

## Commerce spécialisé : un mois d'août en demi-teinte (- 2,3 %), de forts enjeux sur la fin d'année

En août, l'activité des magasins du commerce spécialisé a connu une baisse de - 2,7 % par rapport à août 2019 et - 2,3 % comparée à 2020 (\*).

Après un mois de juillet en hausse (+ 2,5 % vs juillet 2020), l'activité moyenne des secteurs du commerce spécialisé au mois d'août a été pénalisée par une météo médiocre dans la partie nord de la France et par la mise en place du pass sanitaire dans certains magasins de centres commerciaux et grands magasins. **L'impact du pass sanitaire est en moyenne de - 15,4 % sur le chiffre d'affaires par rapport aux autres magasins des réseaux.** Heureusement, le gouvernement a décidé de supprimer l'application du pass en dessous d'un taux d'incidence départemental durablement sous la barre des 200 pour 100.000 habitants.

**La période a été défavorable à la fréquentation des centres commerciaux** (- 14 % sur les trois dernières semaines d'août comparativement à 2020 (\*\*)) alors que la fréquentation des centres-villes s'est accrue de + 5 % pendant la même période, un écart de vingt points.

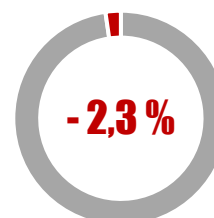
**Les différences entre les secteurs sont très significatives.** Contrairement aux mois précédents, l'équipement de la maison marque nettement le pas dans sa dynamique post-confinement (- 5,4 % par rapport à août 2020). Le contrecoup d'un mois d'août 2020 qui avait été bon.

Les magasins du secteur textile du panel Procos réalisent un mois d'août en négatif important par rapport à août 2020 (- 6 %), de même que ceux de la beauté-santé (- 2,8 %).

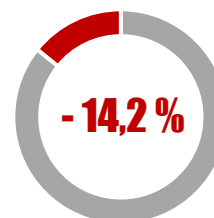
L'alimentaire spécialisé (+12,3 %) et dans une moindre mesure les secteurs culture-jeux-jouets (+ 2,4 %) ont connu un mois d'août dynamique en magasins.

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

Évolution du CA magasins du commerce spécialisé du 1<sup>er</sup> au 31 août 2021 vs 2020



Évolution du CA magasins du commerce spécialisé du 1<sup>er</sup> au 31 août 2021 vs 2019



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

**Depuis la réouverture des points de vente, la croissance des ventes web des enseignes s'est fortement amoindrie.** Elles restent en croissance de + 15,3 % par rapport à celles d'août 2020, principalement le résultat de la multiplication par deux en un an dans l'alimentaire spécialisé. Mais l'évolution est plus lente dans les autres secteurs (+ 1,5 % pour le textile et + 10 % pour la maison) voire en régression (- 5,8 % dans le secteur beauté-santé) par rapport à août 2020.

**Au total sur les neuf premiers mois de 2021, le cumul des ventes magasins est légèrement au-dessus du chiffre de 2020 (+ 10 %) mais reste très en recul par rapport à la même période en 2019 (- 14,2 %)** avec un bilan disparate selon les secteurs : textile (- 18,6 %), beauté-santé (- 28 %), culture-jeux-jouet (- 18 %) alors que la période est positive pour l'équipement de la maison (+ 5,1 %). Des secteurs qui subissent les conséquences des longues fermetures du premier semestre et ne connaissent pas de phénomène de rattrapage suffisant.

**Les enjeux du dernier trimestre sont évidemment importants.** En 2020, novembre a donné lieu à un confinement avec un impact très lourd sur le commerce. Espérons que le niveau de vaccination des prochaines semaines permettra d'éviter tout impact important sur la liberté de fréquentation des lieux de vente et des magasins. **Ce qui suppose la suppression dès que possible du pass sanitaire à l'entrée de tous les centres commerciaux.** Pour certains lieux de commerce, Paris en particulier et les grands centres commerciaux, la période sera fondamentale tant la fréquentation y est impactée depuis un an. Par ailleurs, le poids de la fin d'année est très fort dans certains secteurs (jouets, alimentaire spécialisé...). Mais, deux difficultés peuvent également perturber la consommation et le commerce : celle qui porte sur l'approvisionnement, donc les risques de ruptures de certains produits et une période pré-présidentielle souvent peu favorable à la consommation des ménages.

*(\*) 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...)*