

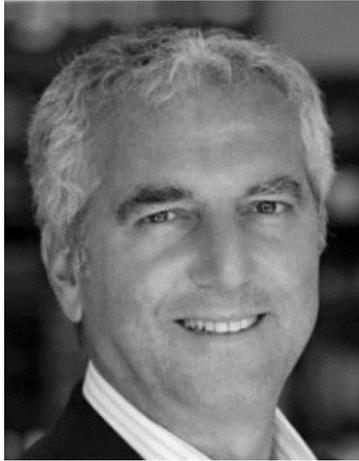
PROCOS

**FÉDÉRATION POUR
LA PROMOTION
DU COMMERCE
SPÉCIALISÉ**

Conférence de presse

29 juin 2022

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



André TORDJMAN

Vice Président de Procos

PROCOS

Président Fondateur de Little Extra

Little
extra

Président de Du Bruit dans la Cuisine
et Du Bruit dans la Maison

du Bruit dans la
Cuisine

du Bruit dans la
Maison



Emmanuel LE ROCH

Délégué Général de Procos

PROCOS

PROCOS

FÉDÉRATION POUR LA PROMOTION DU COMMERCE SPÉCIALISÉ



Sommaire

- **Activité du commerce spécialisé en 2022**
 - L'activité des magasins et du web
 - La fréquentation
- **Contexte et perspectives pour la consommation et le commerce en 2022/2023**
 - Une économie mondiale bousculée et incertaine
 - Des consommateurs inquiets
 - Les entreprises sous pression face à l'incertitude et aux chocs simultanés chocs d'offre et de demande
- **Comment accompagner le commerce et ses acteurs dans les prochains mois et durant le quinquennat**
 - Des enjeux de court terme
 - Transformer pour le moyen terme
 - Soutenir l'emploi



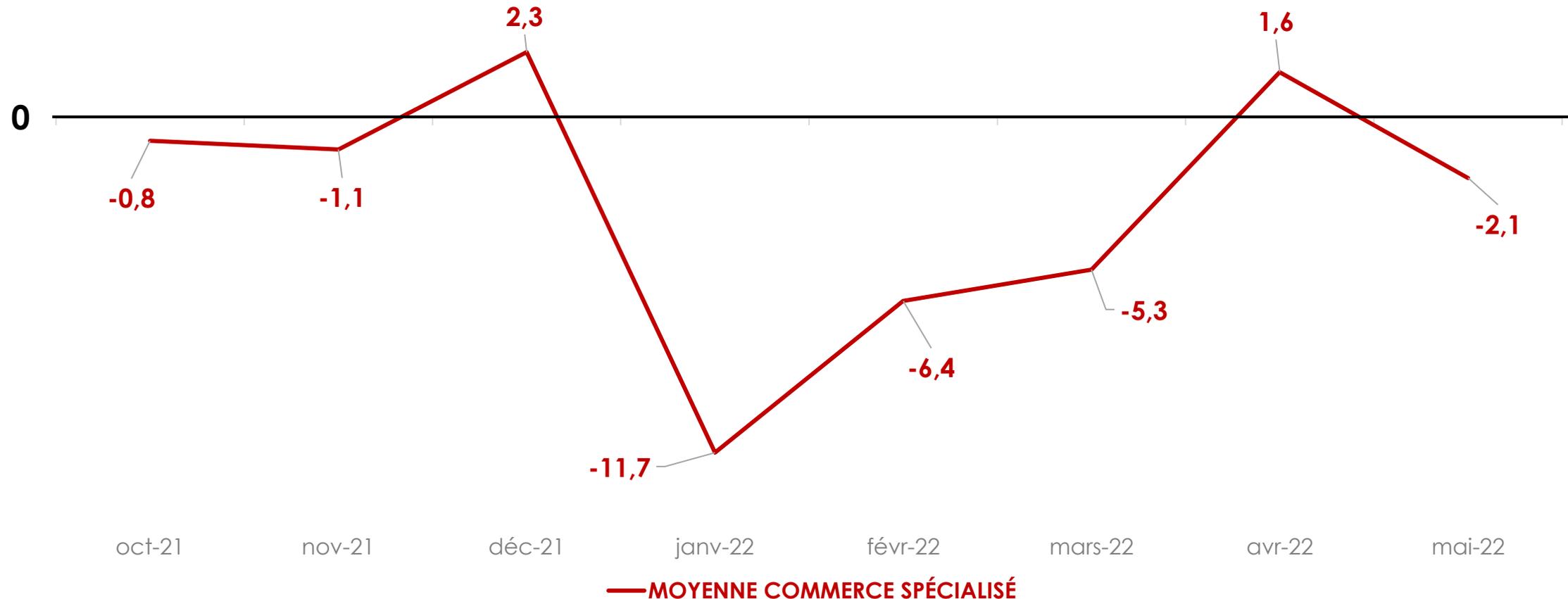


Activité du commerce spécialisé en 2022 Panel Prococos

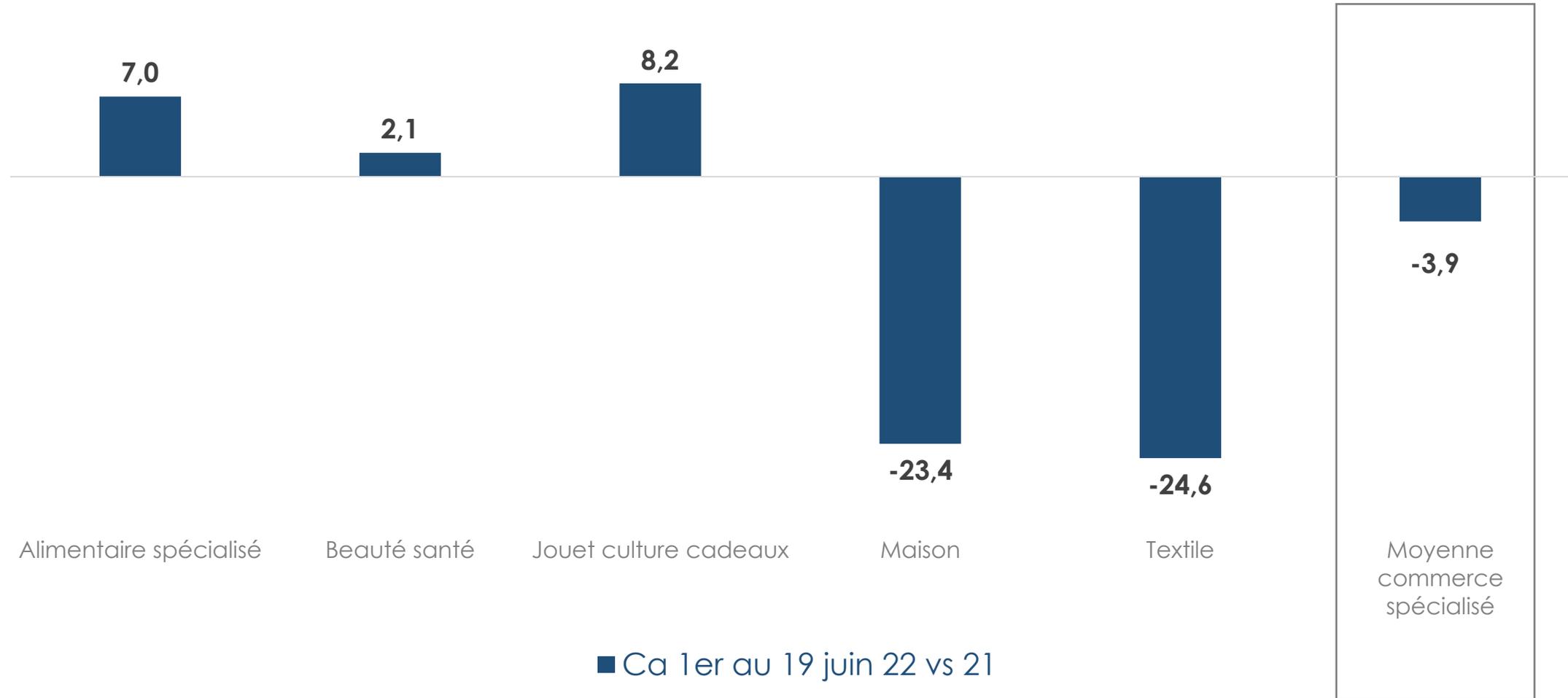


Ventes magasins mensuelles du commerce spécialisé vs 2019

Seuls décembre 21 et avril 22 sont au dessus des ventes 2019 en magasins



Début juin 2022 (1^{er} au 19 juin 2022), le CA magasins très en retrait vs 2021 pour l'habillement et la maison vs 2021. Une amélioration notable pour la beauté-santé



