

PROCOS

Conférence de presse

30 janvier 2020

**FÉDÉRATION POUR
LA PROMOTION
DU COMMERCE
SPÉCIALISÉ**

PROCOS
FÉDÉRATION POUR LA PROMOTION DU COMMERCE SPÉCIALISÉ

&
eurelia
Division internationale de la Fédération **PROCOS**

Toute l'équipe
Prococos / Eurelia
vous présente ses

meilleurs voeux

31, rue du 4 Septembre - 75002 PARIS - 01.44.88.95.40 - www.prococos.org - www.eurelia.com

The graphic features a black background with the Prococos and Eurelia logos on the left. On the right, the year '2020' is displayed in large, stylized, colorful numbers. The '2' is blue with a grid pattern, the first '0' is blue with a grid pattern, the second '0' is yellow with a grid pattern, and the final '0' is red with a grid pattern. Below the year, the text 'meilleurs voeux' is written in a gold, serif font. At the bottom, the contact information for Prococos and Eurelia is provided in a small white font.

REPRÉSENTER | PARTAGER | S'INFORMER | PROMOUVOIR | RASSEMBLER | VALORISER | FORMER | SE FORMER | DÉVELOPPER

**FÉDÉRATION POUR
LA PROMOTION
DU COMMERCE
SPÉCIALISÉ**

**Bilan 2019 et perspectives 2020
pour le commerce ?**

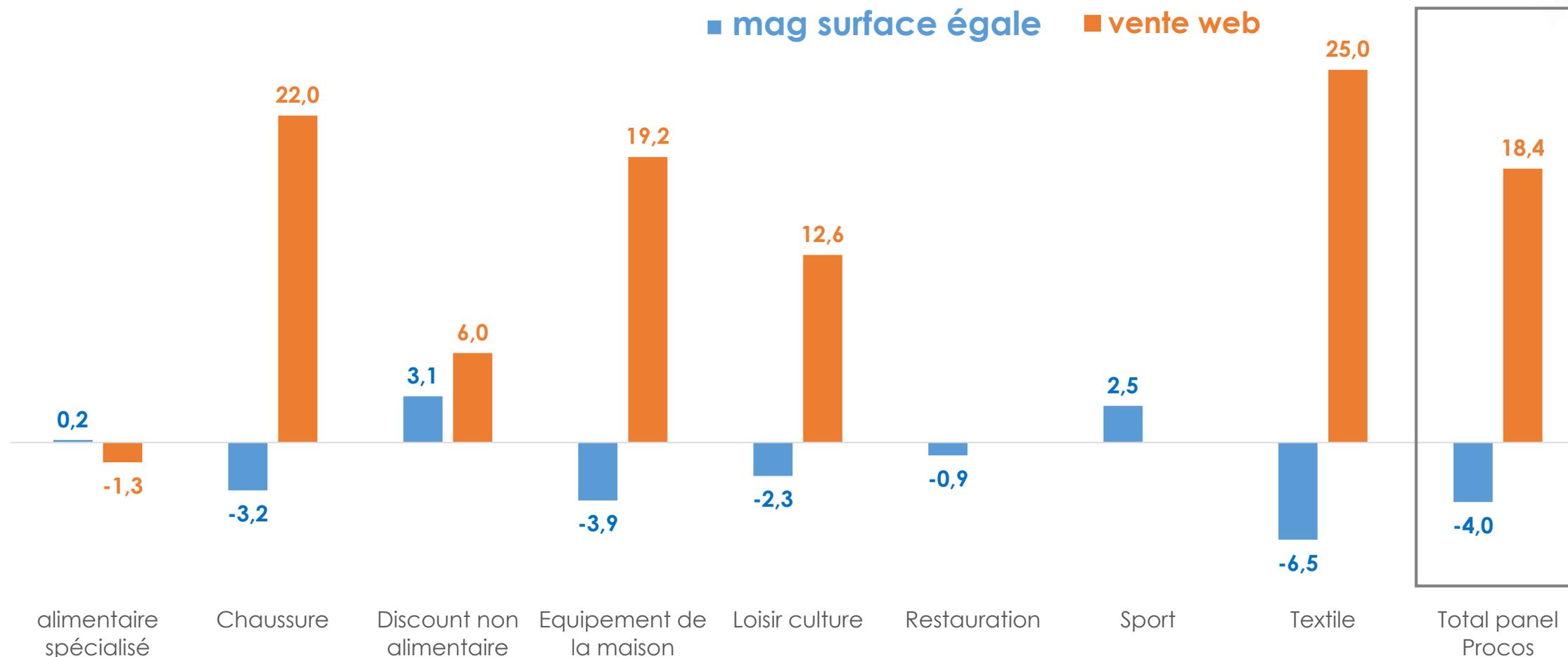
Bilan décembre 2019 (panel Prococos)

- Paris : - 18 %
- Moyenne France tous secteurs : - 4 %
- 30 % enseignes ont subi une baisse supérieure à - 8 %
- 30 % des enseignes en positif
- Web : + 18,4 % en moyenne



Décembre 2019 évolution par secteur d'activité (panel Procos) en %

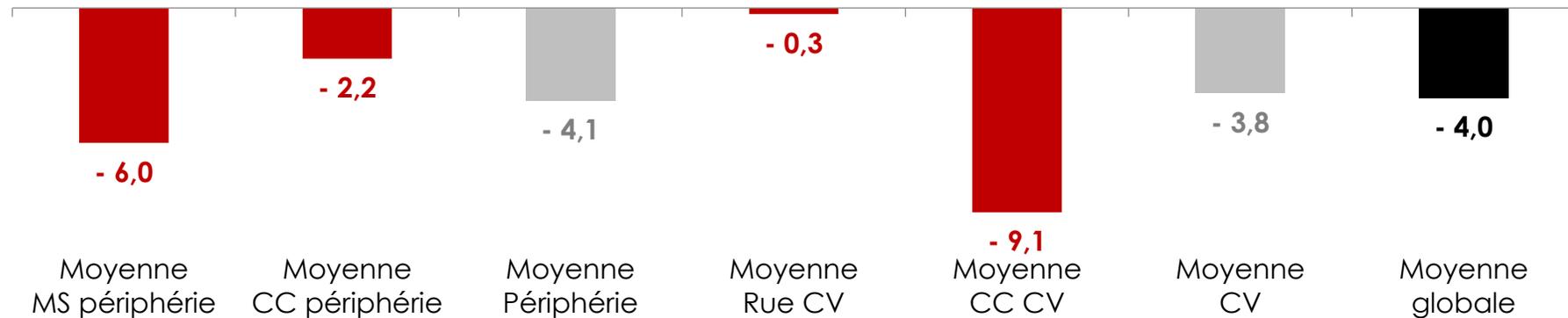
la plupart des secteurs en négatif



Evolution du CA magasins à surface égale par lieu de commerce (panel Procos)

Décembre 2019

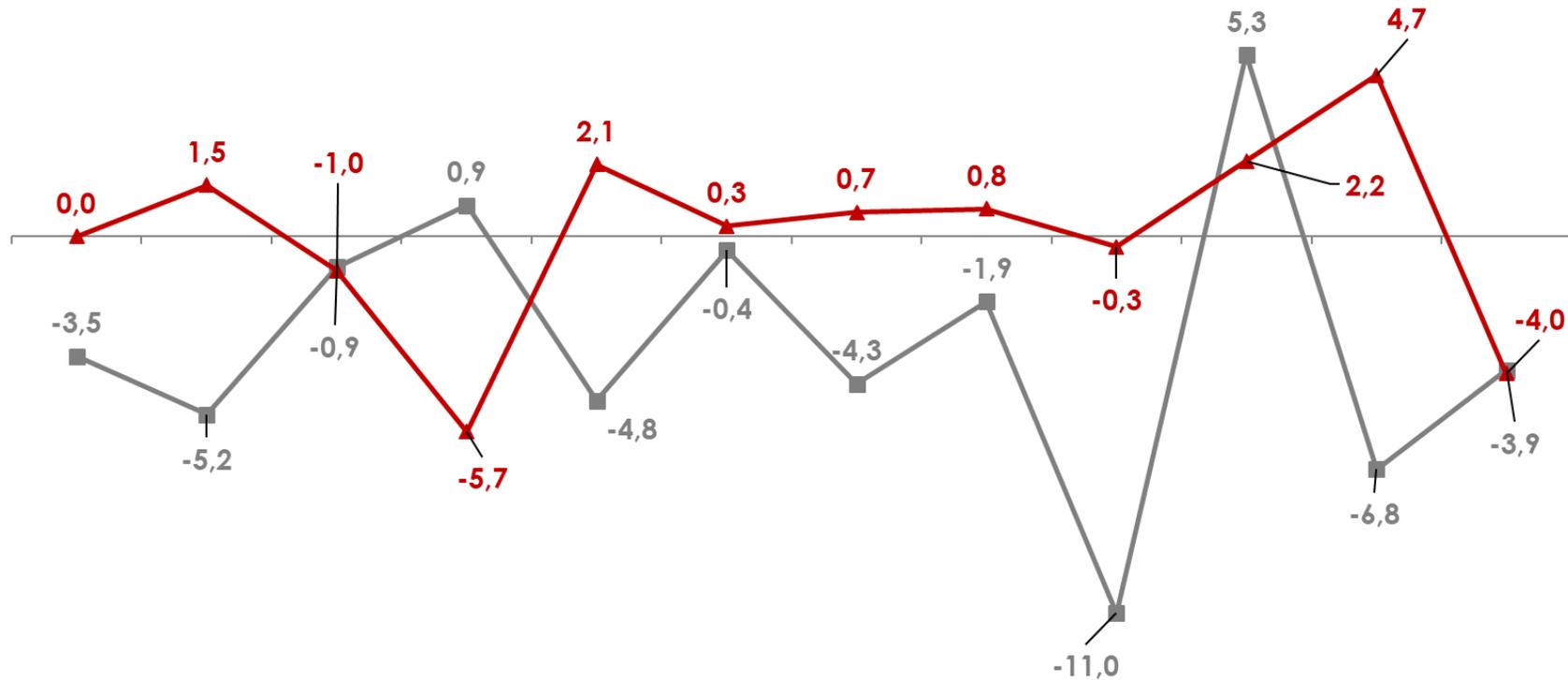
Les centres commerciaux de centres-villes et les moyennes surfaces ont été plus impactés



Panel PROCOS (magasins à surface égale) 2019vs2018 et 2018vs2017

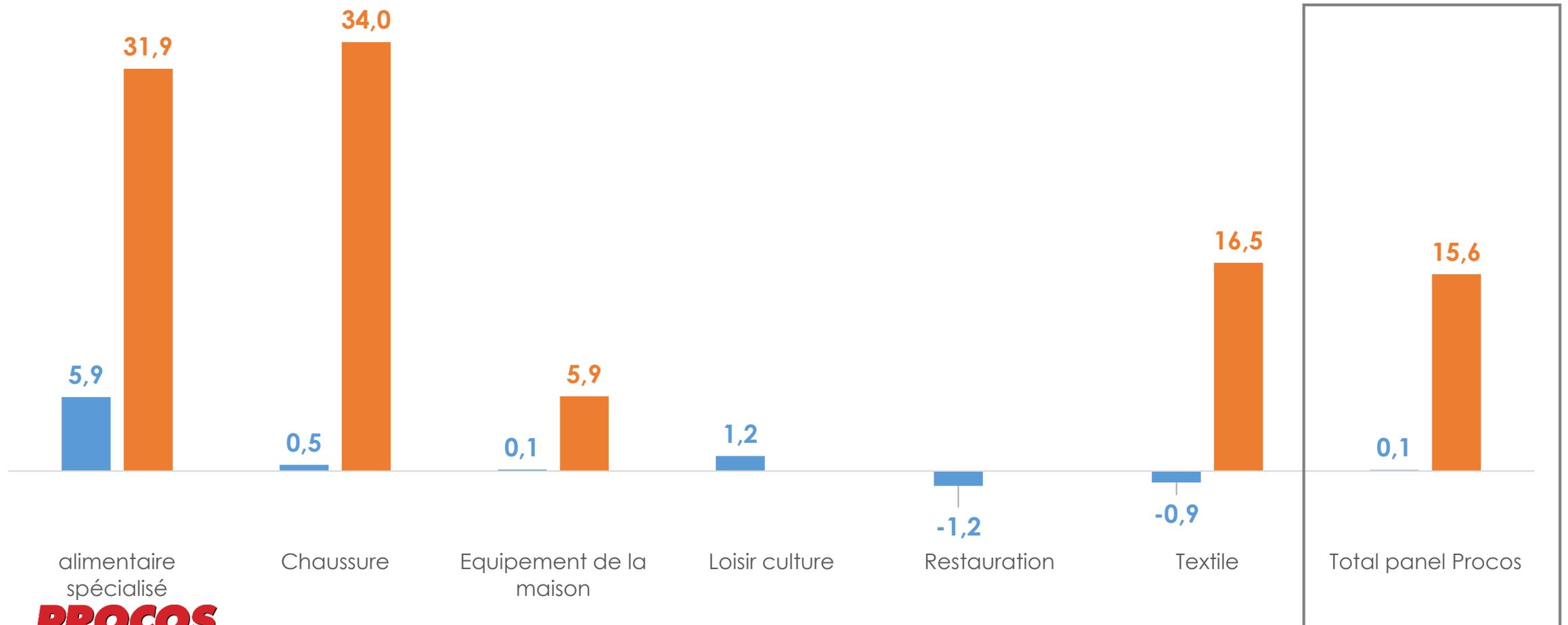
L'activité de 2019 se termine à + 0,1 % et ne rattrape rien de la forte baisse de 2018

■ 2018 - Cumul année = - 3,3 %
▲ 2019 - cumul année = + 0,1 %



Evolutions 2019 en cumul annuel par secteur (panel Procos) : CA magasins à surface égale et ventes internet

