

# Le commerce spécialisé toujours en retrait par rapport à 2019 ; la fréquentation des magasins et les transformations du commerce au cœur des préoccupations

Procos a dressé le bilan de l'activité du commerce spécialisé en 2021 et des principaux enjeux pour 2022 lors de sa conférence de presse du 2 février.

**Une année 2021 meilleure que 2020 (+ 11,4 % pour les magasins du commerce spécialisé) mais une activité en magasins très en retrait par rapport à 2019 (- 8,7 % en moyenne pour le commerce spécialisé) surtout pour les secteurs de l'équipement de la personne** (habillement : - 12,5 %, chaussure : - 20,3 %, beauté-Santé (- 14,4 %) et les commerces de flux (cadeaux...). A l'inverse, l'équipement de la maison (+ 11,4 %), l'alimentaire spécialisé (+ 3,9 %) et le sport profitent toujours de l'appétence des Français pour leur habitat et le « faire soi-même » à la maison (cuisine, sport...).

**La croissance des ventes web des enseignes s'est poursuivi en 2021 par rapport à 2020 (+ 14,8 % sur l'année en moyenne) mais beaucoup moins que l'an passé (+ 80 % en 2020 vs 2019)** mais a retrouvé un taux de croissance similaire à l'avant Covid. Notons que si l'équipement de la personne constate une forte croissance de ses ventes web (+ 26,7 % pour l'habillement, + 25,6 % pour la chaussure), certains secteurs voient leurs ventes web pour la première fois en 2021, très contactées (- 9,7 % pour l'alimentaire spécialisé et - 2,2 % pour la beauté-santé).

**Une baisse de la fréquentation des magasins préoccupante et qui s'accélère.** Une vie sociale réduite et les mesures sanitaires ont continué d'impacter fortement la fréquentation et l'activité des magasins (longue fermeture au premier semestre, télétravail obligatoire, pass sanitaire cet été...).

Si la baisse de fréquentation des magasins est une tendance lourde depuis de nombreuses années, la Covid a fortement accéléré le processus. La Covid a restreint la mobilité des Français et leur vie sociale. Le télétravail s'est imposé, même si son usage après Covid n'est pas encore totalement appréhendé, avec un rythme plus ou moins définitif générant une rupture dans les flux domicile/travail et dans l'activité des lieux de commerce les plus dépendants des bureaux et de la fréquentation des transports collectifs (gares ...).

**Par rapport à 2019, les baisses de fréquentation des magasins sont très fortes dans tous les lieux de commerce, centres-villes et centres commerciaux.** Elles sont comprises entre - 15 % et - 20 % selon les mois.

### Contacts presse :

**Emmanuel LE ROCH, Délégué Général** - emmanuel.le.roch@procos.org – 06.07.21.57.02

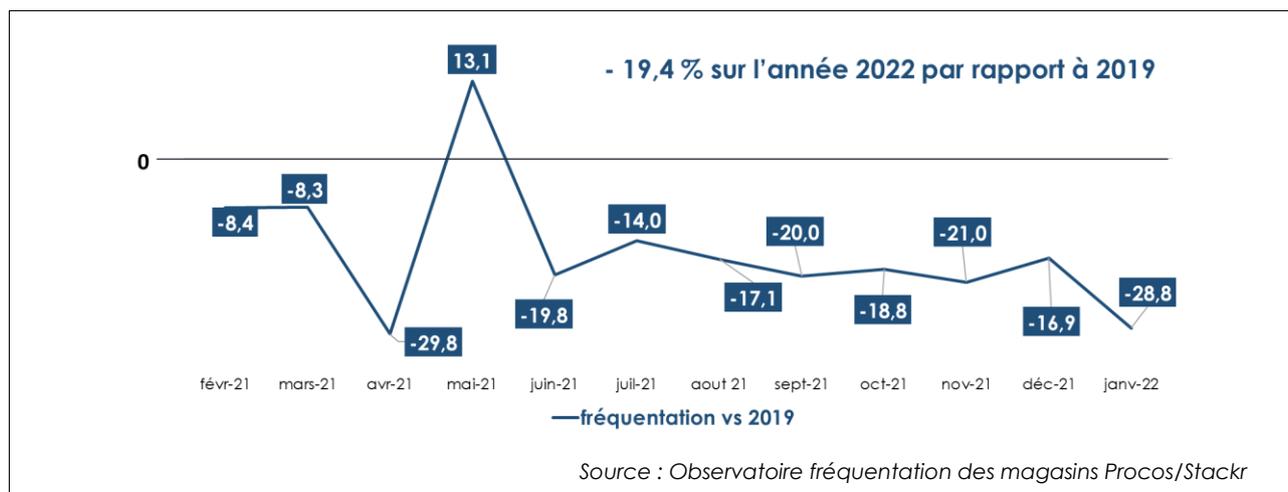
**Sophie MADIGNIER, Directrice Marketing** - sophie.madignier@procos.org