Un démarrage de soldes difficiles

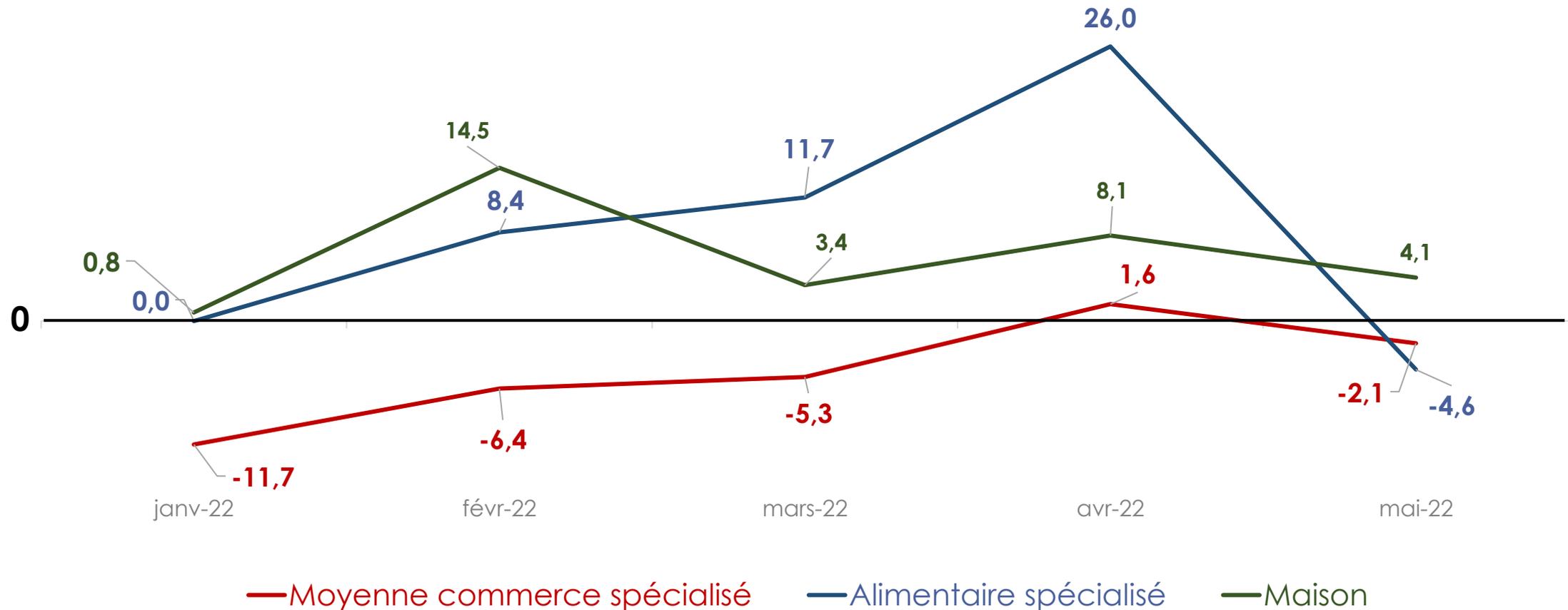
- Une fréquentation à – 20 % et – 25 % pour la première semaine (**)
- Un chiffre d'affaires en moyenne à - 10 % vs 2021 (*)

(*) Panel Procos

(**) Observatoire Procos/Stackr de la fréquentation des points de vente



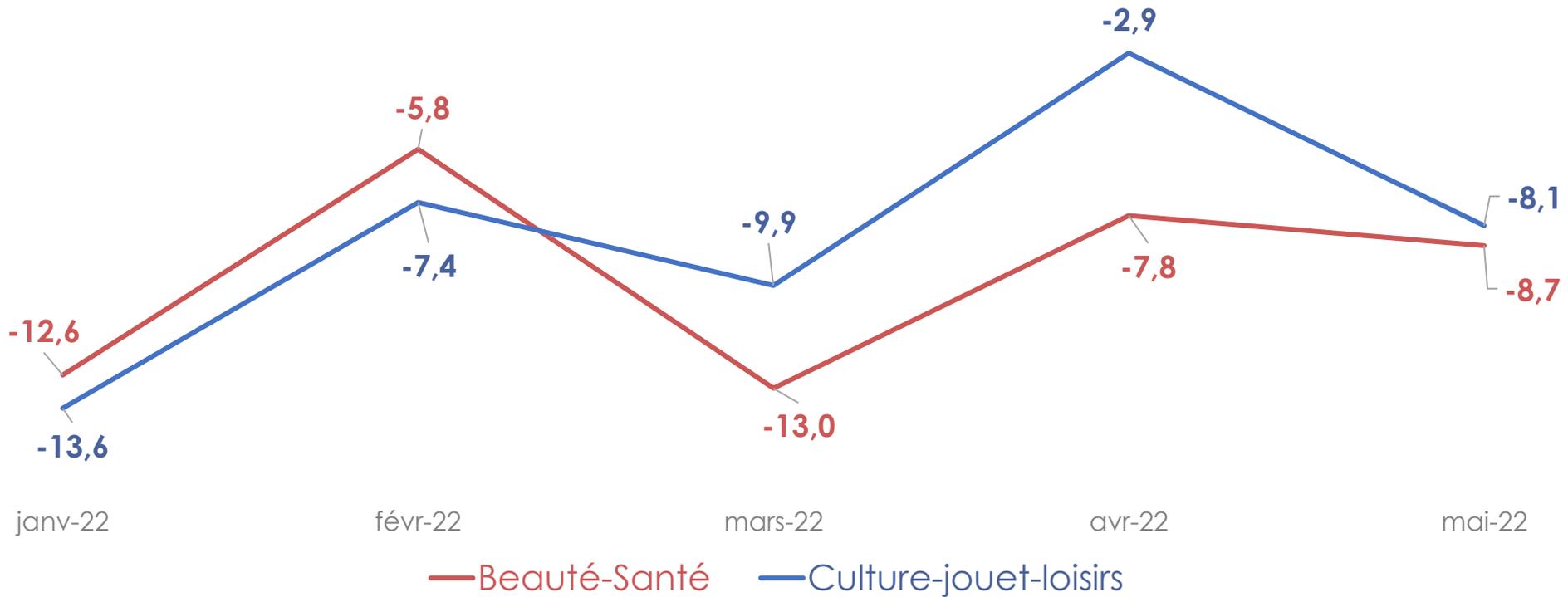
Equipement de la maison et alimentaire spécialisé au dessus de 2019 en magasin sur le semestre (activité magasin mois par mois 2022 vs 2019)