■ Mag surface égale ■ Evol ventes web

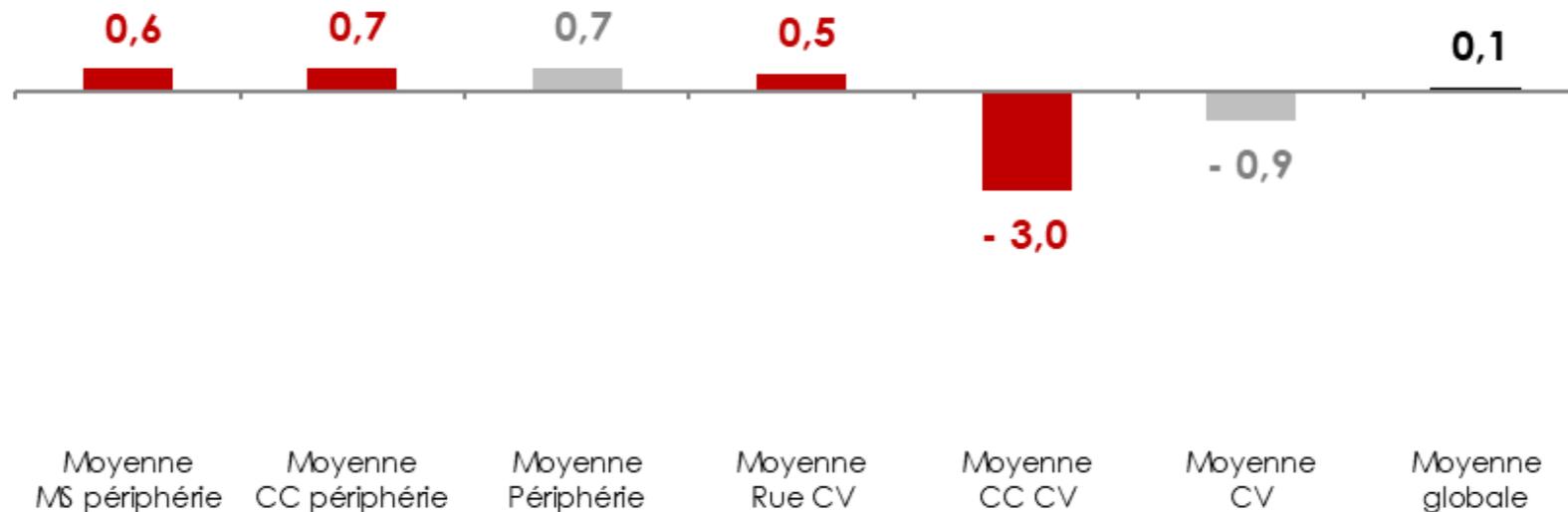


PROCOS

FÉDÉRATION POUR LA PROMOTION DU COMMERCE SPÉCIALISÉ

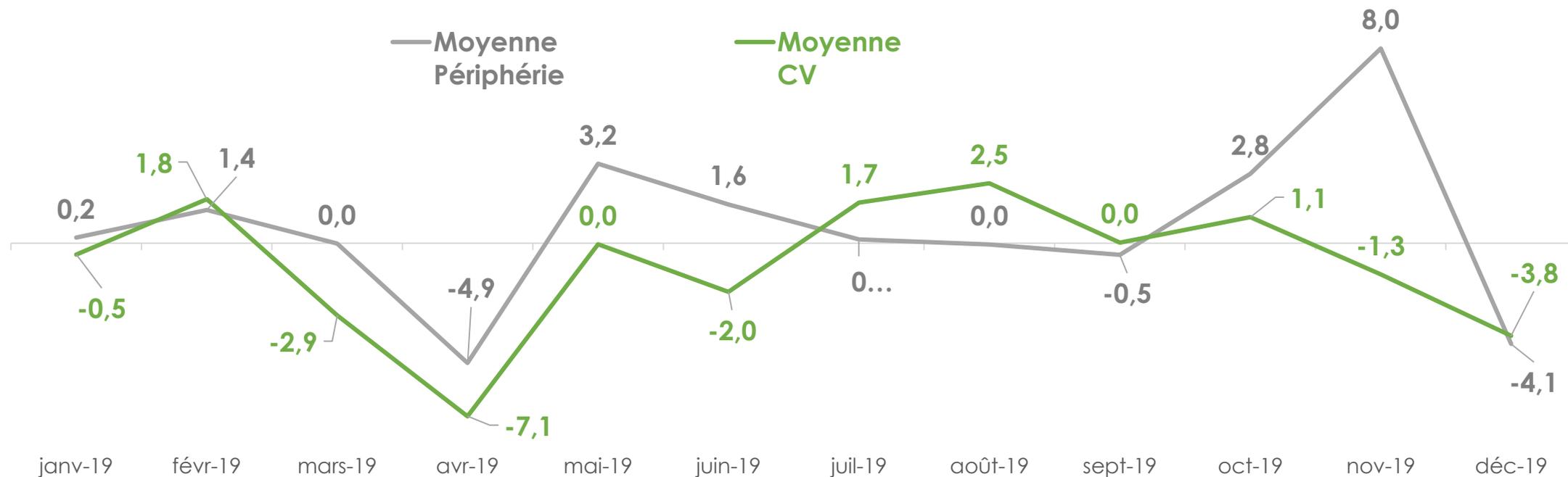


Cumul 2019 : évolution des CA magasins à surface égale par lieu de commerce (Panel Procos)



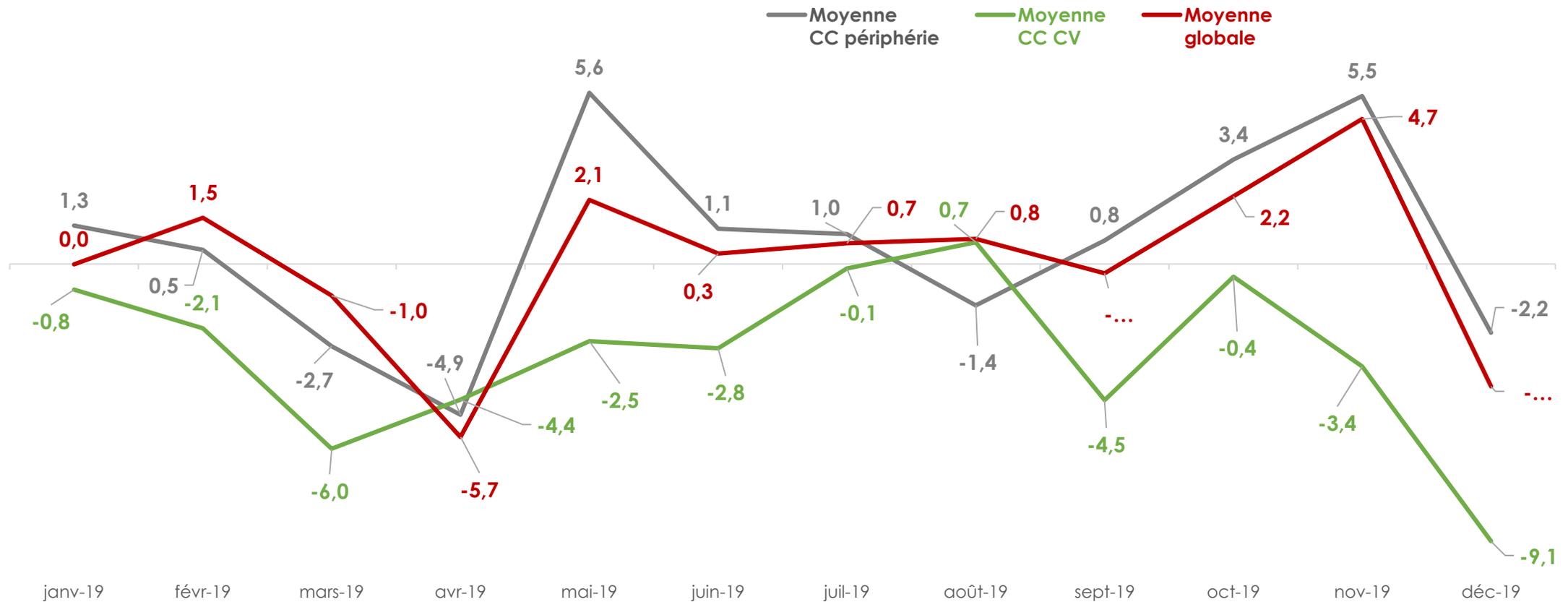
Évolution comparée des évolutions de CA magasins (surface égale - Panel Procos) en 2019 entre périphérie et centre-ville

De très grands écarts en novembre à l'avantage de la périphérie. Par contre, en décembre des impacts comparables.



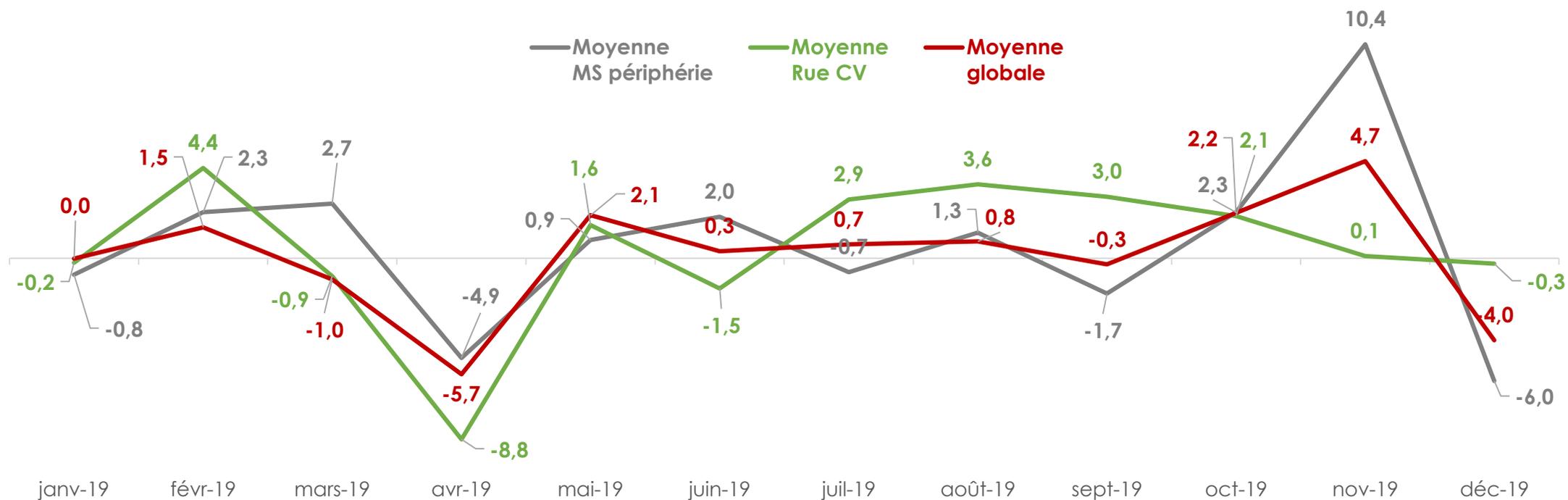
Total annuel périphérie : + 0,7 %
Total annuel centre ville : - 0,9 %

Les centres commerciaux de centre-ville très impactés (évolution du CA mensuel magasins à surface égale – panel Procos) en % 2019 vs 2018



Évolution comparée des CA magasins de moyenne surface et de centre-ville (2019 vs 2018 panel Procos)

En cumul annuel, aucune différence. Le Black Friday favorable à la périphérie.

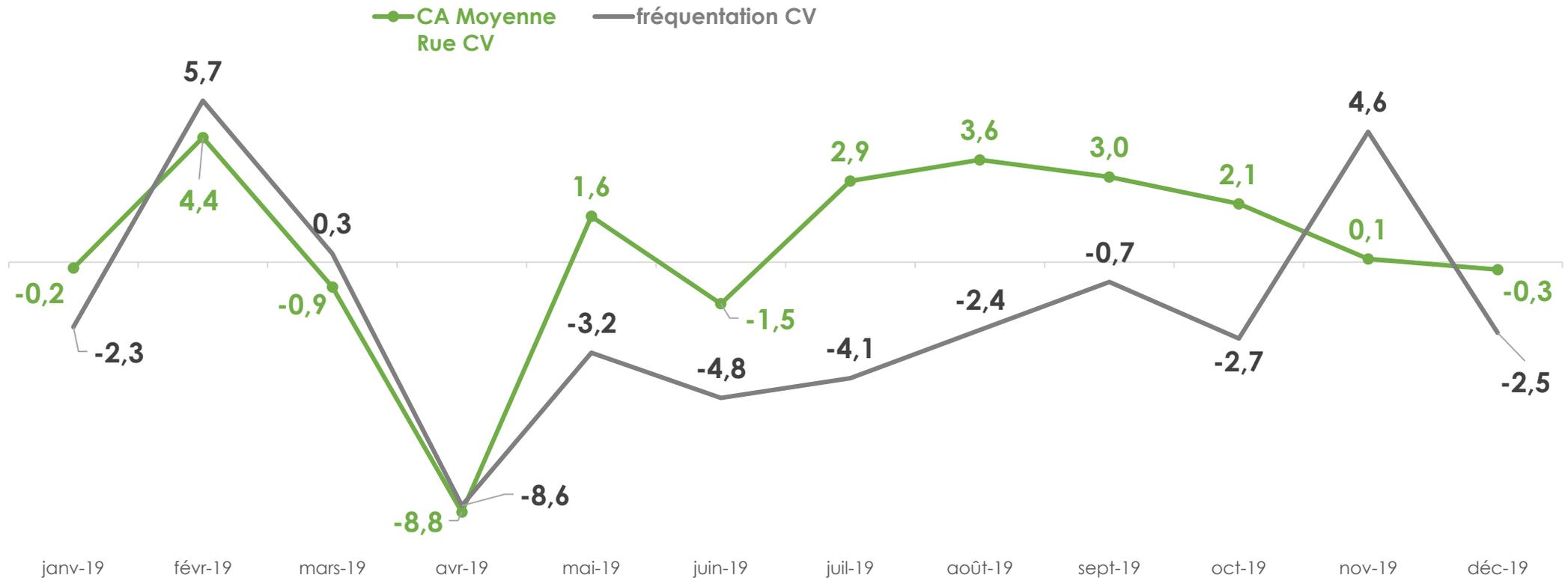


Evolution du CA magasins périphérie sur 2019 : + 0,6 %

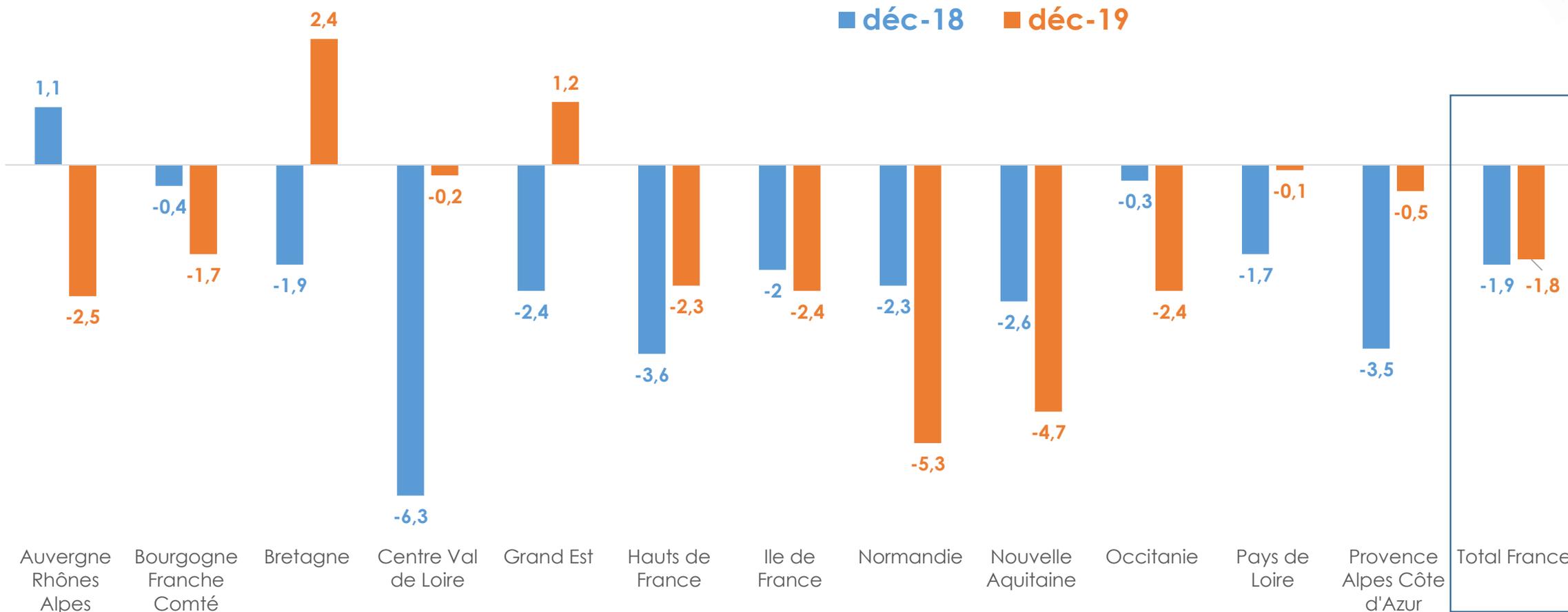
Evolution du CA magasins en centre-ville sur 2019 : 0,5 %

