

Commerce spécialisé : l'activité de mars (-27,8 %) et du premier trimestre (-16 %) très impactée alors qu'une très grande partie des magasins est toujours fermée

L'activité du commerce spécialisé pour le mois de mars 2021 ne peut être comparée à mars 2020 puisque la majeure partie des magasins non-alimentaires étaient déjà fermés l'an passé à la même période.

Nous devons donc comparer l'activité des mois de mars 2021 et 2019.

Par ailleurs, l'activité de l'alimentaire spécialisé connaît une dynamique très atypique et « artificielle » du fait que Pâques était située cette année en mars (avril pour 2019).

Sans l'alimentaire spécialisé qui bénéficie de cet impact calendaire important, l'activité du commerce spécialisé baisse en moyenne de -27,8 % par rapport à mars 2019.

Parmi les autres secteurs, seuls les magasins de l'équipement de la maison réalisent en mars 2020, un chiffre d'affaires comparable à celui de mars 2019.

Les autres activités connaissent une très forte chute par rapport à mars 2019 compte tenu de la fermeture des centres commerciaux et des magasins dans les départements sous surveillance sanitaire (**beauté-santé** : - 44,7 %, **chaussure** : - 44 %, **culture-jouet** : - 37,9 %, **habillement** : - 30,7 % et **sport** : - 26,7 %).

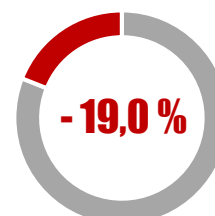
Bien entendu, les ventes internet des enseignes poursuivent leur croissance exponentielle à + 152 % en mars 2020.

L'activité du premier trimestre est également analysée par rapport à celle du premier trimestre 2019 toujours pour tenir compte du très fort taux de fermeture de points de vente non-alimentaires en mars 2020.

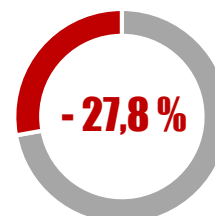
Sur l'ensemble du premier trimestre 2021, les ventes magasins sont en baisse de -16 % si l'on exclut l'activité de l'alimentaire spécialisé très impactée par le décalage de Pâques.

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

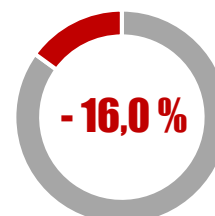
CA magasins mars 2021 vs mars 2019



CA magasins mars 2021 vs mars 2019 hors alimentaire spécialisé



CA janvier-mars 2021 vs janvier-mars 2019 hors alimentaire spécialisé



Source : panel Procos

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

Le détail de l'activité du trimestre par secteur montre combien le début d'année 2021 est très préoccupant pour les enseignes de la plupart des secteurs du commerce spécialisé.

Si l'équipement de la maison, dans la droite ligne de 2020, a poursuivi sa dynamique (+ 11,4 % au premier trimestre), l'activité des autres secteurs est en très forte baisse par rapport à 2019 (chaussure : - 32,1 %, beauté-santé : - 27,9 %, habillement : - 20,4 %, sport : - 19,3 % et culture jouet : - 17,8 %).

Le web, quant à lui, connaît une croissance sur le trimestre de + 78 %.

Alors qu'un nouveau confinement a commencé le 3 avril pour la durée d'un mois, une grande partie des secteurs du commerce spécialisé vit une activité très dégradée depuis janvier 2021. Après une année 2020 compliquée, l'activité est toujours aussi affectée par les mesures sanitaires prises par le gouvernement. Les magasins en centres commerciaux sont fermés depuis début février. A fin avril, cela fera trois mois de fermeture. Une situation pire que celle connue en 2020.

Fin avril, il faudra encore ajouter un mois sans aucun chiffre d'affaires pour tous les magasins fermés.

Pour les réseaux, un début d'année encore plus dégradés que l'an passé avec des risques qui augmentent chaque jour compte tenu des impacts sur la trésorerie, l'augmentation des stocks, la suppression des investissements.

Seul espoir de réduire les conséquences durables et une situation dramatique sur les fermetures de points de vente et l'emploi :

- verser les aides le plus vite possible et à hauteur des engagements pris par le gouvernement.
- ouvrir tous les magasins avant mi-mai ; aucune aide ne sera jamais suffisante pour compenser les conséquences d'une fermeture administrative durable.

(*) 80 enseignes interrogées sur leur performance en France