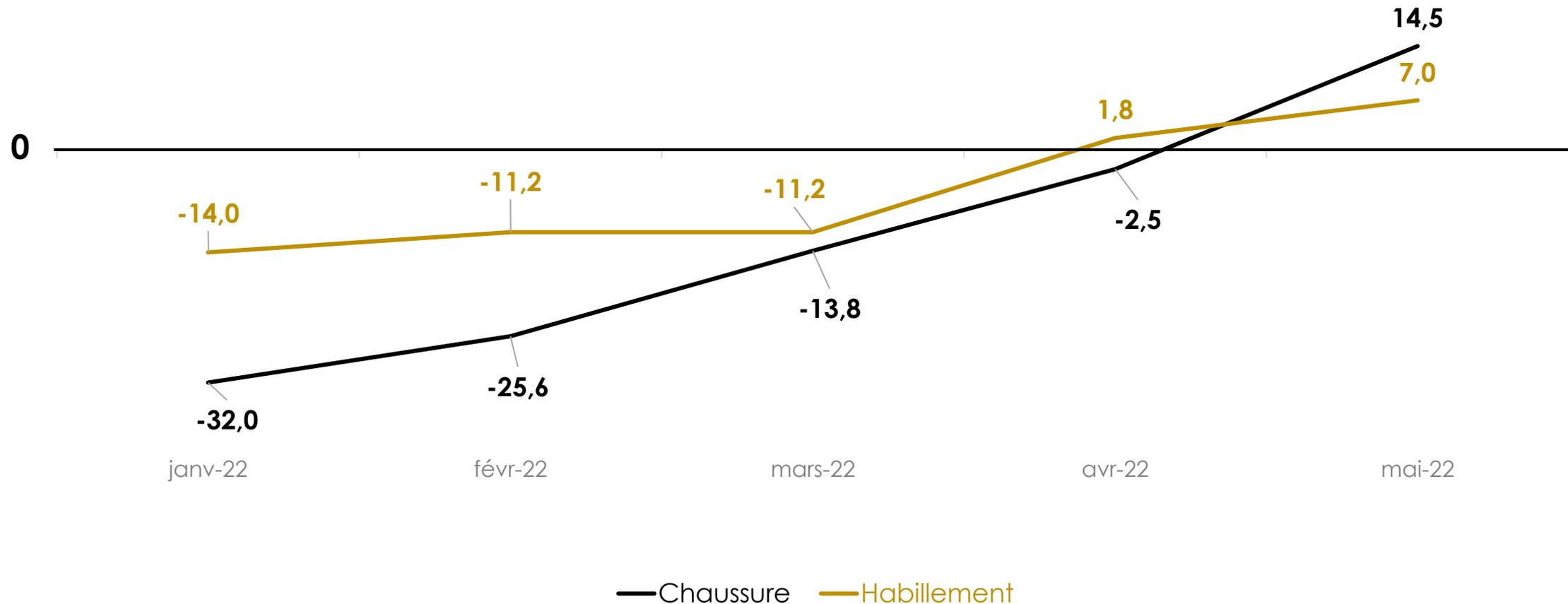
Beauté-santé, culture-jouets : une activité en magasins toujours inférieure à celle de 2019

(activité magasin mois par mois 2022 vs 2019)

0

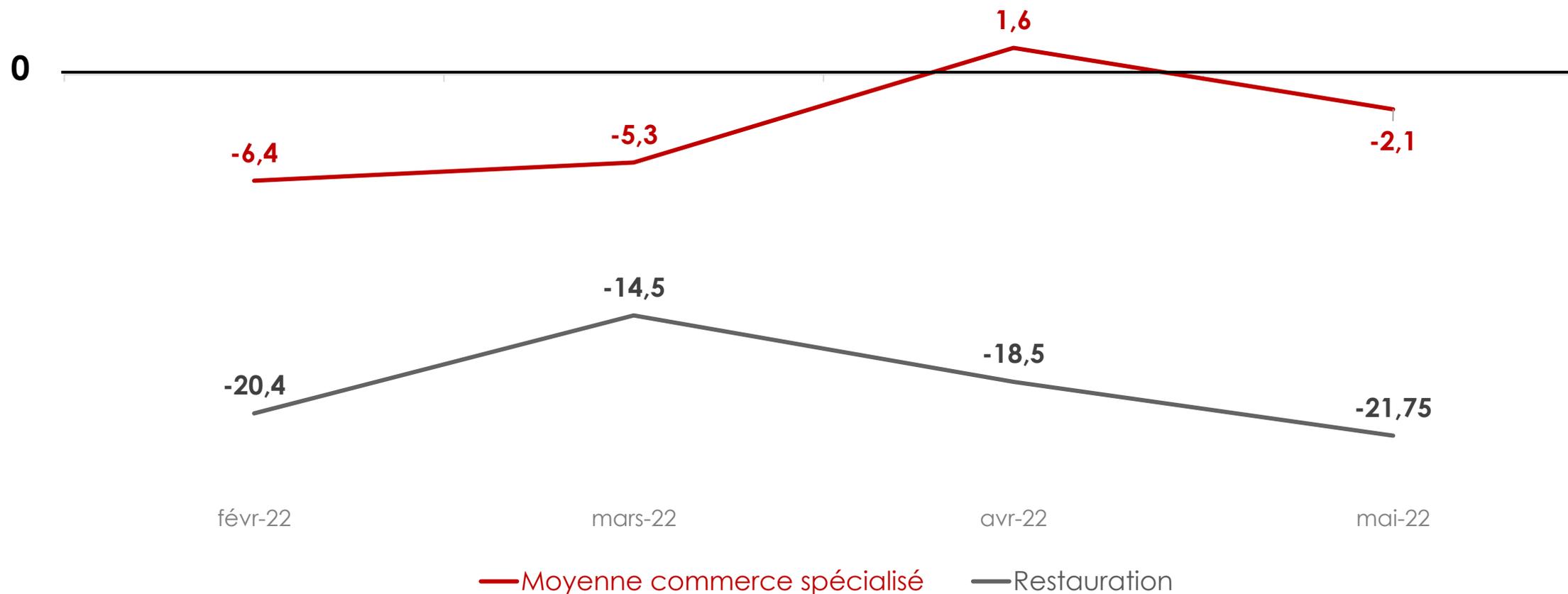


Habillement, chaussure en dessous de 2019 en magasin mais la situation s'améliore en fin de semestre de 2019 en magasin (activité magasin mois par mois 2022 vs 2019)

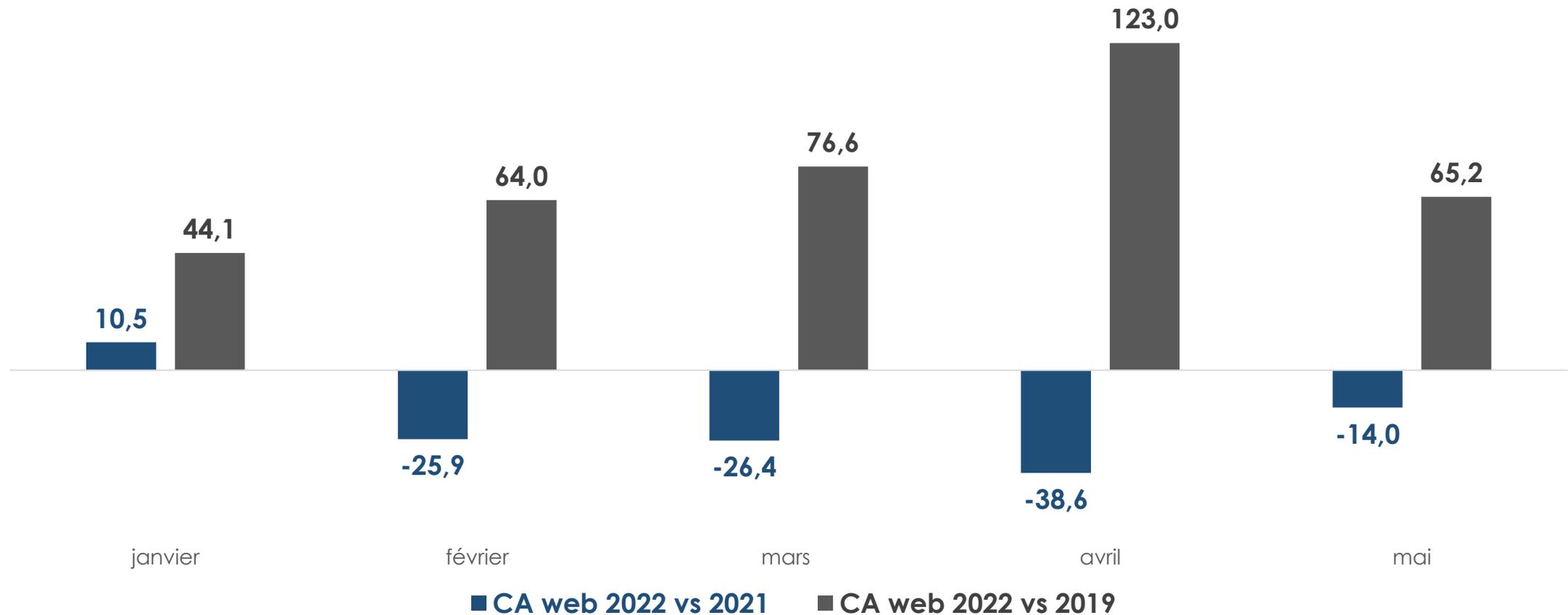


La restauration à table reste très en retrait de 2019

(activité restauration assise mois par mois 2022 vs 2019)