Magasins de centre ville, comparaison évolution du chiffre d'affaires (Panel Procos) et fréquentation des magasins (observatoire Procos/Stackr)

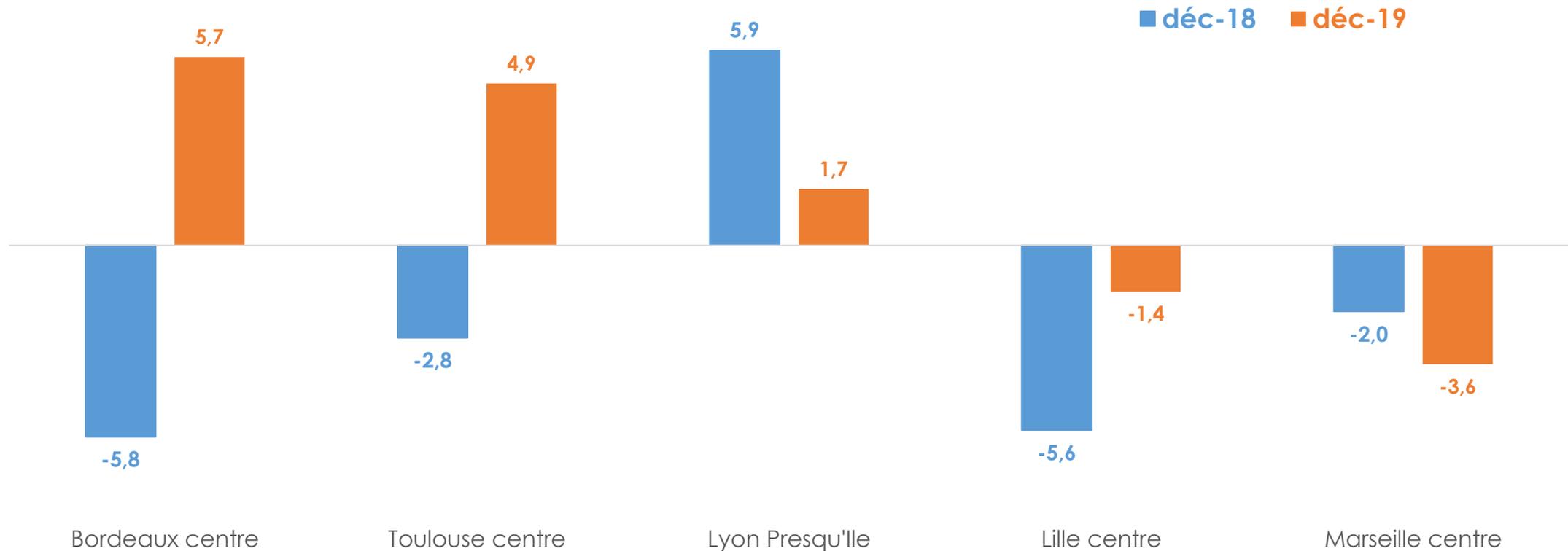
Le CA décroche moins que la fréquentation mais la fréquentation magasins de novembre ne se transforme pas en hausse de chiffre d'affaires.



Fréquentation des magasins, quels impacts en fonction des régions en décembre 2018 et 2019 ?



Décembre 2018 et décembre 2019, évolution de la fréquentation des magasins dans 5 centres-villes de métropoles



Un premier point sur les soldes



Point sur les soldes du mercredi 8 au dimanche 26 janvier (panel Procos)

- Fréquentation des magasins : - 10 %
- Magasins à surface égale : - 4,9 % (- 6 % la première semaine des soldes)
- 25 % des enseignes connaissent une baisse supérieure à - 10 % en magasins
- Web : + 4 % mais 40 % des enseignes sont en négatif
1^{ère} semaine des soldes ; le web était négatif en moyenne - 1,5 %

Quelles perspectives sur 2020 ?



International



Une croissance internationale au ralenti

- La chine : ralentissement de la croissance (+ 6 %) et niveau d'endettement des acteurs privés. Quid des conséquences du coronavirus (en Chine mais également dans le monde) ?
- Les inconnues US : TRUMP, contexte électoral, quelques inconnues internationales (guerre commerciale avec la Chine, l'Europe (taxe Gafa)... les relations avec l'Iran...).
- Allemagne : les problèmes de l'industrie automobile,
- Grande Bretagne : le Brexit.

Le PIB mondial

Croissance du PIB en volume



Taux d'intérêt bas

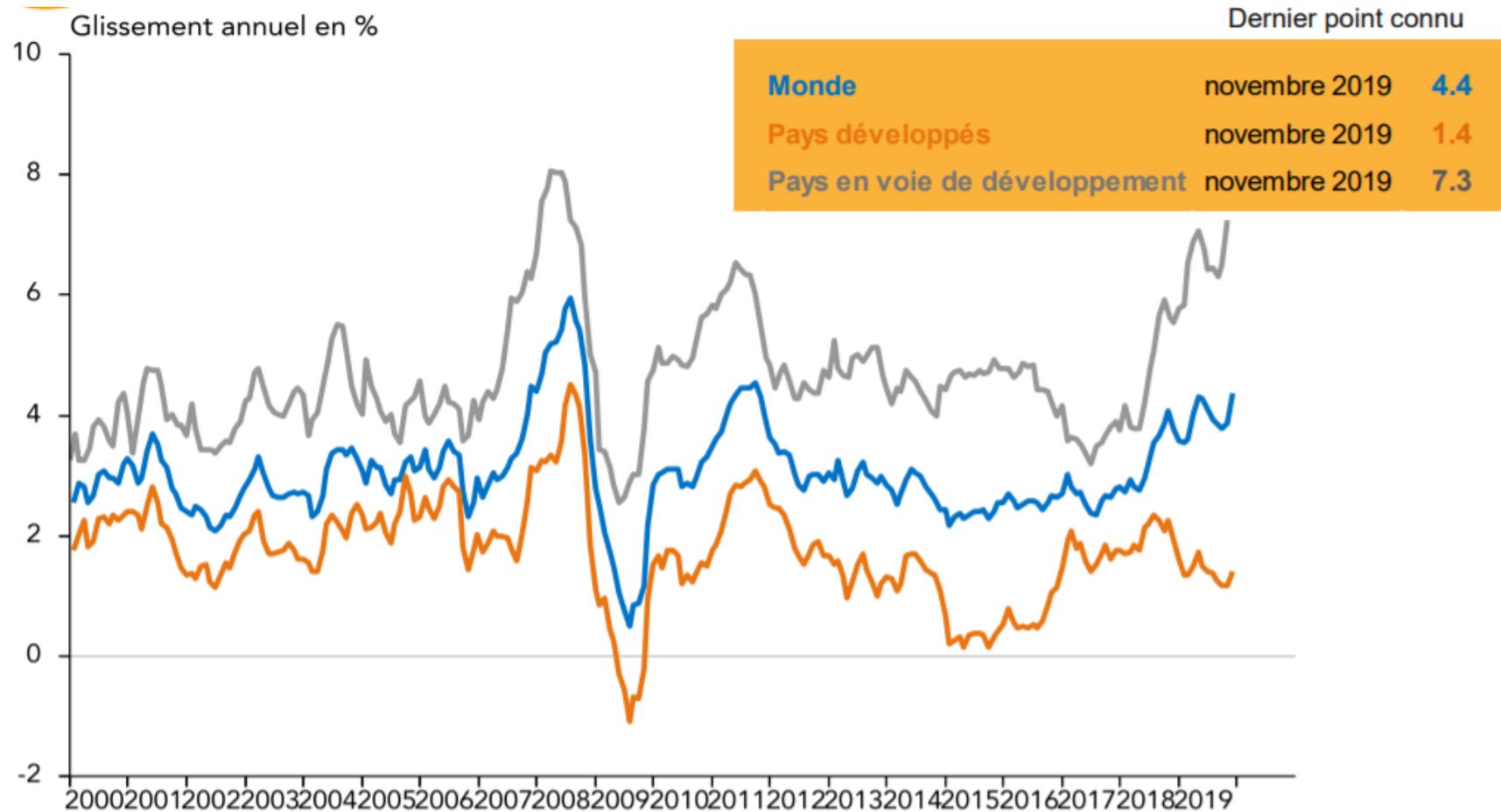
Monde : Taux d'intérêt directeur agrégé

La solvabilité n'est pas menacée malgré l'augmentation de l'endettement des entreprises



Source : Calcul Rexecode, pondération des taux directeurs nationaux par le poids dans le PIB mondial

Inflation faible dans les pays développés mais qui pourrait augmenter légèrement



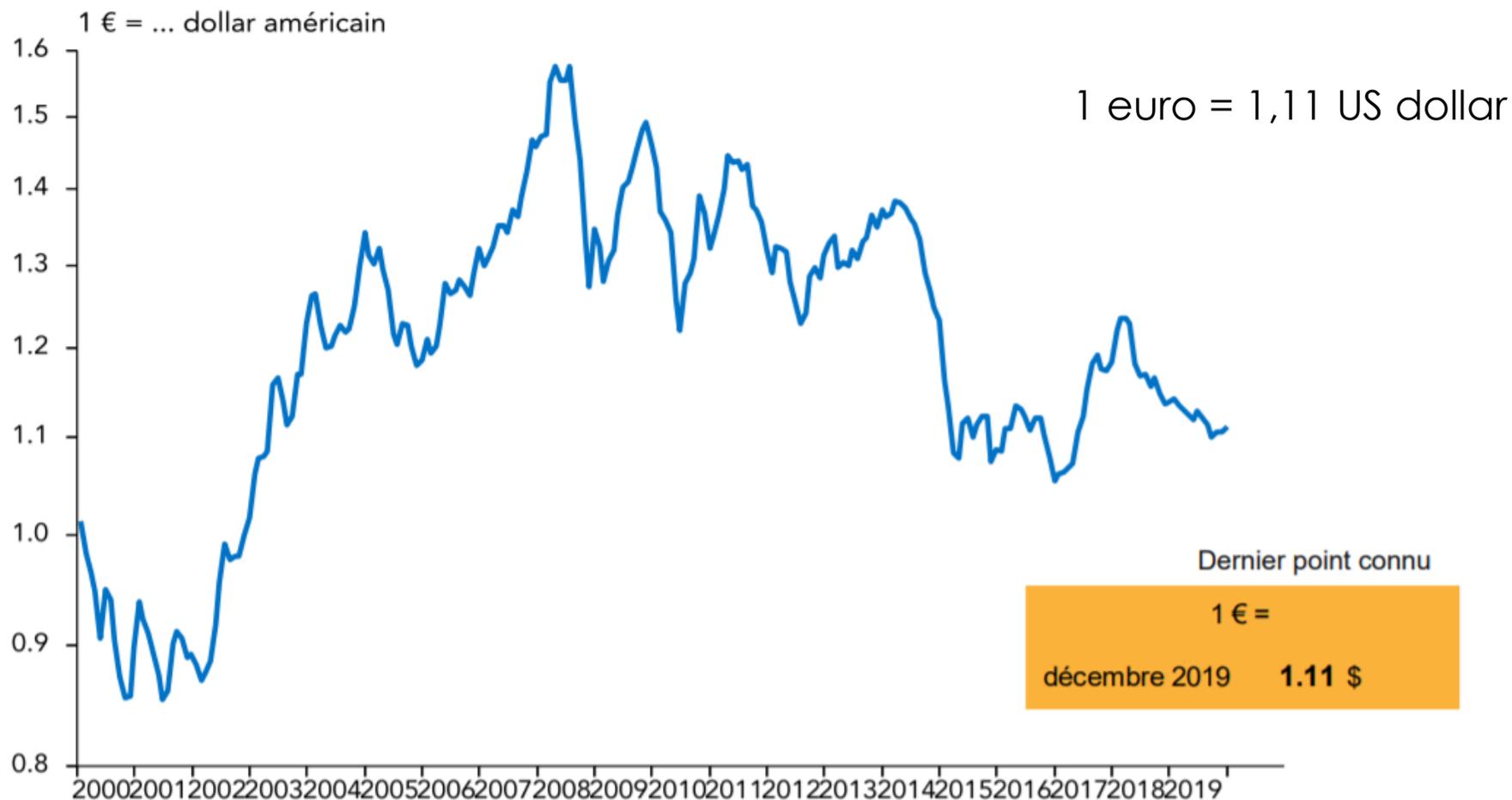
Source : Statistiques nationales, calcul Rexecode

PROCOS

FÉDÉRATION POUR LA PROMOTION DU COMMERCE SPÉCIALISÉ



Marché des changes euro/dollar



Source : ECB

PROCOS

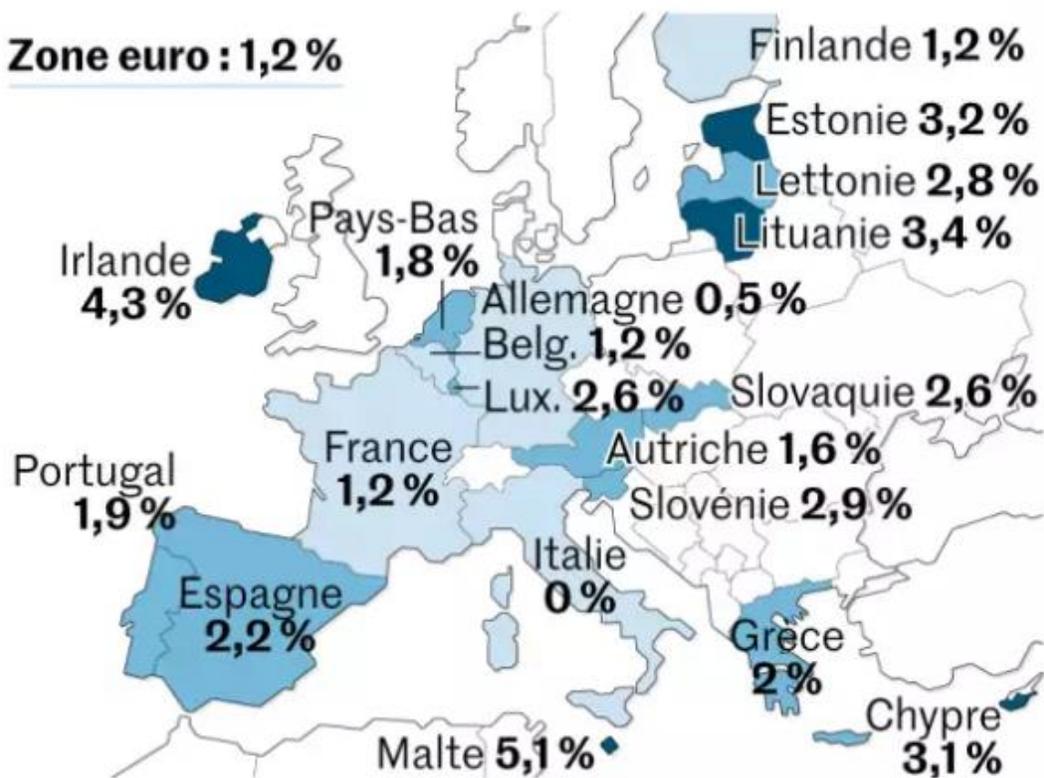
FÉDÉRATION POUR LA PROMOTION DU COMMERCE SPÉCIALISÉ

2019 : Allemagne, France, Italie et Belgique à la traîne

Croissance du PIB dans la zone euro, en 2019 en %

● De 0 à 1,5 ● De 1,5 à 3 ● Plus de 3

Zone euro : 1,2 %



Des dettes publiques toujours élevées en % du PIB

- Italie	136,0
- France	100,4
- Espagne	98,9
- Zone euro	86,4
- Allemagne	61,6
- Pays Bas	50,9

France : un contexte favorable à la consommation ?