31, rue du 4 septembre - 75002 Paris - Tél. : 01 44 88 95 60

club@procos.org ■ www.prococos.org

## Une fréquentation des magasins en 2021 toujours très loin de celle de 2019

Fréquentation des magasins par mois vs N-1 et vs 2019



**En janvier 2022, cette baisse s'est accélérée du fait du télétravail obligatoire et des craintes concernant la contagiosité du virus (- 28 % par rapport à janvier 2019) (\*\*).** Les plus grands centres commerciaux décrochent encore davantage. Les zones de chalandise moyenne sont celles dans lesquelles la fréquentation des magasins souffre le moins (100 000 à 200 000 habitants) suivies par les petites zones (moins de 100 000), les magasins souffrant le plus de cette baisse sont situés dans plus grands bassins de vie et métropoles (1 à 2,5 millions d'habitants).

**En janvier 2022, l'activité du commerce spécialisé reste très impactée par la Covid. Le chiffre d'affaires des magasins (\*) est égal à celui de janvier 2021 mais reste en retrait à - 11 % par rapport à janvier 2019** (- 14 % pour l'habillement, - 32 % pour la chaussure). Le début des soldes est mauvais pour une majorité de commerçants.

Souhaitons que la fin du télétravail redonne une dynamique mais les incertitudes et inquiétudes pour le premier semestre sont nombreuses :

- **sur la consommation** : impact des problèmes sanitaires, hausse des prix qui influencera le pouvoir d'achat des Français, élections présidentielles rarement favorables aux dépenses des ménages,
- **sur les coûts d'exploitation en forte hausse** : achat produits, énergie, coûts salariaux, loyers...), le semestre sera marqué par une contraction des marges.

2021 a marqué un rebond d'activité par rapport à 2020. 2022 sera-t-elle l'année d'un retour à l'activité de 2019, en particulier pour l'équipement de la personne au sens large, la restauration ? Au premier semestre, la réalité des hausses de prix jouera beaucoup, le second semestre reste dépendant de la situation sanitaire, la Covid sera-t-elle derrière nous, vivrons-nous enfin avec ? Enfin, quelle sera la réelle densité de télétravail avec ses conséquences sur les habitudes et les lieux de consommation ?

Procos a également abordé d'autres dossiers importants :

- **La forte contraction du marché de l'immobilier commercial** : le nombre de CDAC continue sa forte contraction, la taille des projets se réduit et le nombre de projets de créations de nouveaux sites s'écroule.

- **Le risque que ferait courir aux lieux de commerce un développement trop important et trop rapide de la livraison à domicile.** Le développement des dark stores et du quick commerce sera l'accélérateur du phénomène qui amènera rapidement les villes et l'Etat à faire un choix de société à un moment où la fréquentation des lieux est en danger. Comment établir les bons équilibres ?
- **L'effet ciseau accéléré entre la baisse tendancielle des fréquentations et des chiffres d'affaires des points de vente avec une hausse permanente des coûts immobiliers (loyers, charges locatives, fiscalité).** Avant de définir de nouveaux équilibres entre propriétaires immobiliers et exploitants commerçants, Procos réitère son appel pour qu'une solution soit rapidement trouvée afin de limiter fortement les augmentations générées par l'indexation des loyers (ILC) dans une période où les commerces ne peuvent les supporter.
- **Les enjeux de RSE : Procos a présenté son Livre Blanc « Responsabilité Sociale et Sociétale du commerce spécialisé ».**

Très engagée dans l'organisation des Assises du Commerce dont elle souhaitait l'organisation depuis de nombreuses années, la fédération Procos remercie le gouvernement d'avoir permis un diagnostic commun. **Emmanuel LE ROCH, Délégué Général rappelle que** « *Le succès de celles-ci ne sera réel que si elles sont génératrices d'un électrochoc suffisant pour qu'un véritable plan commerce 2030 soit mis en place dès le début du prochain quinquennat. La rapidité et les changements n'ont jamais été d'une telle ampleur, il faut investir deux à trois fois plus pour transformer tous les commerces et éviter une « décommercialisation » de certains territoires* ». Créer les conditions de cet investissement massif, donner une nouvelle image au secteur pour attirer les jeunes, lancer la rénovation de zones de périphéries, rénover le fonctionnement de l'immobilier commercial et revoir les coûts immobiliers, tous ces axes sont majeurs pour assurer la résilience des enseignes et de tous les commerçants dans un monde bouleversé par la plateformes et la puissance de gros acteurs internationaux et les changements de consommation qui modifient fortement l'environnement du commerce.

La campagne présidentielle, et les thématiques retenues par les candidats en matière de commerce sera un premier signe fort de la place qui sera donnée au secteur dès le début du quinquennat.

(\*) 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...)