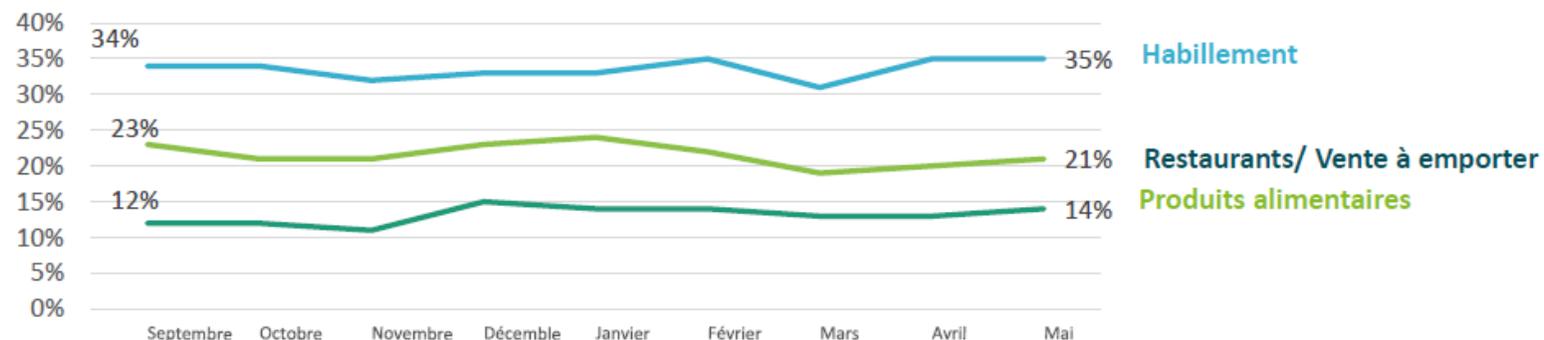
Les ventes web des enseignes du commerce spécialisé en baisse en 2022 vs 2021 après deux années de croissance forte



Zoom sur la France - Répartition des dépenses en ligne

Évolution du comportement des consommateurs en termes de transactions en ligne, les répercussions prolongées de la pandémie

Proportion des dépenses en ligne

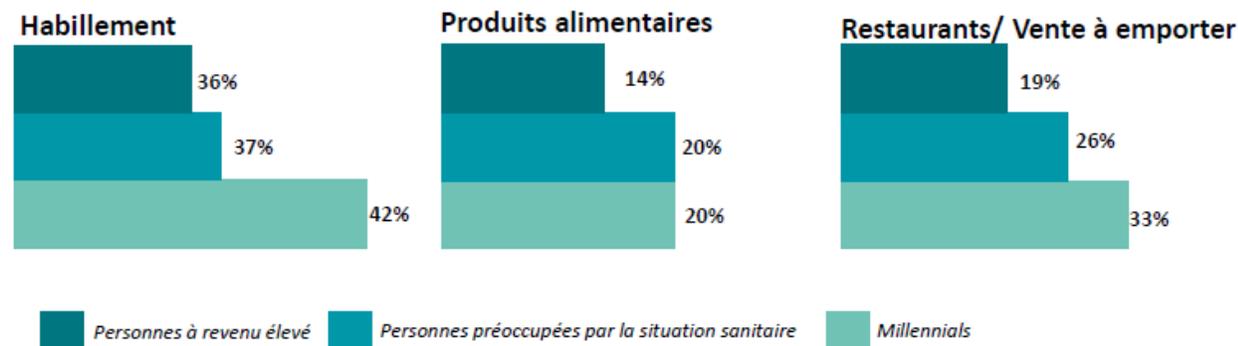


ÉLÉMENTS CLÉS

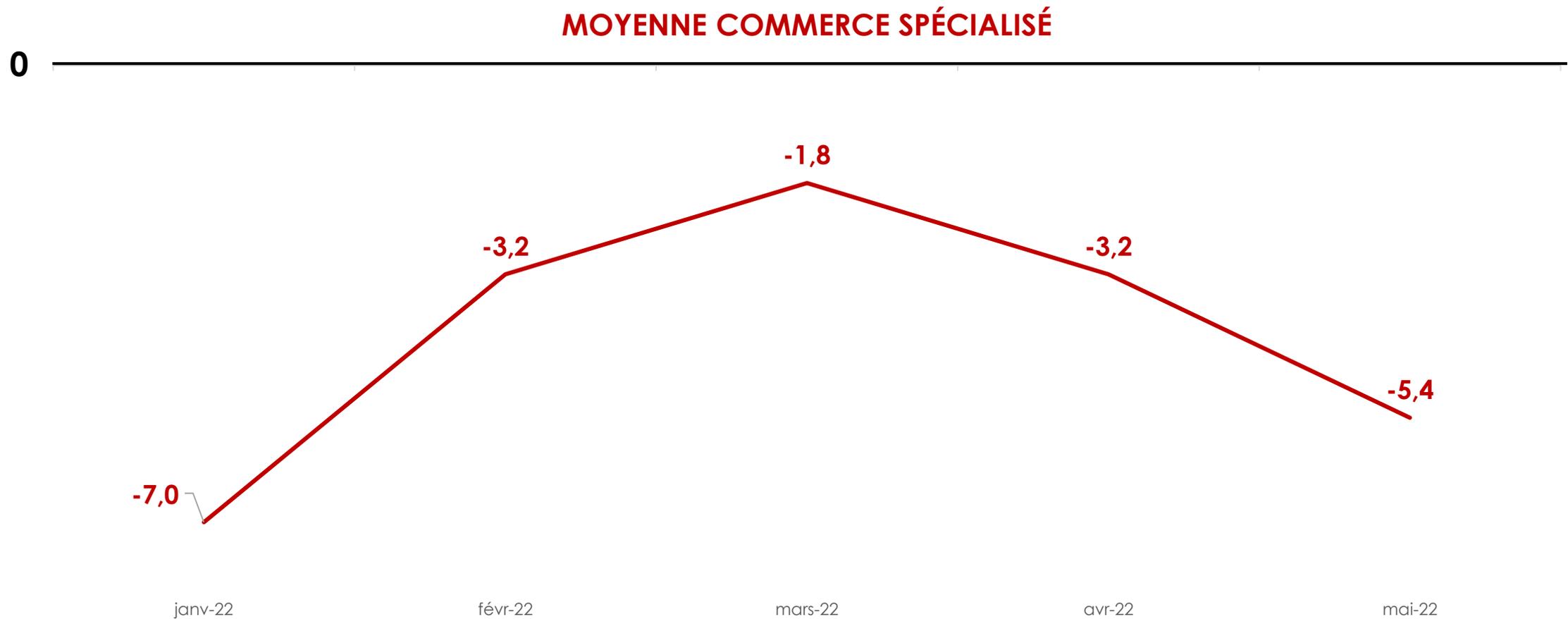
La part des dépenses en ligne reste stable depuis septembre 2021 indiquant une adoption de nouvelles habitudes d'achat par les consommateurs.

