois dans les sièges sociaux, chez les fournisseurs et les partenaires (franchisés). Fragiliser un groupe, c'est fragiliser un ensemble d'acteurs autour de lui.

Il faut agir rapidement et trouver des solutions avec le gouvernement, les bailleurs, les banques et les assureurs.

Janvier sera compliqué et l'épée de Damoclès sanitaire reste très préoccupante. Il faut impérativement permettre la poursuite de l'activité. Mais, le mois sera difficile et le report des soldes générera certainement de très forts impacts sur le chiffre d'affaires de la première quinzaine en particulier dans l'équipement de la personne.

La survie de tous les acteurs doit rester la priorité absolue pour l'ensemble de l'écosystème. Ne pourront se relancer, se transformer, s'engager dans une société d'avenir, que les acteurs qui auront franchi cette étape. Les enjeux du 1^{er} semestre 2021 sont énormes pour mettre en place les conditions des investissements futurs.

() 80 enseignes interrogées sur leur performance en France*

*(**) 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...)*