France, selon l'Insee

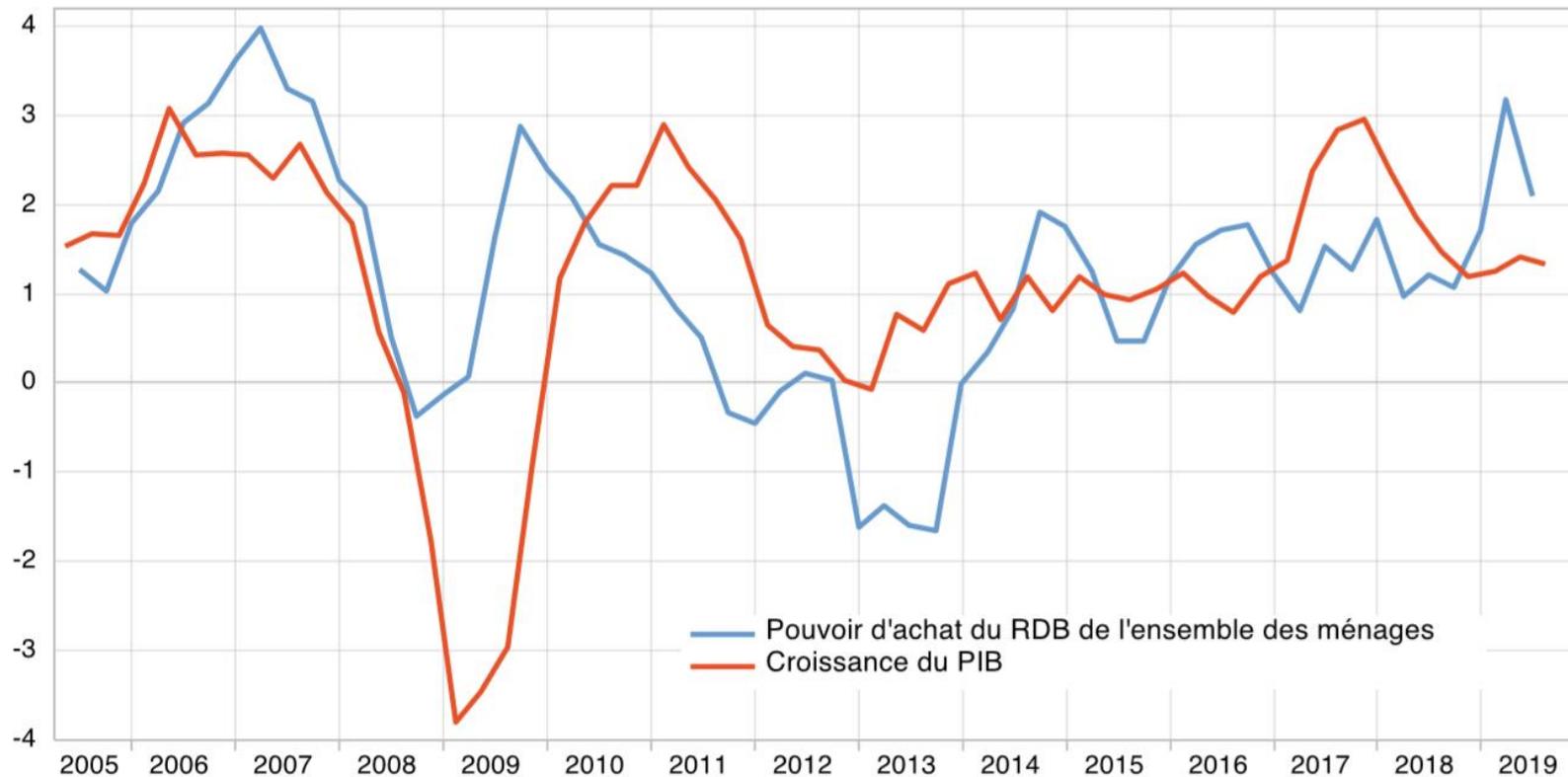
Croissance France 2019 : + 1,3 %

Hypothèse 2020 :

- Meilleure résilience que les autres pays européens
- Une croissance portée par la consommation des ménages
- La dette publique, comme les dettes privées, augmente
- Léger ralentissement de l'investissement des entreprises

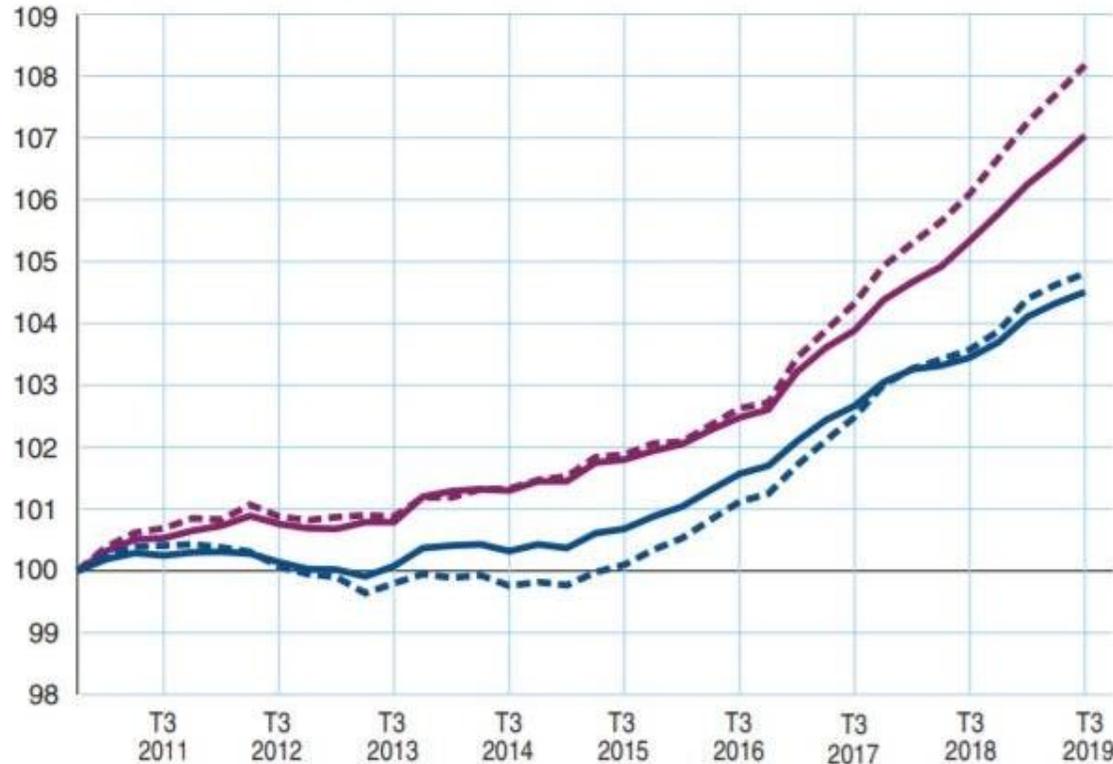
Un pouvoir d'achat qui augmente plus vite que le PIB... mais des Français qui n'en ont pas conscience

Pouvoir d'achat du revenu disponible brut des ménages



La création d'emplois devrait ralentir en 2020

Évolution de l'emploi salarié



Baisse du chômage de 2,9 % en 2019

Source : INSEE, estimations d'emploi ; estimations trimestrielles Acoff-Urssaf, Dares, INSEE

France : principales prévisions

	2018	2019	2020
PIB	1,7	1,3	1,2
Consommation des ménages	0,9	1,3	1,9
Consommation publique	0,8	1,0	0,9
Investissement	2,8	2,6	1,1
Dont :			
Ménages	2,0	0,7	0,3
Entreprises	3,9	3,3	1,4
Administrations publiques	2,4	3,6	1,0
Exportations de biens et services	3,5	2,1	2,0
Importations de biens et services	1,2	2,2	2,5
Prix de détail	1,9	1,1	1,3
Salaire mensuel de base	1,5	1,9	2,2

Pouvoir d'achat :
2019 : + 2,4 %
2020 : + 1,9 %



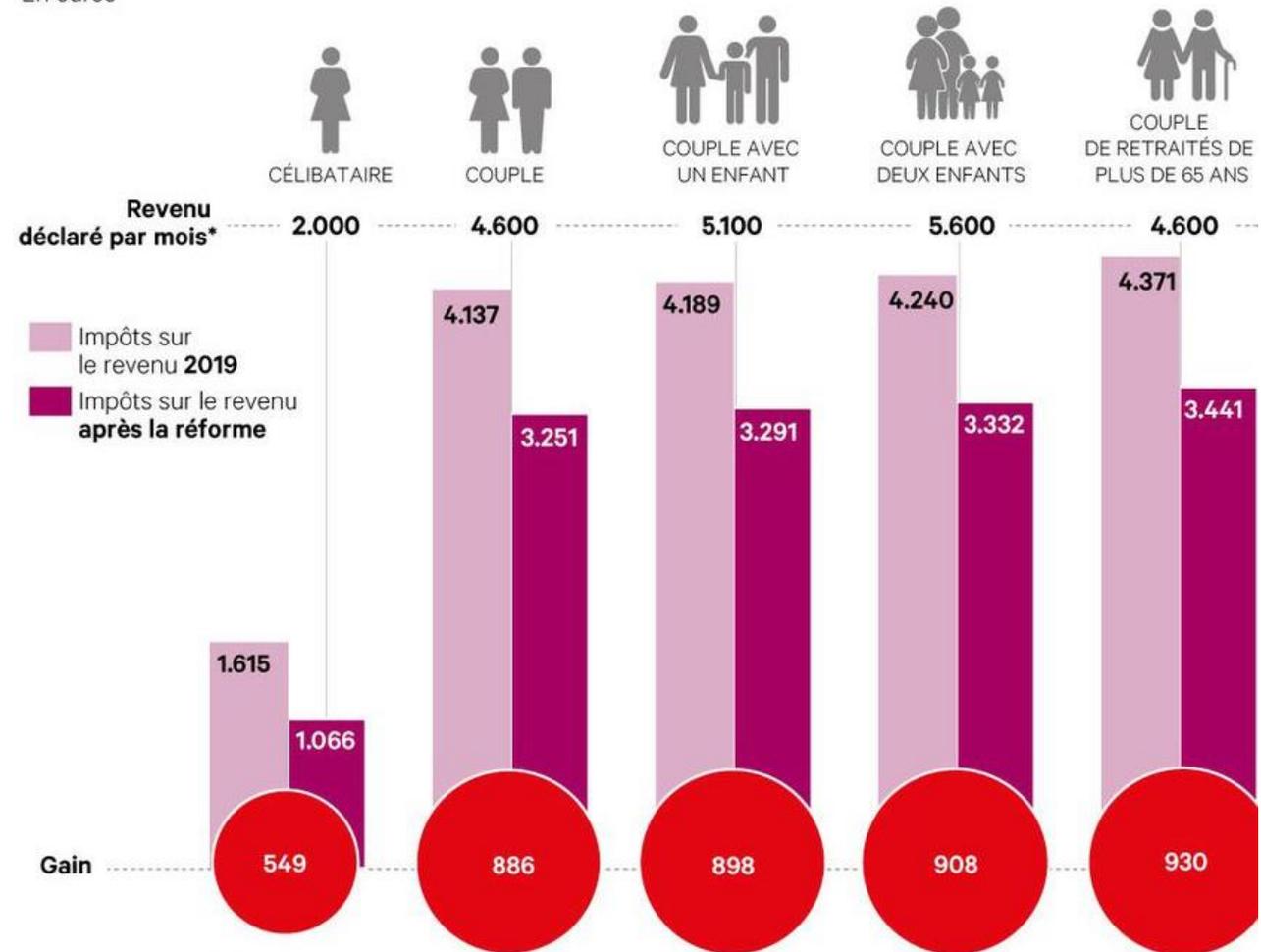
L'impôt sur le revenu en baisse de 5 mds d'€

Une baisse principalement pour 12,2 millions de ménages de la tranche 14 % (9.965 à 27.519 € de revenu par part)

Application dès janvier

Qui gagnera le plus après la réforme des impôts ?