Analyse comparative des achats en ligne (Mai 2022)

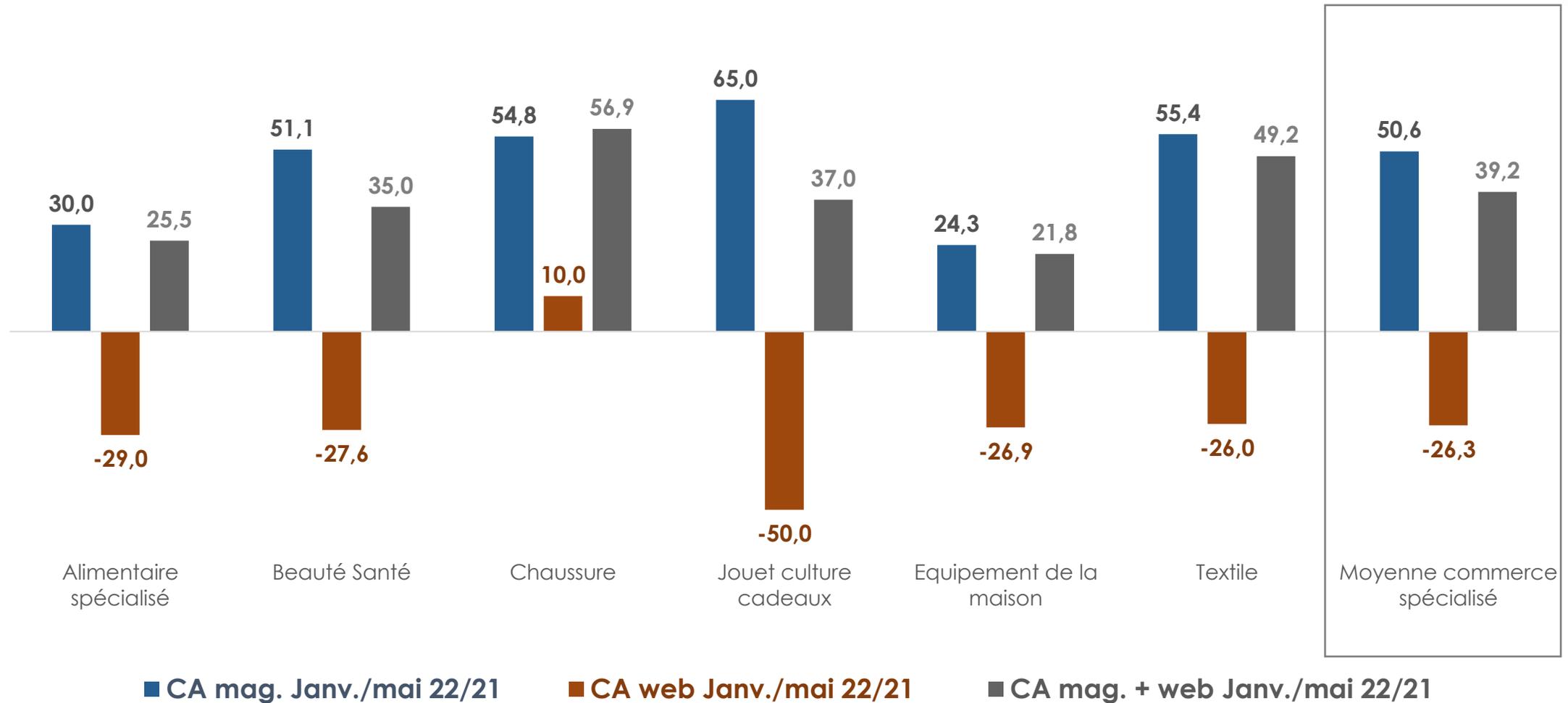
Les millennials représentent la population de consommateurs qui réalisent le plus d'achats en ligne, par leur caractère « Digital natives » (en particulier sur les catégories habillement, produits alimentaires et restauration).



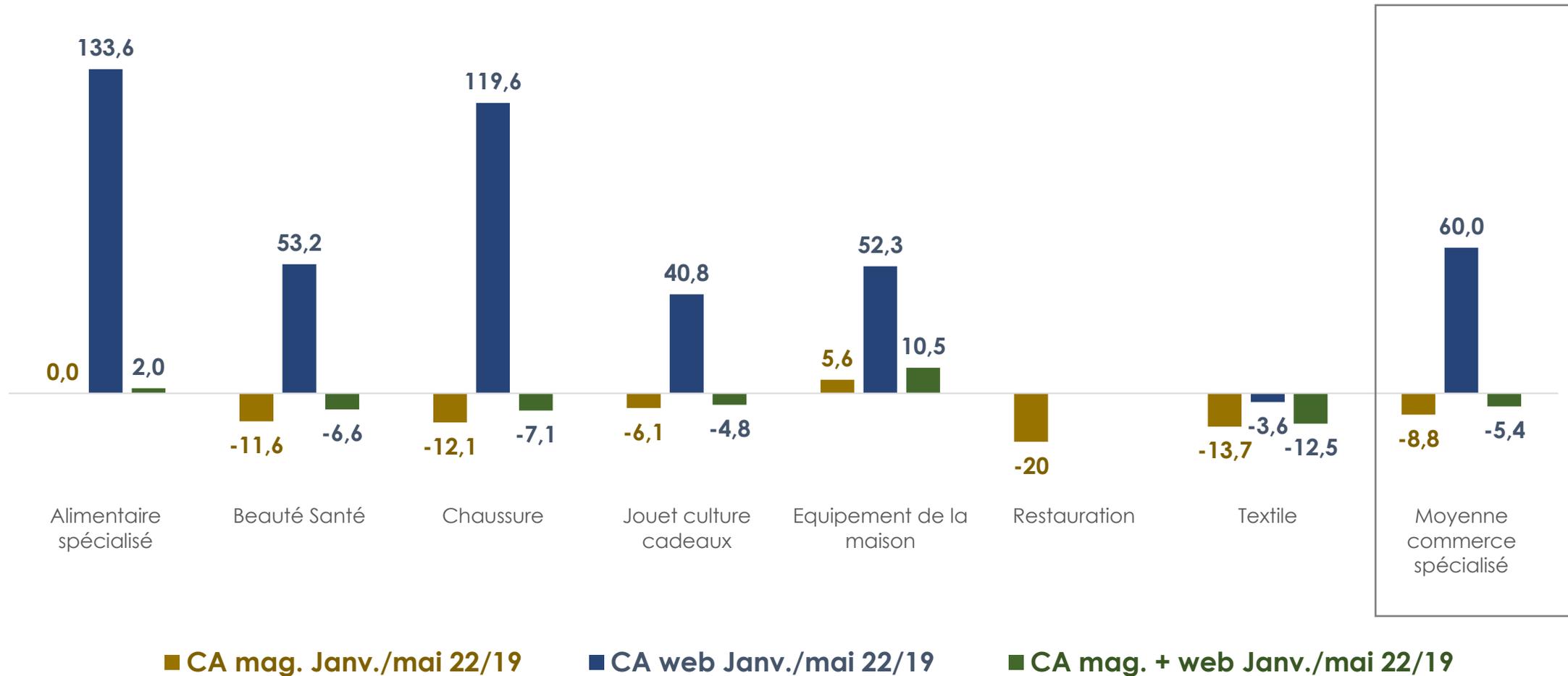
Des ventes cumulées magasins + web qui restent durablement et chaque mois inférieures à celles de 2019 dans le commerce spécialisé



janvier-mai 2022 vs 2021: Dans tous les secteurs les magasins reprennent leur place, le web en baisse sauf pour la chaussure



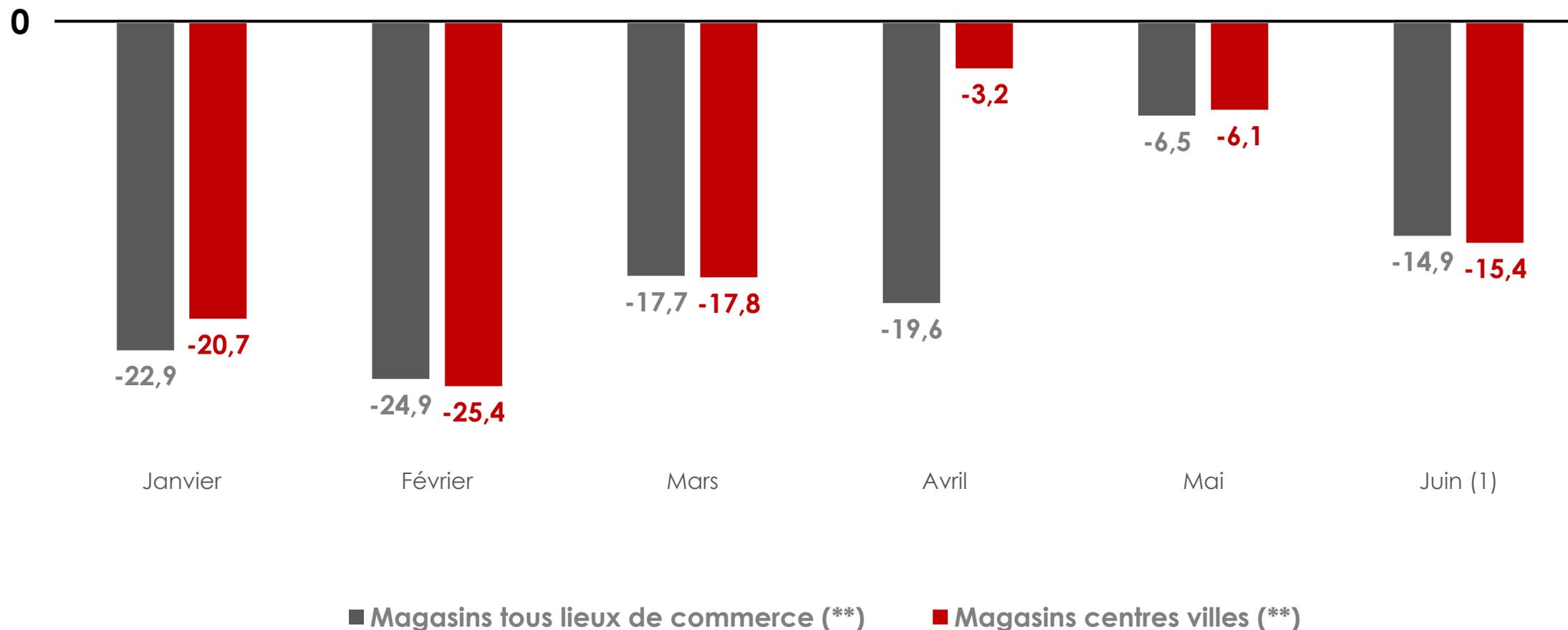
Janvier-mai 2022 vs 2019 : seuls l'équipement de la maison et l'alimentaire spécialisé ont une activité supérieure à celle de 2019



La fréquentation des lieux et des magasins



La fréquentation des points de vente du commerce spécialisé en 2022 toujours très en dessous de celle de 2019 : - 14,9 % au 25 juin



(1) Pour juin les données porte sur la période 1^{er} au 25 juin 2022

PROCOS

FÉDÉRATION POUR LA PROMOTION DU COMMERCE SPÉCIALISÉ

Evolution de la fréquentation des centres commerciaux français de janvier à mai 2022 vs 2019

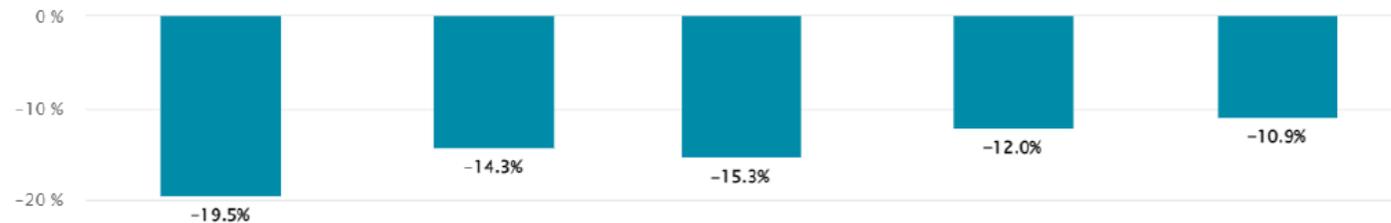
Centres Commerciaux France

-14,4%



EVOLUTION 2022 / 2019 - CENTRES COMMERCIAUX FRANCE

📅 1 janvier 2022 → 31 mai 2022



La fréquentation des hypermarchés France de janvier à mai en retrait de - 7,6 % en 2022 par rapport à 2019