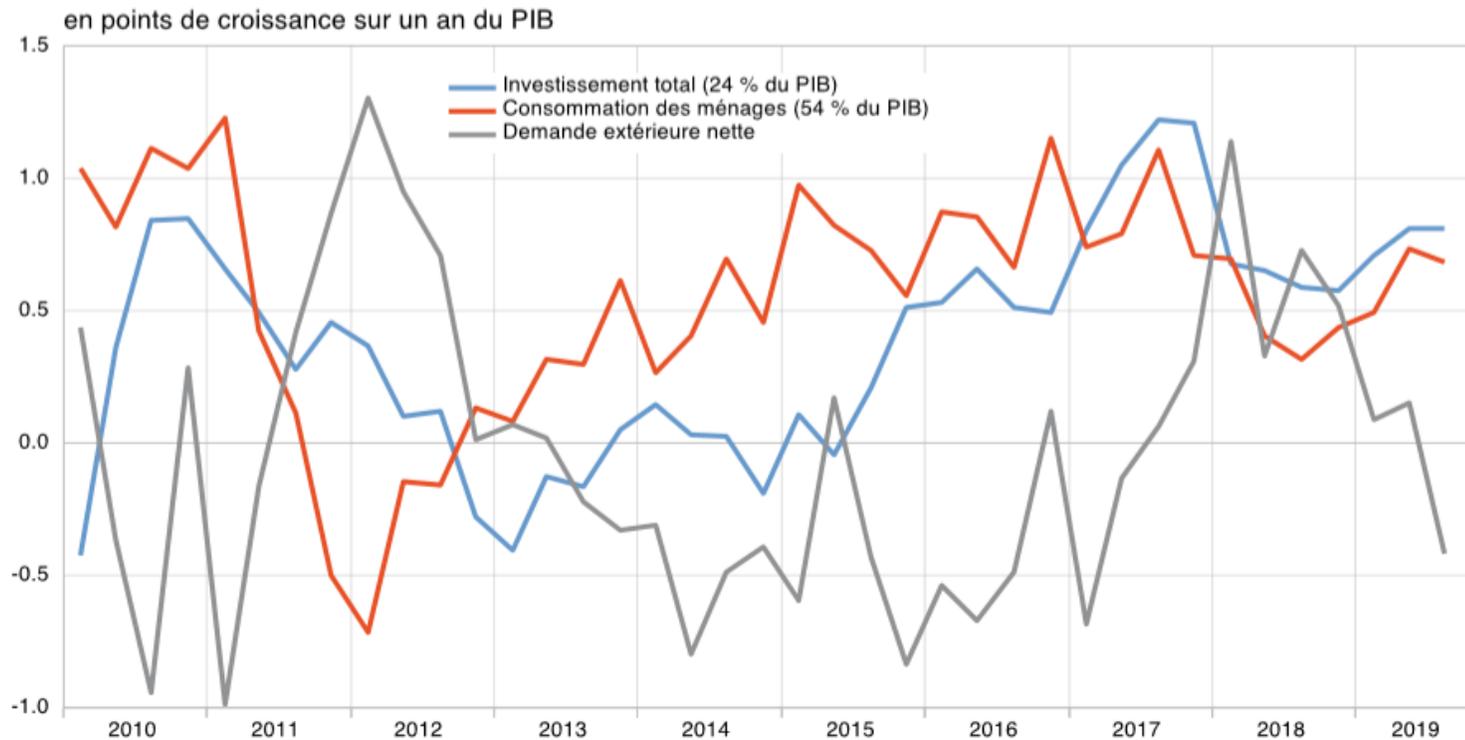
Les exemples sélectionnés sont ceux pour lesquels la baisse d'impôts est la plus forte par composition familiale. En euros



* Montant imposable du salaire ou de la pension avant déduction pour frais professionnels de 10 % ou de l'abattement de 10 % sur les pensions.

France 2020 : moins d'investissements, plus de consommation

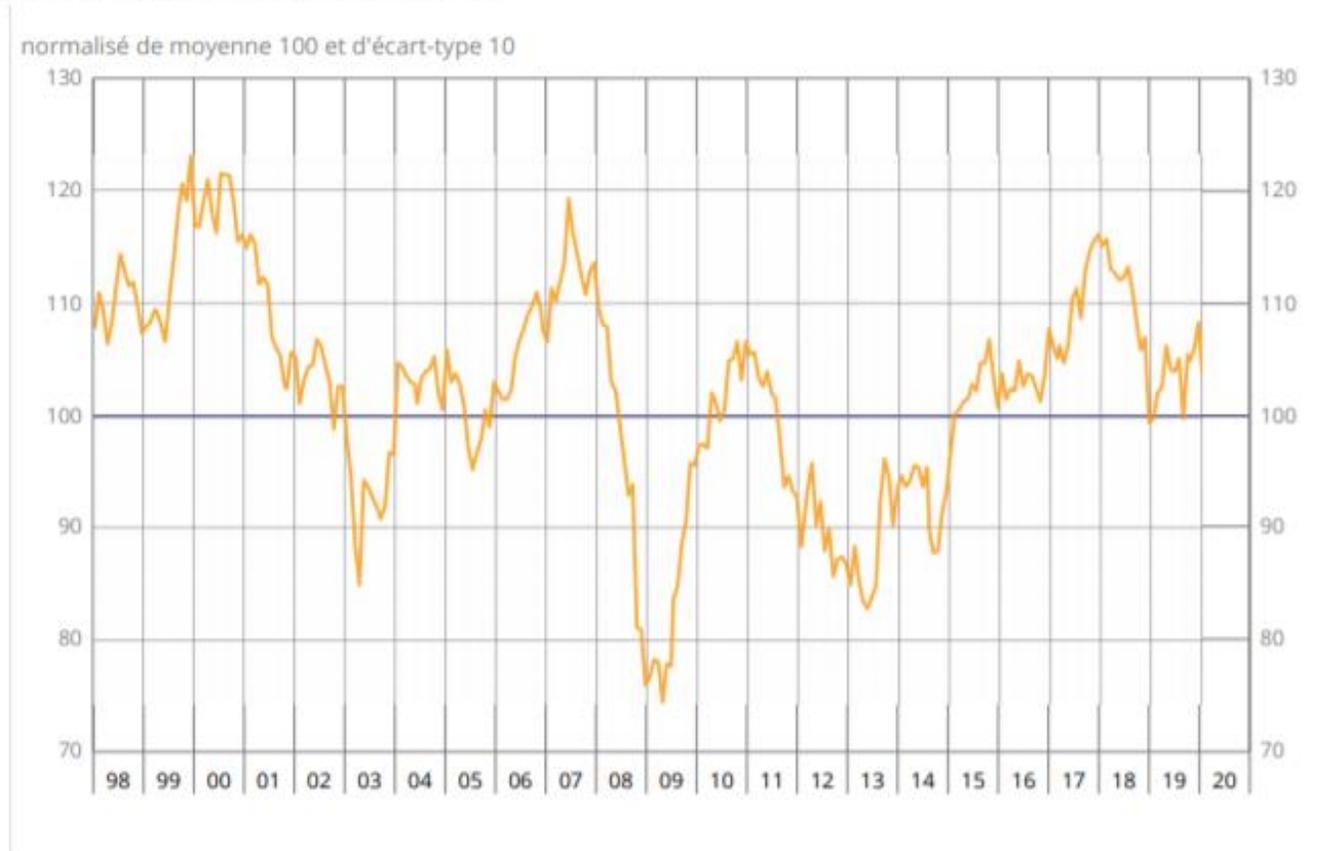
Contribution à la croissance du PIB



Source : INSEE

En janvier 2020, le climat des affaires se dégrade nettement dans le commerce

Indicateur synthétique du climat des affaires



Source : Insee

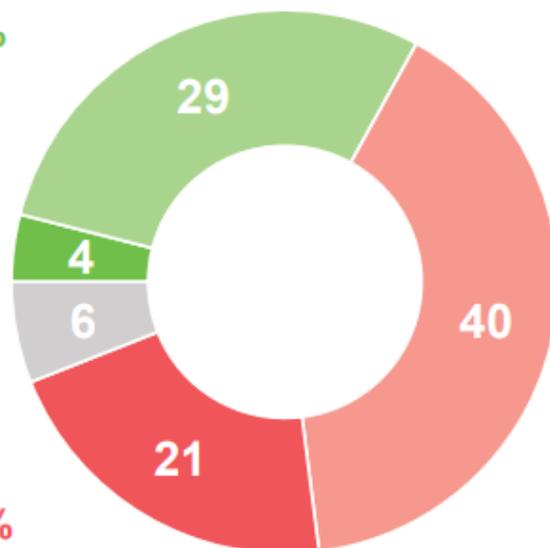
Des Français pessimistes !

Seul 1 Français sur 3 se montre optimiste pour la France en 2030

D'une manière générale, lorsque vous pensez à la France en 2030, diriez-vous que vous êtes... ?

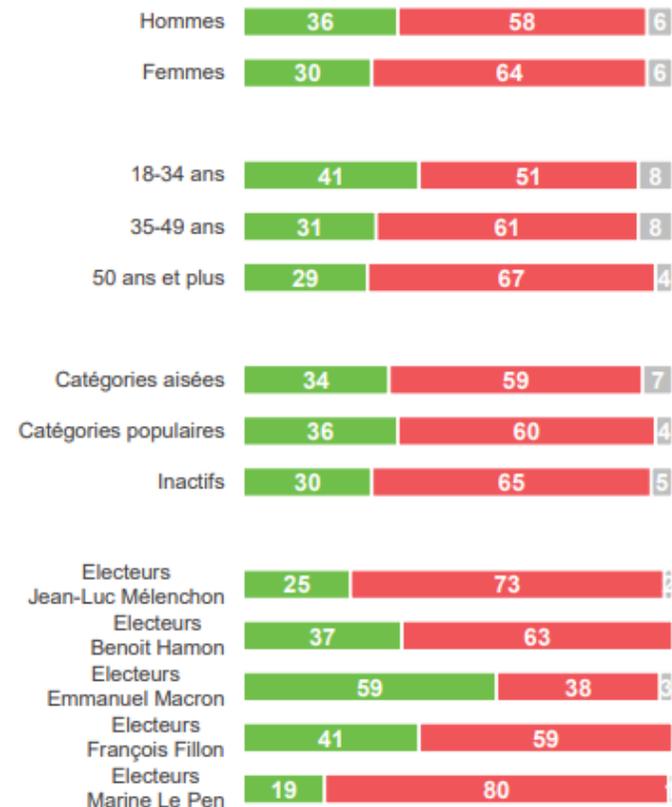
- À tous, en % -

Optimistes : 33%



Pessimistes : 61%

- Très optimiste
- Plutôt optimiste
- Ne se prononce pas
- Plutôt pessimiste
- Très pessimiste





Des indicateurs favorables mais
qu'en sera-t-il réellement ?

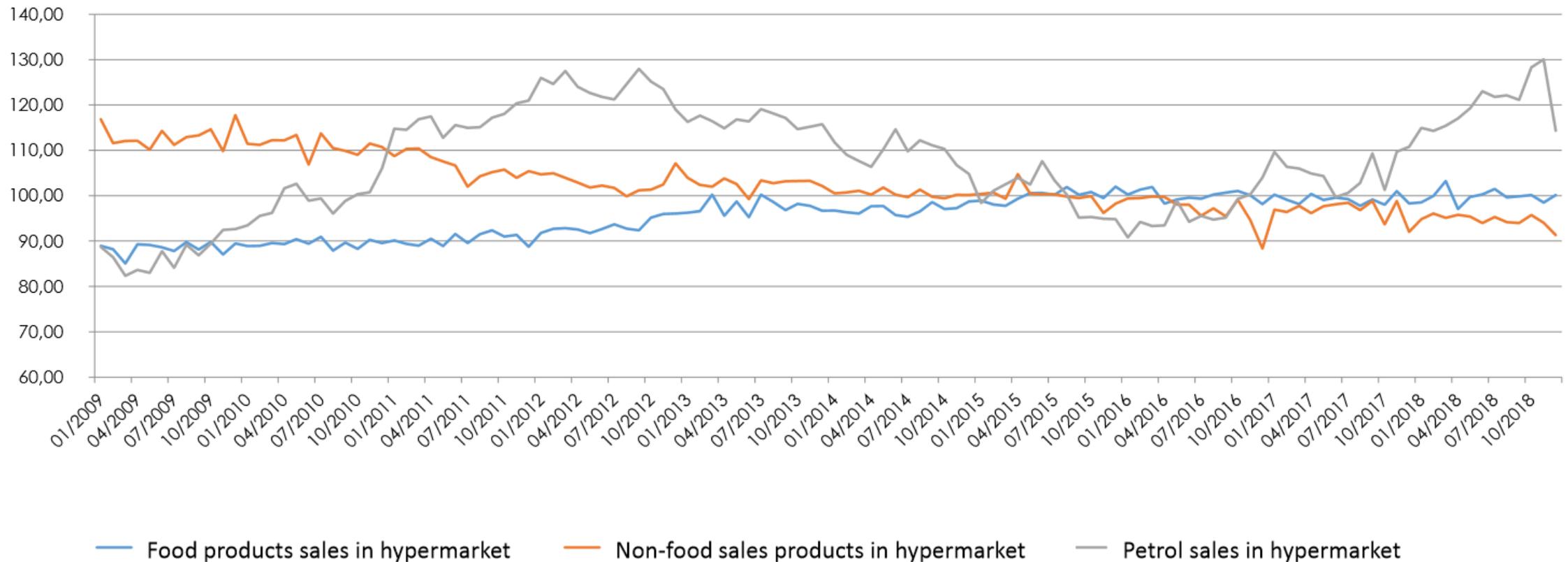


Commerce spécialisé, enjeux prioritaires



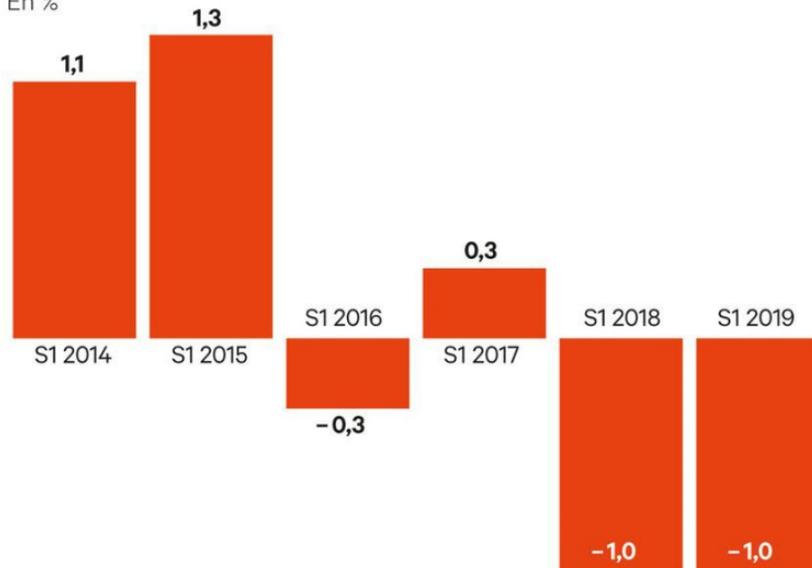
Les restructurations de l'alimentaire

Variation of hypermarkets' turnover per category (base 100 = 2015)



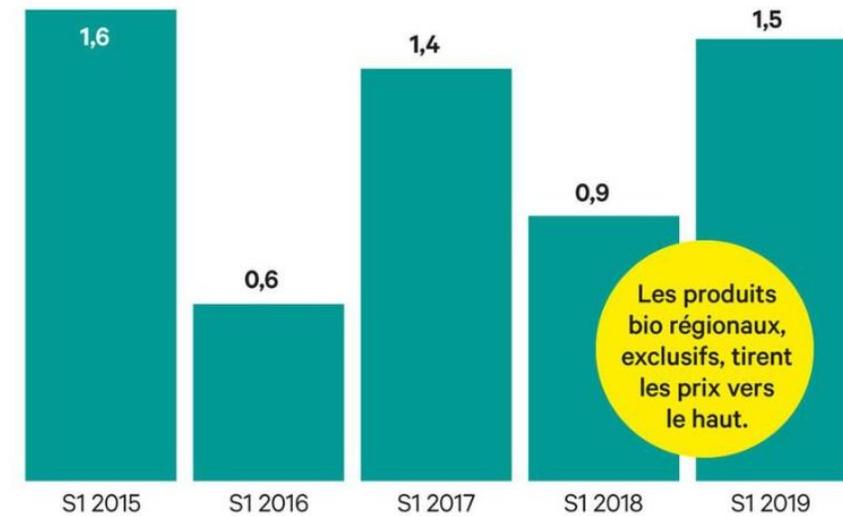
La tendance à la baisse des ventes de produits de grande consommation se poursuit...

En %



... mais le chiffre d'affaires des grandes surfaces progresse toujours

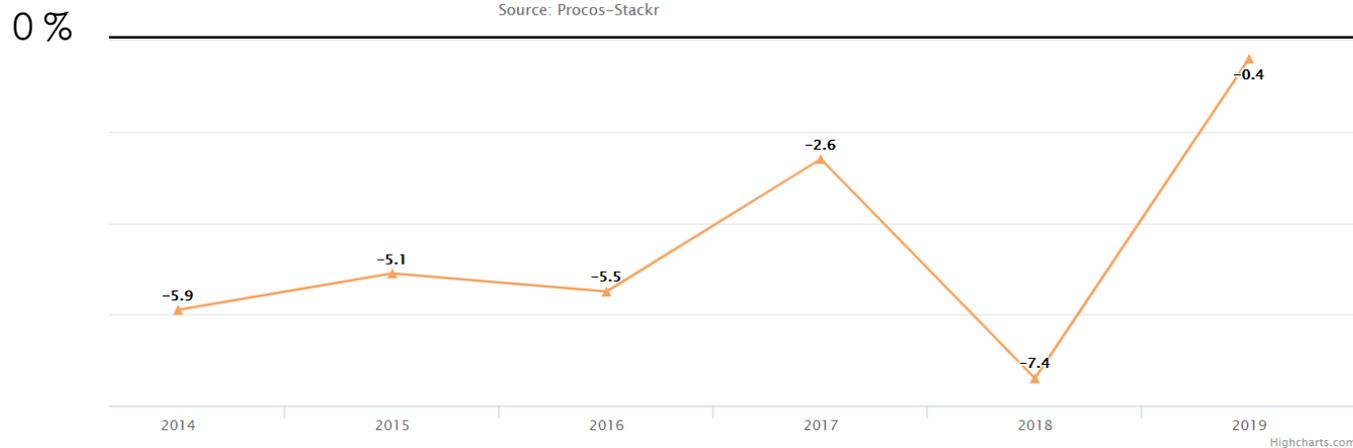
En %



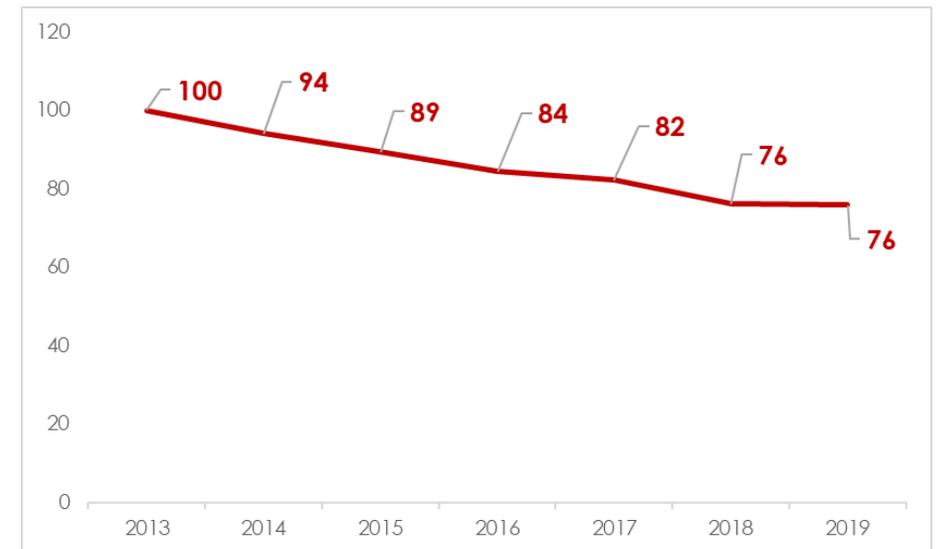
« LES ÉCHOS » / SOURCE : INFORMATION RESOURCES INC

La fréquentation des magasins en galeries marchandes continue de baisser

Évolution annuelle de la fréquentation des magasins en %



Évolution de la fréquentation annuelle des magasins en base 100 2013



Source : observatoire Procos / Stackr

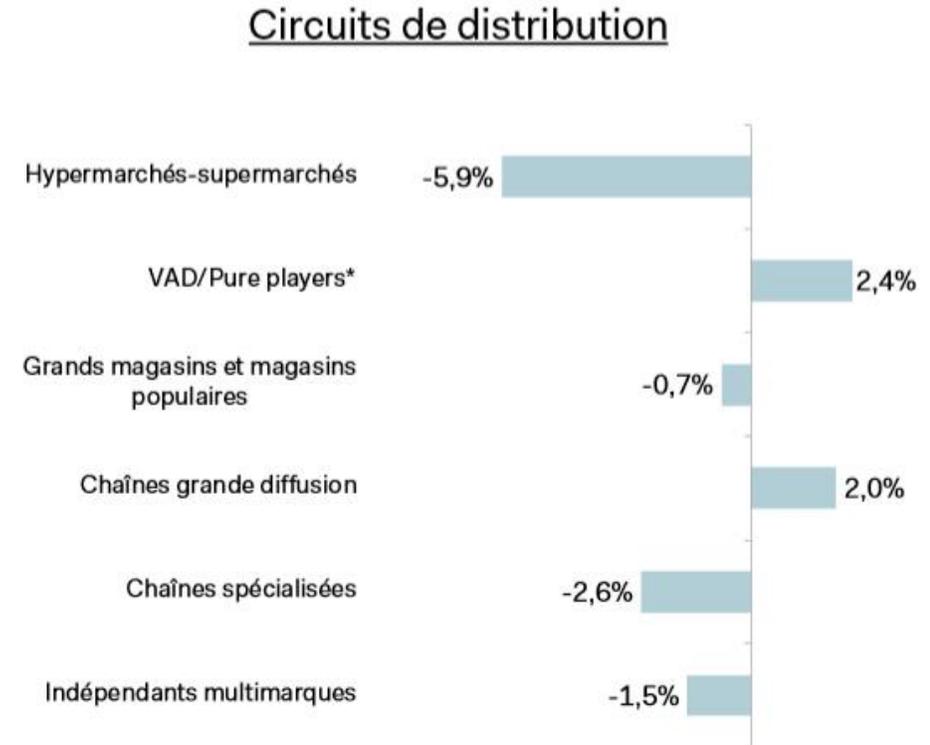
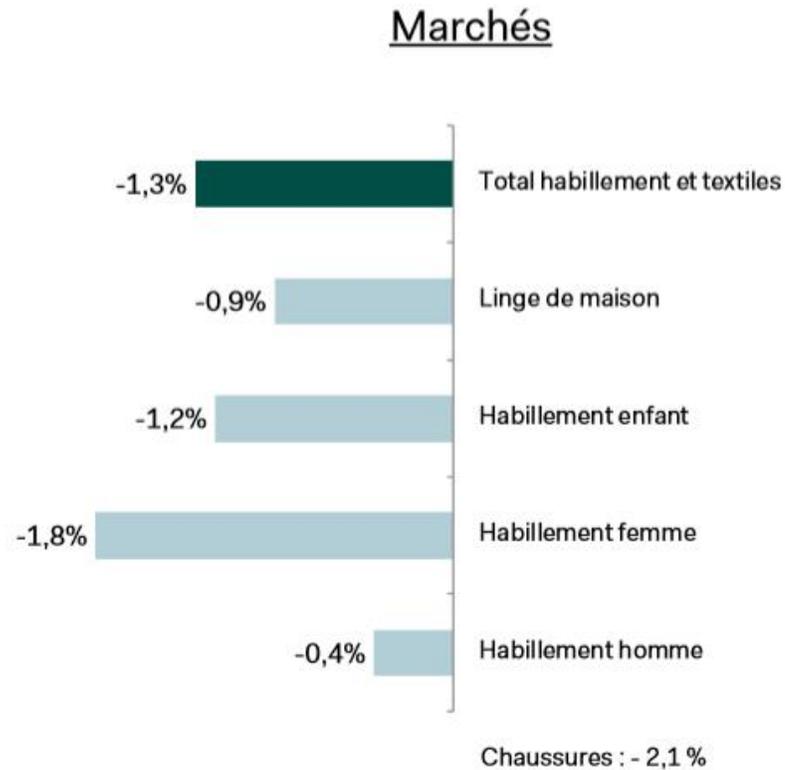
PROCOS

FÉDÉRATION POUR LA PROMOTION DU COMMERCE SPÉCIALISÉ



Habillement : des marchés en baisse, une hétérogénéité selon les circuits de distribution

Total habillement et textile ; janvier-sept. 2019/2018



Source : IFM Panel

* Source FEVAD

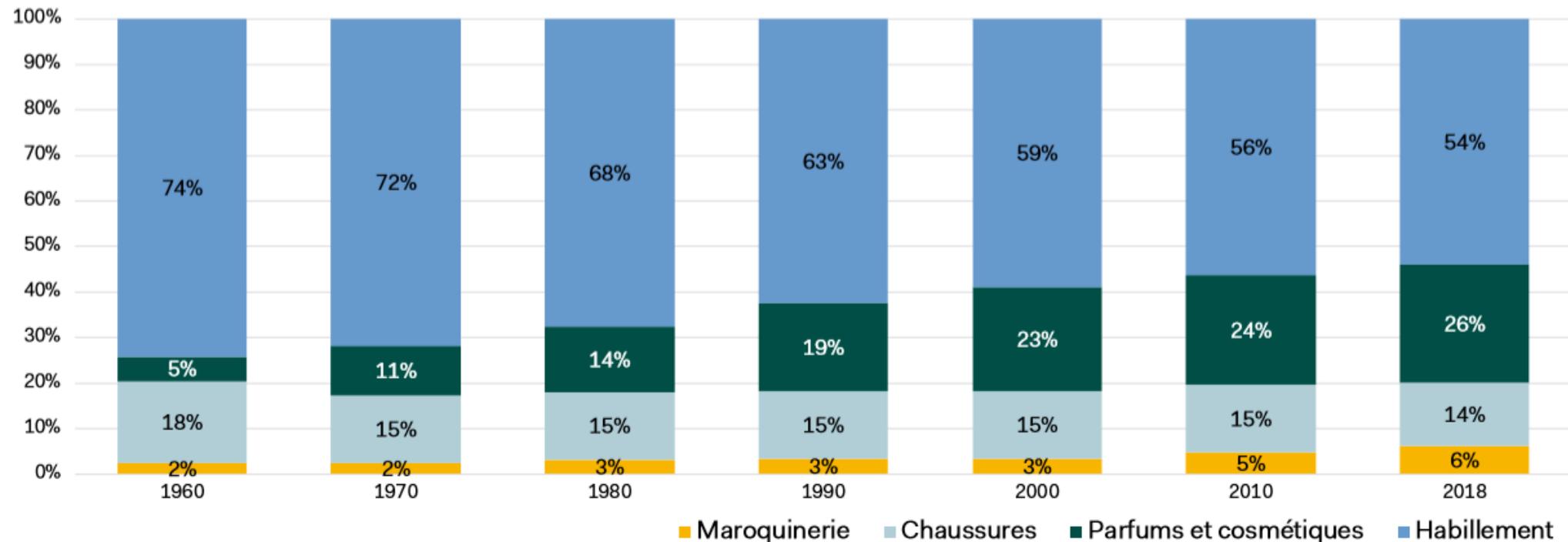
PROCOS

FÉDÉRATION POUR LA PROMOTION DU COMMERCE SPÉCIALISÉ



Répartition des dépenses de mode des ménages français depuis 1960

Diminution de la part de l'habillement, hausse des parfums et cosmétiques



Source : INSEE, Consommation effective des ménages par produit en volume

Certains secteurs du commerce spécialisé se portent bien et se développent

- Le sport
 - La restauration
 - Le discount
 - L'optique
 - L'alimentaire spécialisé
-
- L'équipement de la maison dans une moindre mesure