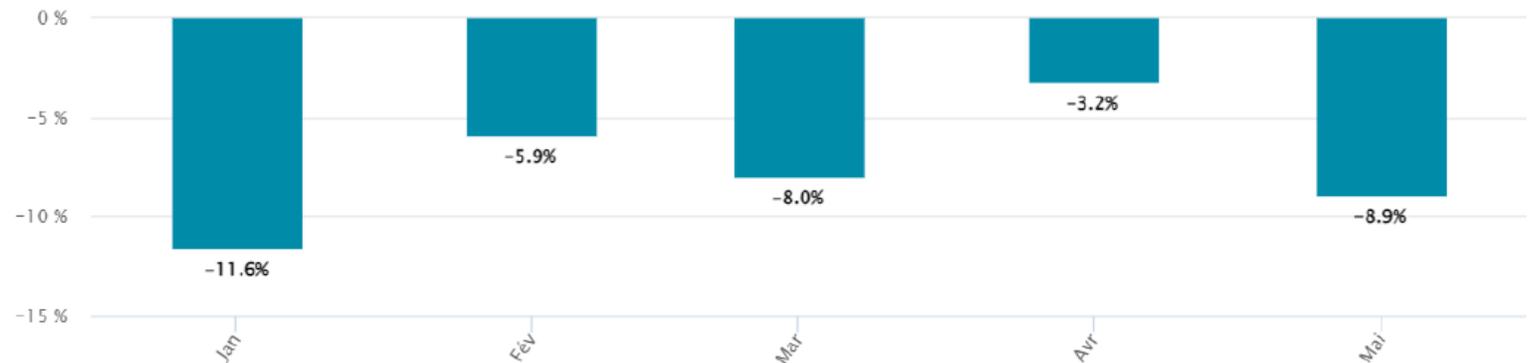
Hypermarchés France

-7,6%



EVOLUTION 2022 / 2019 - HYPERMARCHÉ FRANCE

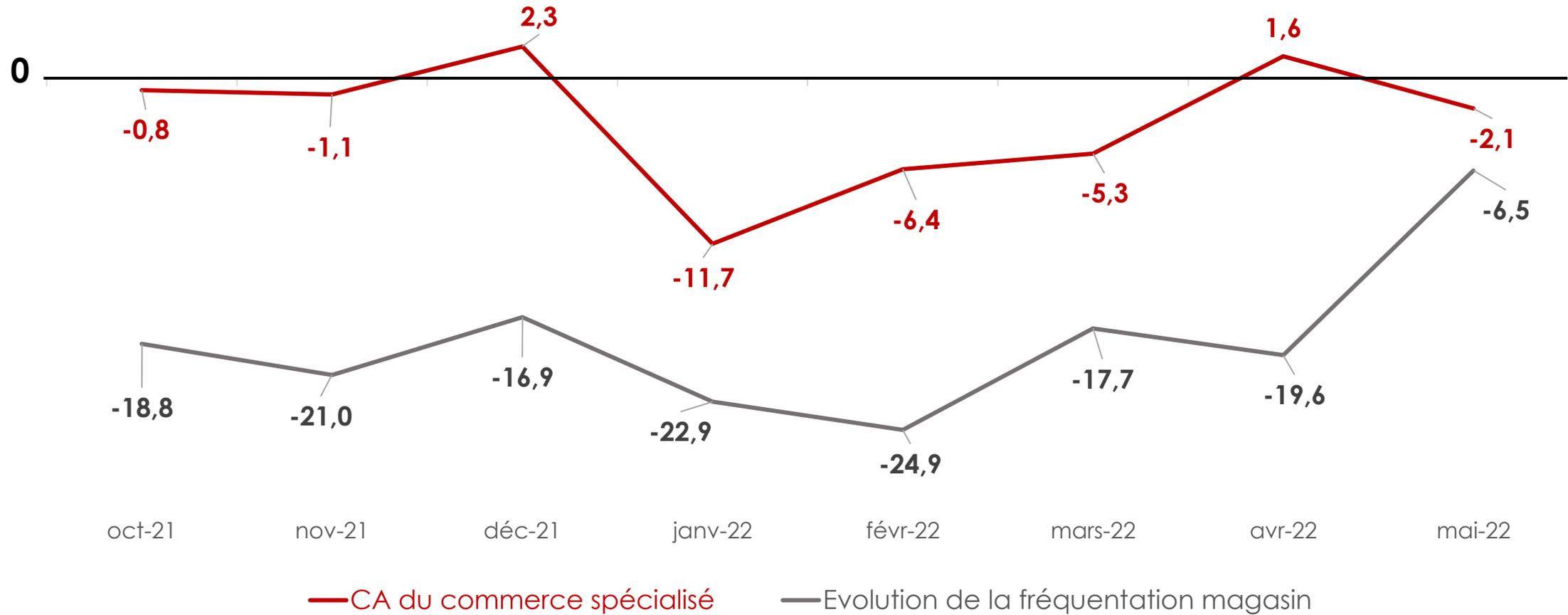
📅 1 janvier 2022 → 31 mai 2022



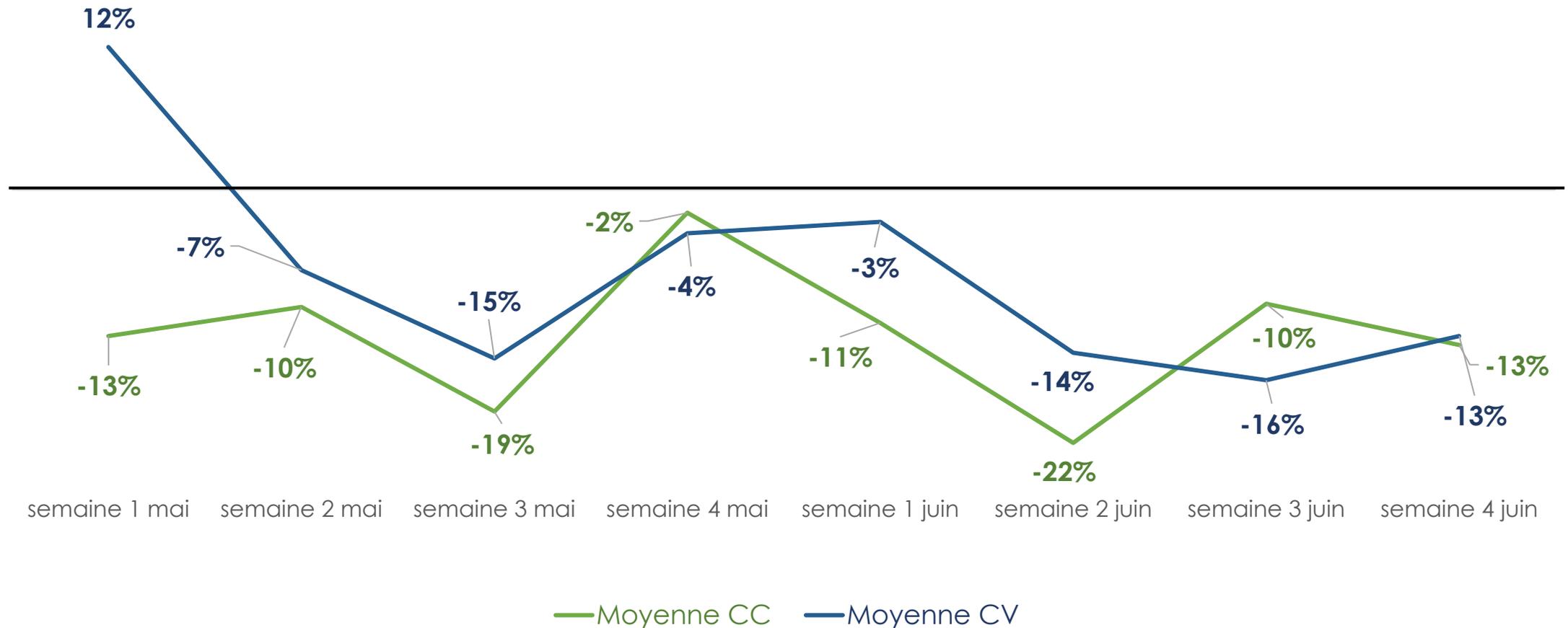
Source : Quantaflow



Un décrochage important entre évolution mensuelle des chiffres d'affaires magasins et fréquentation des points de vente

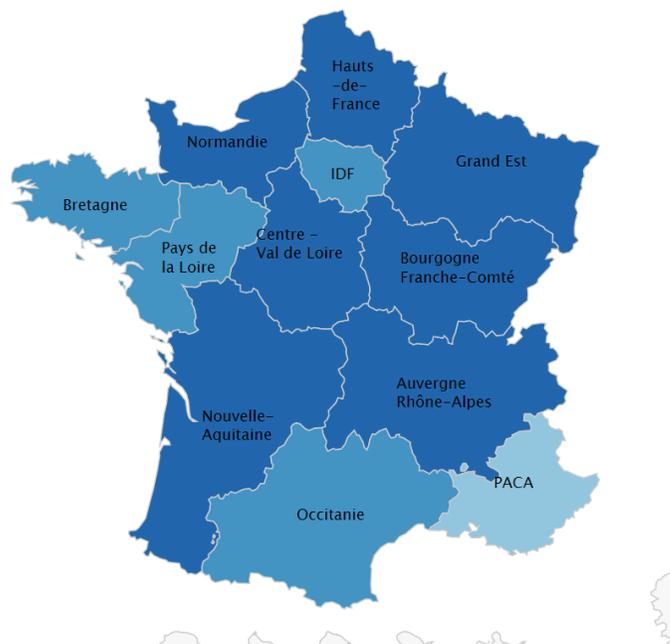
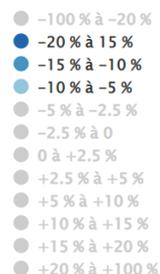


Sur mai et juin 2022, la fréquentation des magasins de CC et de CV suivent les mêmes tendances



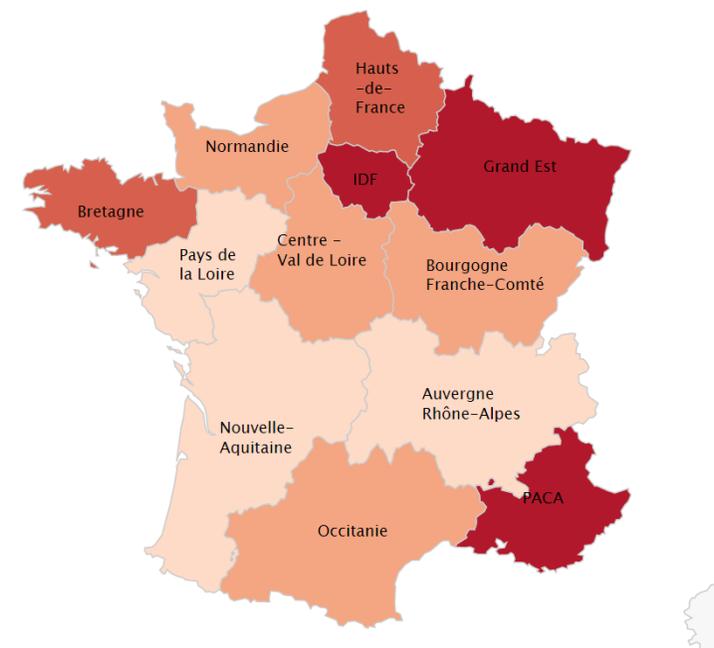
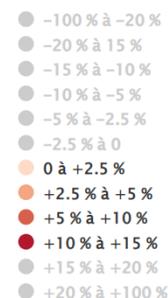
En juin 2022, la fréquentation des magasins encore très en deçà de 2019 mais au-dessus de juin 2021 : quelques différences régionales