PROCOS

**FÉDÉRATION POUR
LA PROMOTION
DU COMMERCE
SPÉCIALISÉ**

Bilan et perspectives de l'immobilier de commerce

REPRÉSENTER | PARTAGER | S'INFORMER | PROMOUVOIR | RASSEMBLER | VALORISER | FORMER | SE FORMER | DÉVELOPPER

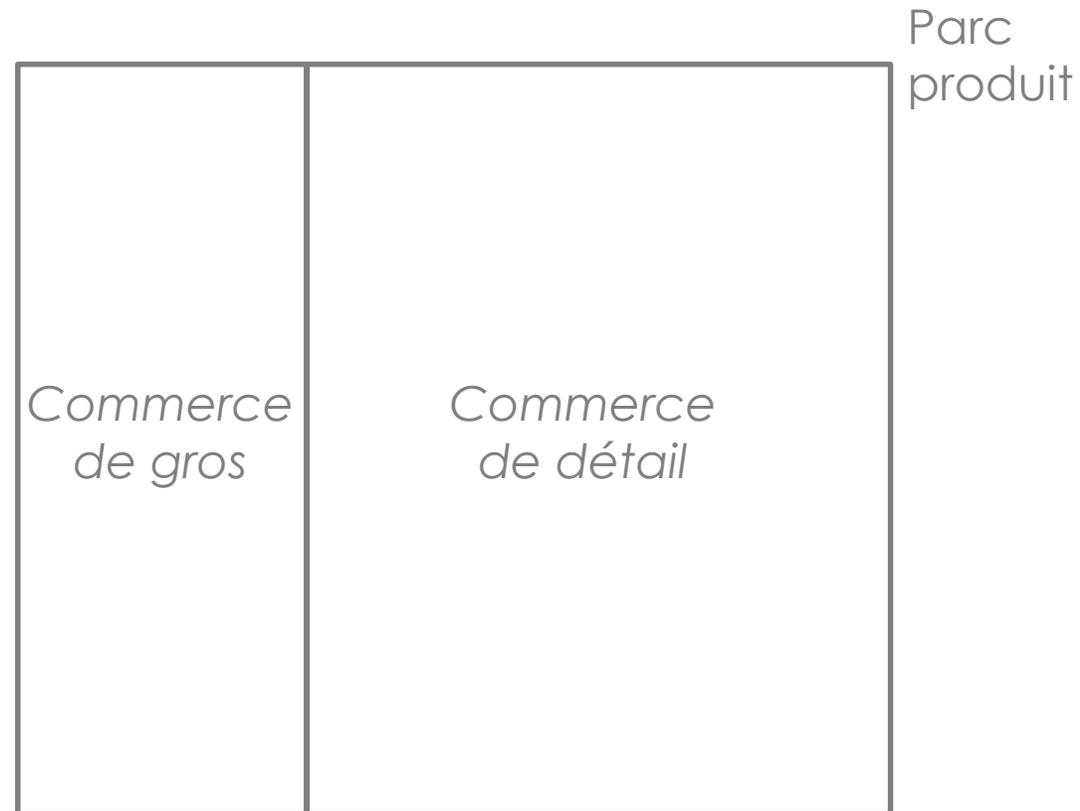
Méthodologie

Deux indicateurs

- Les permis de construire (Sitadel2)
- Les autorisations des CDAC-CNAC

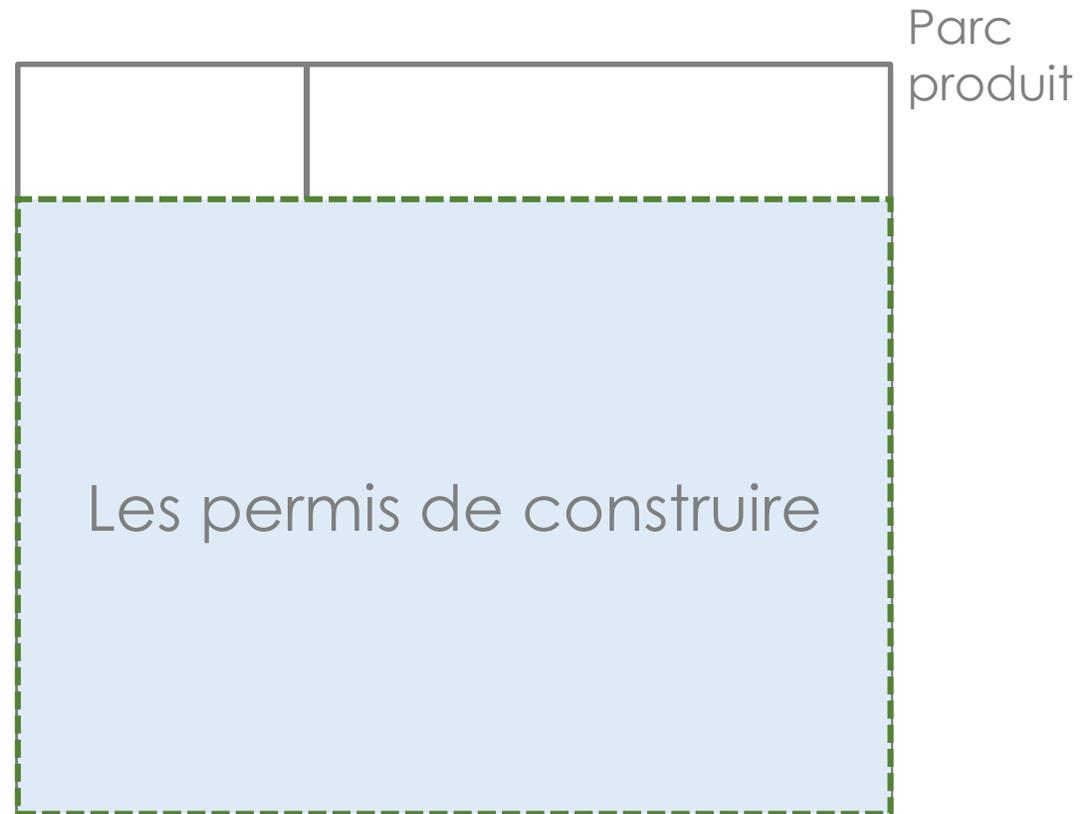
Méthodologie

Deux indicateurs



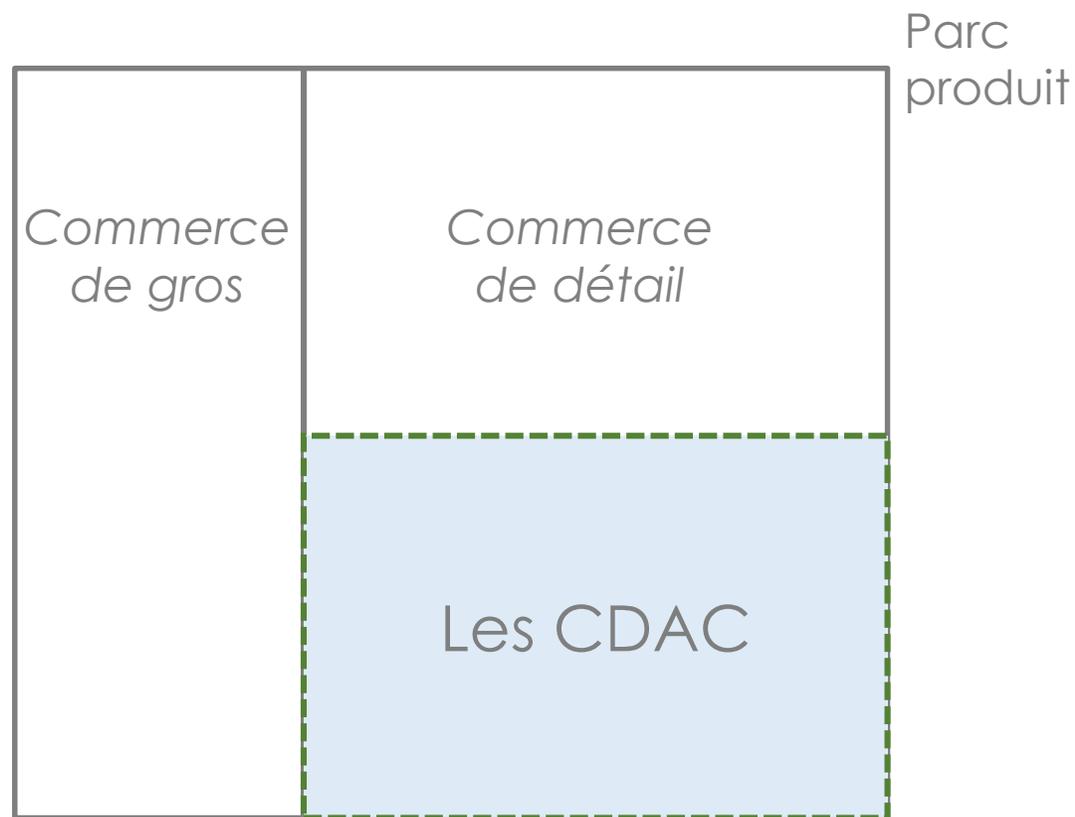
Méthodologie

Deux indicateurs



Méthodologie

Deux indicateurs



Les permis de construire

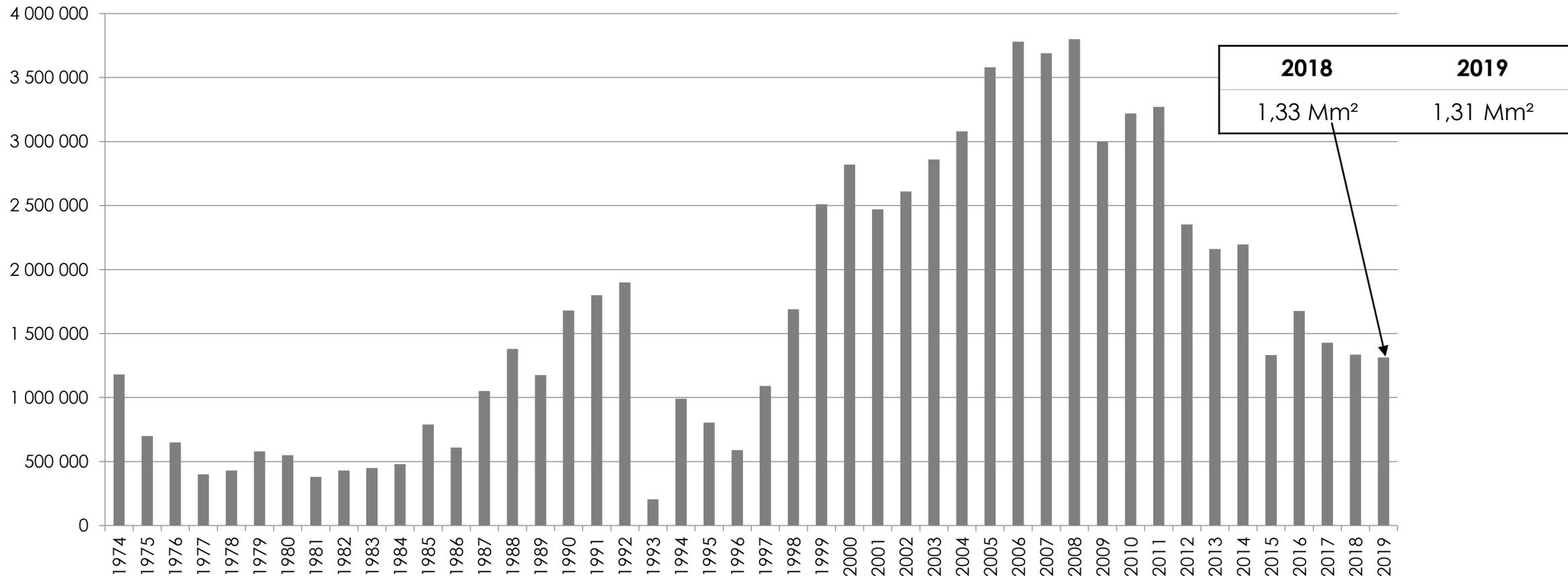
Surfaces de plancher commercial autorisées et commencées

	2016	2017	2018	2019
Surfaces autorisées*	5,2	5,5	4,2	3,9
Surfaces commencées*	3,1	3,3	3,1	2,9

* En millions de m²

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)



Les CDAC

Dossiers déposés et autorisés en CDAC Nombre de dossiers examinés en 2019 : 829

	2016	2017	2018	2019
Dossiers déposés*	2,42	1,98	1,68	1,55
Dossiers autorisés*	1,68	1,43	1,33	1,31
Taux d'autorisation	70 %	75 %	79 %	85 %

* En millions de m²



La CNAC

Dossiers examinés en CNAC

	2016	2017	2018	2019
Dossiers examinés (nbre)	243	271	238	251
<i>Dont autosaisine</i>	2	6	1	8
Taux d'autorisation	60 %	61 %	58 %	59 %

Source : CNAC.
Nombre de dossiers examinés, hors retraits et divers non-lieu



L'observatoire de l'immobilier de commerce

Le top 10 des ouvertures 2019

	Surface de vente m ² (*)	PROMOTEUR
OPEN SKY BUCHELAY	28.892	COMPAGNIE DE PHALSBOURG
EDEN 2	22.000	APSYS
KARANA	19.490	FIN. DUVAL (CFA)
PADDOCK PARIS	18.300	FIMINCO
LE GRAND CHENE	18.296	SOFILIT
SHOPPING PROMENADE ARLES	15.441	FREY
LECLERC JOUÉ-LES-TOURS	15.080	LECLERC
VESOUL OASIS 3	14.320	HURBAN
RIVES D'EUROPE	11.123	IMMO MOUSQUETAIRES
LES MONTAGNES PHASE 2	11.079	FIN. DUVAL (CFA)



L'observatoire de l'immobilier de commerce

Quelques ouvertures emblématiques en 2019



Extension Sud Cap 3000 (Nice)
Altarea-Cogedim
+ 37.946 m² (*)



Open Sky Buchelay (Mantes)
Cie de Phalsbourg
28.892 m²



Eden 2 (Servon, 77)
Apsys
22.000 m²

L'observatoire de l'immobilier de commerce

Quelques ouvertures emblématiques en 2019



Extension Crétel Soleil
Klépierre
+ 9.000 m²



Extension Vélizy 2 « Food »
URW
+ 5.000 m² GLA



Extension Carré Sénart « Food »
URW
+ 5.000 m² GLA

L'observatoire de l'immobilier de commerce

Le top 10 des ouvertures 2020

Prévision	Surface de vente m ² (*)	PROMOTEUR
STEEL	52.514	APSYS
SHOPPING PROMENADE STRASBOURG	48.553	FREY
CAP 3000 (**)	37.946	ALTAREA
SHOPPING PROMENADE CLAYE	30.023	FREY
LILLENIIUM	22.770	VICITY
NOUVELLE SAMARITAINE	21.302	LVMH
FRUNSHOPPING CARPE DIEM	20.800	DE VLIER
GINKO	18.980	BOUYGUES IMMOBILIER
OPEN SKY PLAISIR	17.577	COMPAGNIE DE PHALSBOURG
EXT. LA PART DIEU	17.000	UNIBAIL RODAMCO WESTFIELD



L'observatoire de l'immobilier de commerce

Quelques ouvertures emblématiques en 2020



Steel (Saint-Etienne)
Apsys
52.514 m²



Lillenum (Lille)
Vicinity/2IMA
22.770 m²



Shopping Promenade (Strasbourg)
Frey
48.553 m²

L'observatoire de l'immobilier de commerce

Quelques ouvertures emblématiques en 2020



Extension La Part-Dieu (Lyon)
URW
+ 17.000 m²



Ginko (Bordeaux)
Bouygues Immobilier
18.980 m²



Ateliers Gaîté (Paris)
URW
13.848 m²

Les effets attendus de la loi ELAN

- Baisse du nombre de demandes de CDAC
- CDAC : plus de complexité, augmentation des coûts pour tous projets
- Vers une meilleure gouvernance ?
- La suspension de l'instruction de projets, quel impact réel ?
- Effet d'opportunité sur les surfaces non « CDAÇables » (loisirs et restauration)
- Recentrage des demandes sur les friches ? Le centre-ville ?
- Croissance de l'hétérogénéité des règles locales d'urbanisme commercial (SCOT, DAC, PLU, ORT...)



En résumé

- Le ralentissement structurel du marché de l'immobilier commercial se confirme en 2019, un marché à maturité
- L'effet accélérateur attendu en 2019 en prévision de l'application de la loi ELAN n'a pas eu lieu
- Un développement ralenti qui se concentre sur des valeurs sûres
 - Développement des retail-parks
 - Modernisation du parc commercial via des rénovation-extension
- Des centres commerciaux qui veulent devenir des lieux de vie (centres médicaux, coworking...)
- Quelques gros projets en 2020
- Demain : des projets mixtes et des grandes surfaces de centre-ville dans les grandes villes
- Les difficultés des centres commerciaux de centre-ville posent question



Les enjeux pour Prococos

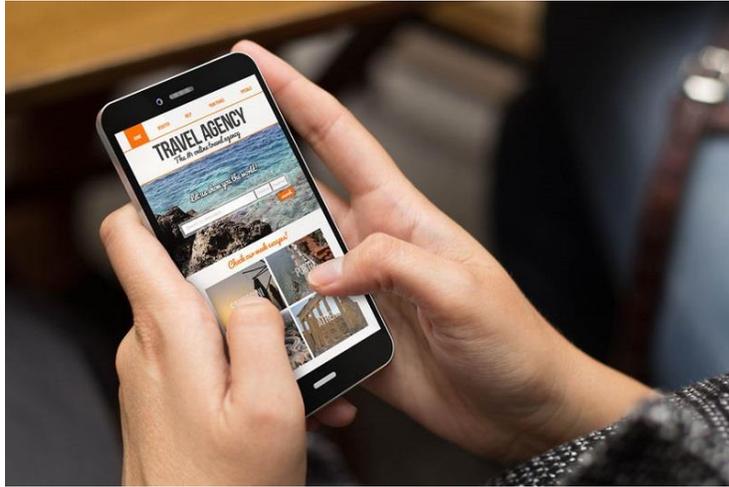


1 - Accélérer la transformation

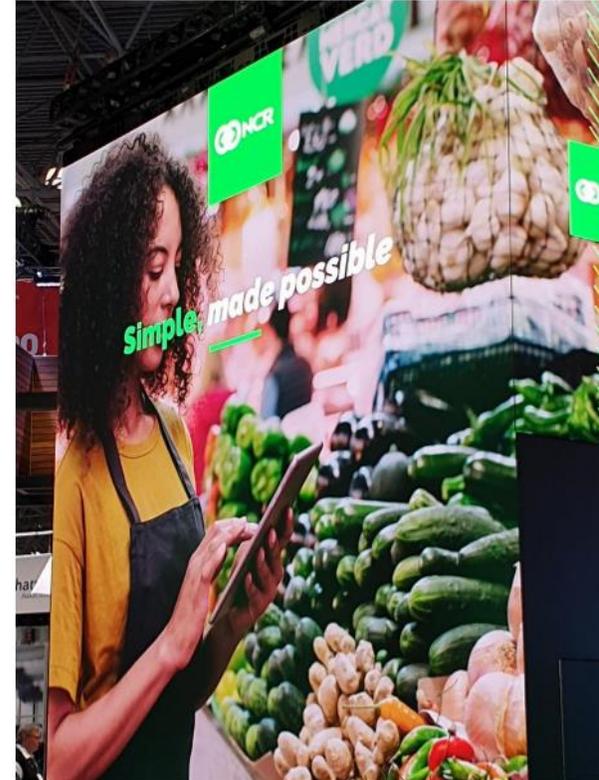
- Les enseignes innovent et sont très engagées dans des transformations profondes
- De multiples enjeux : transformation digitale, écologie, responsabilité...
 - Comment prioriser,
 - Construire les modèles économiques,
 - S'inscrire dans le temps.
- La multiplication des tests, des formats...
- Se concentrer sur les fondamentaux.



Consommateur : Le rôle central du digital et du smartphone



Simplifier ... les codes du digital



Les grandes enseignes de périphérie vers les centres-villes des grandes agglomérations



Décathlon City



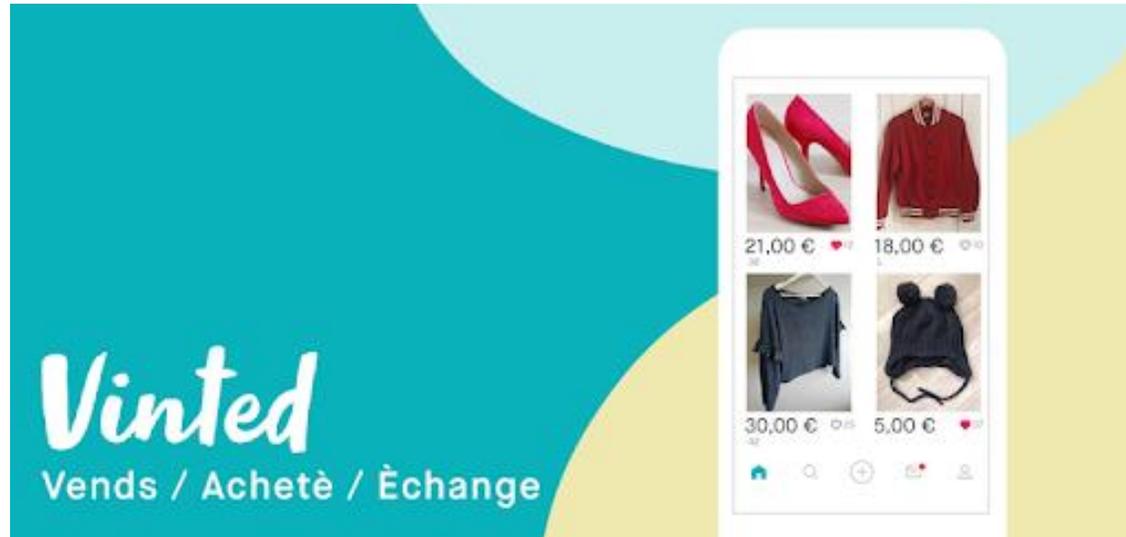
Ikea et Leroy Merlin
Madeleine

2 - Consommation responsable, RSE

- 2019 : l'accélération,
- La question d'une consommation plus responsable ?
- Les enjeux RSE au cœur de la transformation,
- Quels modèles économiques ? Quel rythme ?
 - Produits d'occasion,
 - Location, abonnement...



Produits d'occasion



Location ou abonnement vs achat



IKEA



Économie et commerce responsable

- Accélérer la mise en œuvre des démarches RSE des enseignes avec le Club Génération Responsable
- Mettre en œuvre les nouvelles obligations
- Mettre en œuvre la loi relative à « la lutte contre le gaspillage et à l'économie circulaire »
- Économie d'énergie : décret loi Elan



Au-delà de la RSE ?

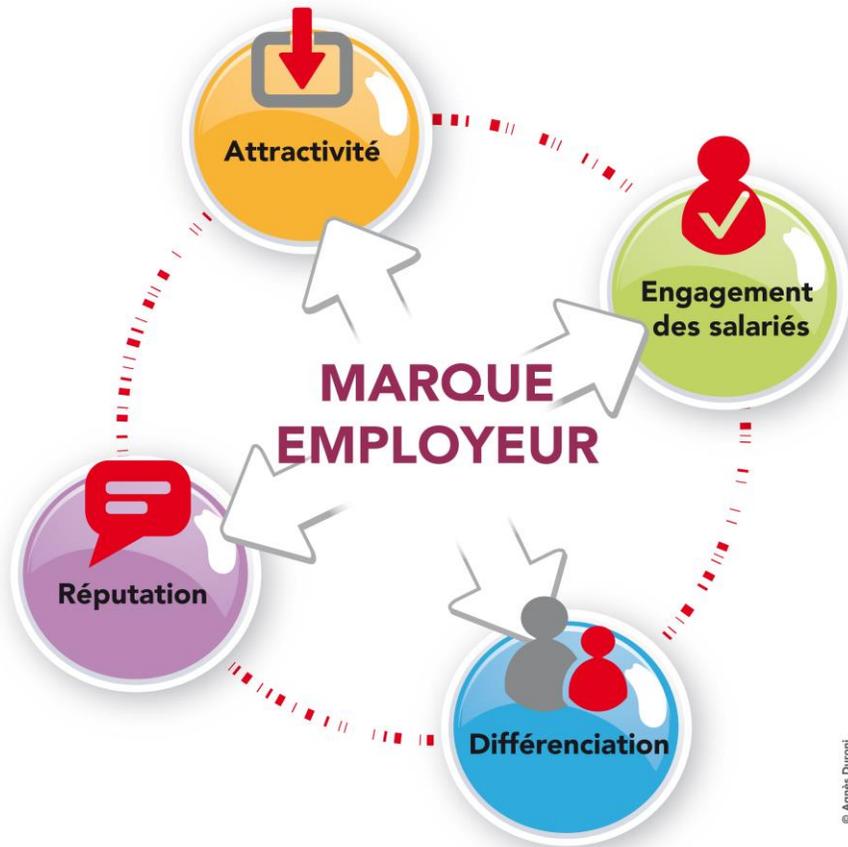
- Les impacts positifs du commerce et des acteurs
- Faire du commerce et des commerçants des acteurs vertueux et positifs pour la société et les territoires
- Le magasin dans son environnement local



Donner du sens à mes achats



Du sens pour les collaborateurs



Au-delà de la RSE : Entreprise à mission groupe Yves Rocher



« Reconnecter les gens à la nature »

« Créer un écosystème vertueux dans le berceau local du groupe »

« Plus contraignant que la raison d'être »

3 - Des femmes et des hommes au cœur des enjeux

- Facteur central de différenciation des enseignes et de l'expérience en magasin
 - Relations humaines,
 - Discours de marque,
 - Service/Personnalisation.
- L'automatisation au service de l'efficacité opérationnelle et du gain de temps pour les équipes : simplifier,
- Recruter, fidéliser... donner du sens,
- Investir dans la formation.



Le commerce spécialisé est une industrie de main-d'oeuvre

- Réduire les coûts immobiliers
 - Les effectifs ne peuvent plus être la variable d'ajustement du modèle économique
- Donner envie
- Le problème du coût du travail en France



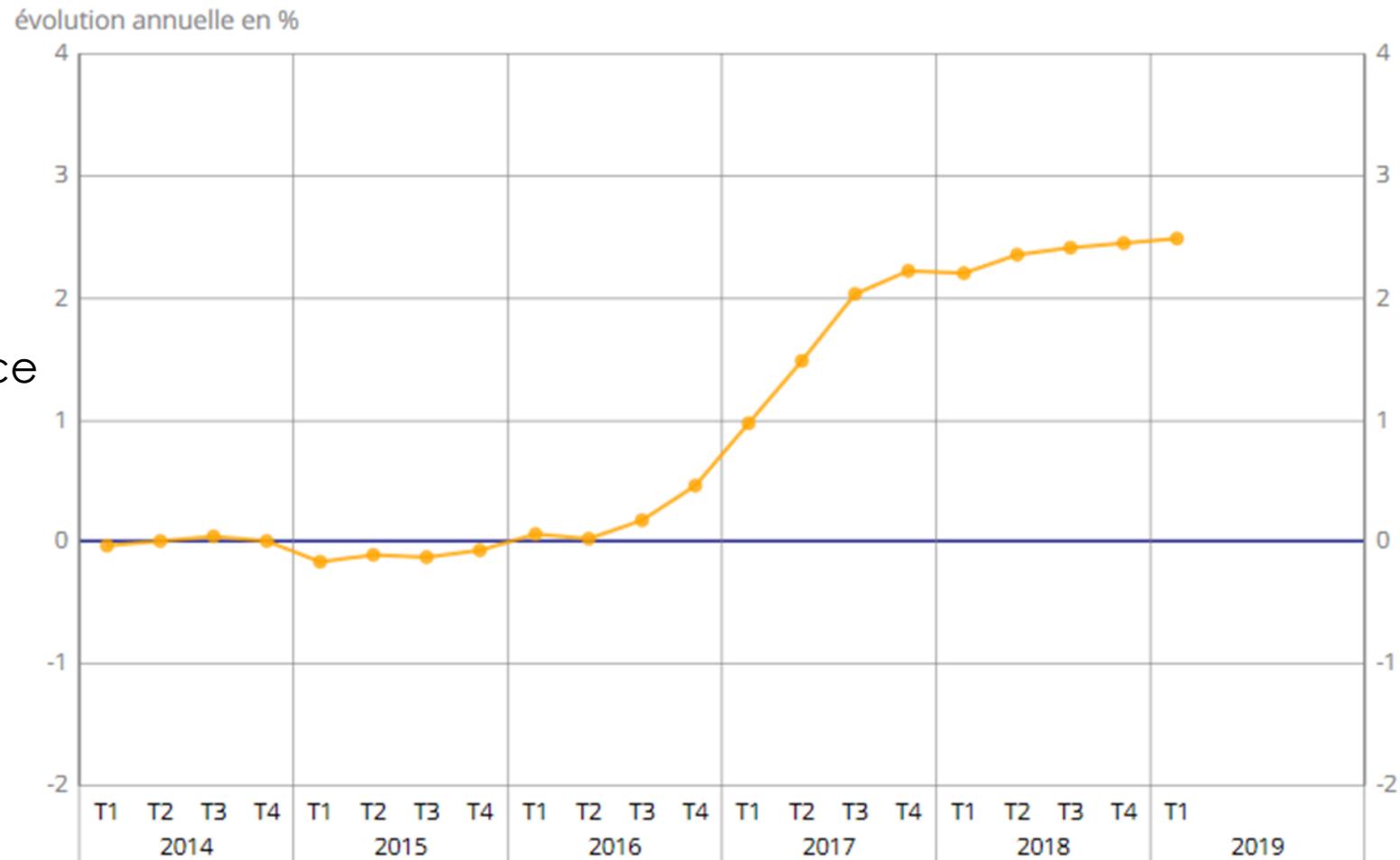
source : Eurostat, calcul Rexecode, déc. 2019

4 - Les marchés de l'immobilier

- **Côté consommateur : une réduction du disponible pour consommer**
 - Les faibles taux d'intérêt accroissent le niveau d'endettement,
 - Des loyers qui augmentent,
- Exemple des SCPI : collecte 6 milliards d'euros, taux de rendement 4,34 %
- **Immobilier commercial : des fondamentaux qui s'écartent de l'activité réelle du commerce :**
 - Indexation élevée,
 - Processus de renouvellement : encore des hausses fortes !
 - Locaux vacants appréciés comme s'ils étaient occupés,
 - Adaptation des loyers à l'activité locale réelle : un décalage dans le temps destructeur,
 - Impôt foncier à la charge du locataire.

Procos demande aux bailleurs de ne pas indexer les loyers en 2020 (et 2021)

ILC : une évolution déconnectée de l'activité du commerce



5 - Le Gouvernement doit considérer le commerce comme un secteur économique majeur pour la société de demain

- **L'intervention publique porte sur le rapport au territoire mais pas sur le soutien à la transformation des acteurs.**
 - Le regard porte sur l'industrie,
 - Le commerce est un enjeu majeur pour l'emploi ...
 - ... et pour la vie dans les territoires.
- **Dans durable, il y a durabilité économique :**
 - Adapter la fiscalité,
 - Accélérer l'innovation,
 - Fédérer l'écosystème : finance, industrie, commerce, immobilier.
- **Un objectif : apprendre des cas du retail anglais et américains et anticiper**
- **Un vrai projet pour le commerce et pour « Territoire et commerce »**

Grande-Bretagne *(center for retail research)*

Perte de 140.000 emplois en 2019 (vs 110.000 en 2018). (Prévisions pour 2020 : 171.000)

- **38.100** suite à des faillites (Debenhams, House of Fraser , Coast, Karen Millen...),
- **25.500** effets des restructurations suite à des procédures d'insolvabilité,
- **78.600** pour des programmes de réduction de coûts,
- Fermetures de magasins : **16.073** en 2019 contre **14.583** en 2018,
- Plus mauvaise année depuis 25 ans
 - Développement du web,
 - Anxiété/Brexit,
 - Augmentation des coûts des commerces, baisse de rentabilité, perte de pdm vs internet,
 - Faible croissance des dépenses des consommateurs depuis 2015.

6 - Commerce et ville, après les municipales

- **La faible visibilité des avancées du plan « Action Cœur de Ville » en matière de commerce.**
- **Loi Elan : des outils puissants à la disposition des élus :**
 - Comment concilier exigence territoriale et impératif économique ?
 - Une gouvernance à construire : quelle volonté des élus locaux ?
 - Le risque d'une opposition stérile entre ville centre et territoires périphériques,
 - L'impérative modernisation de tous les acteurs du commerce, quelle vision partagée ?

PROCOS

FÉDÉRATION POUR LA PROMOTION
DU COMMERCE SPÉCIALISÉ

SAVE THE DATE

CONFÉRENCES

Le grand rendez-vous annuel
de la fédération

2 avril 2020
10 h – 17 h



Forum
des images

Forum des images
dans le centre commercial
Forum des Halles

Place Carrée - 2 rue du Cinéma – 75001 Paris
Métro – RER : Châtelet - Les Halles

PROCOS

FÉDÉRATION POUR LA PROMOTION DU COMMERCE SPÉCIALISÉ