Par rapport à juin 2019
En moyenne – 14,9 %



Paca entre – 5 % et – 10 %
Des régions entre – 10 et – 15 %
Les autres entre -15 et – 20 %

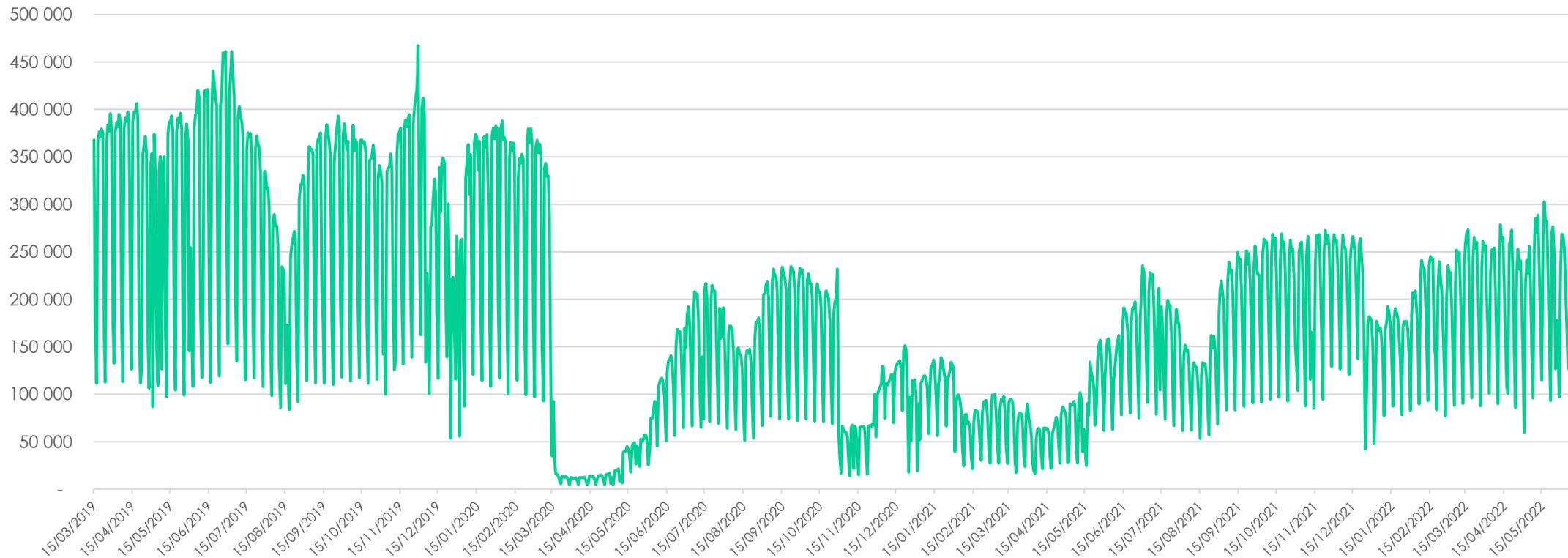
Par rapport à juin 2021
En moyenne 6,5 %



Idf, Est, Paca en positif entre + 10 % et + 15 %
Bretagne et Haut de France entre + 5 et + 10 %
Centre Val de Loire, Normandie, Bourgogne Franche Comté, Occitanie: + 2,5 % à + 5 %
Pays de Loire, Nouvelle Aquitaine, Auvergne Rhône-Alpes : 0 à + 2,5 %

Une partie du commerce parisien reste préoccupant - Le télétravail et ses impacts durables – Les difficultés croissantes d'accès réduisent les zones de chalandise du commerce exemple le métro de la Défense toujours à - 30 % vs 2019

RATP - Fréquentation du pôle de la Défense (Métros)
(entrants et sortants)



**FÉDÉRATION POUR
LA PROMOTION
DU COMMERCE
SPÉCIALISÉ**

Conjoncture et perspective pour les prochains mois



Une économie mondiale très bousculée et incertaine



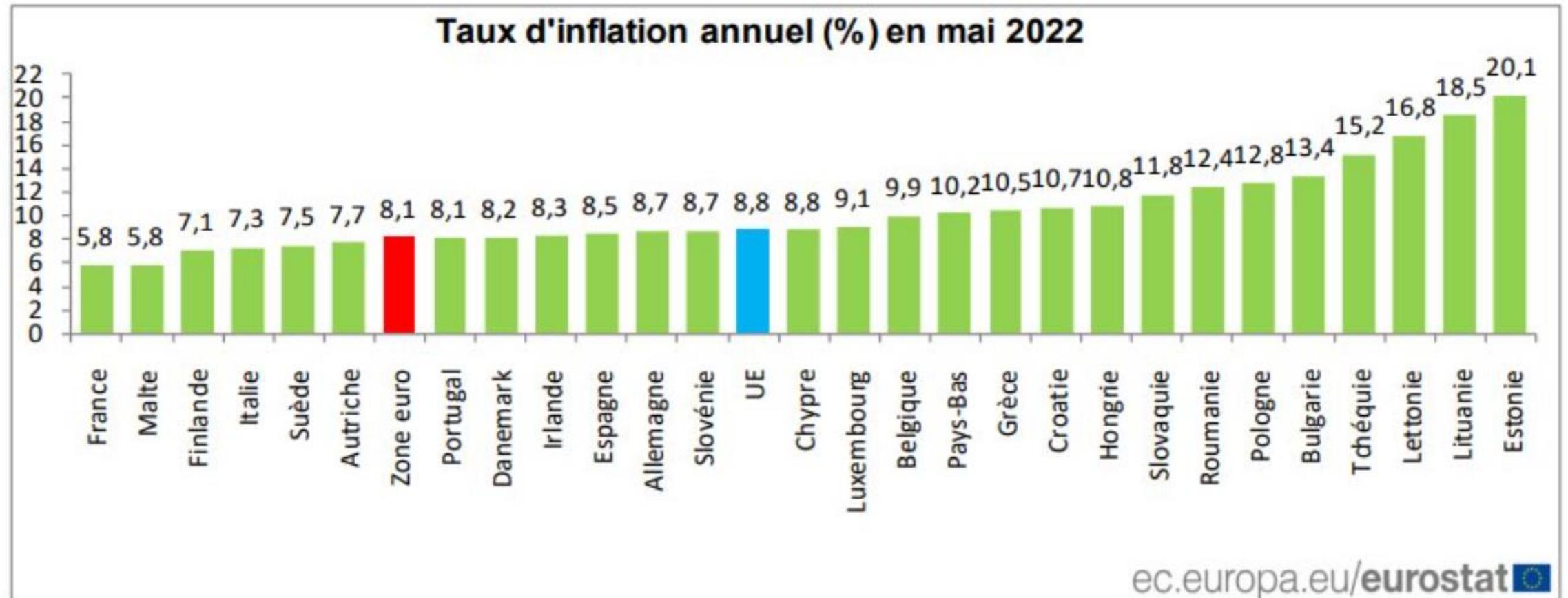
Un violent choc d'offre

- La désorganisation du commerce mondial face à une demande trop forte post-covid (relance de la demande aux USA ...)
- L'augmentation du prix de l'énergie
- La guerre en Ukraine crée une pénurie de produits alimentaires, de matières premières (Russie et Ukraine) et accélère les problèmes énergétiques (gaz, pétrole)
- Saturation du transport maritime mondial
- Sous production industrielle mondiale (zéro Covid en Chine, absence de matières premières et de composants pour produire, augmentation des coûts de l'énergie qui stoppe des usines...)

**Offre < Demande = hausse des prix des approvisionnements
puis hausse des prix consommateur**



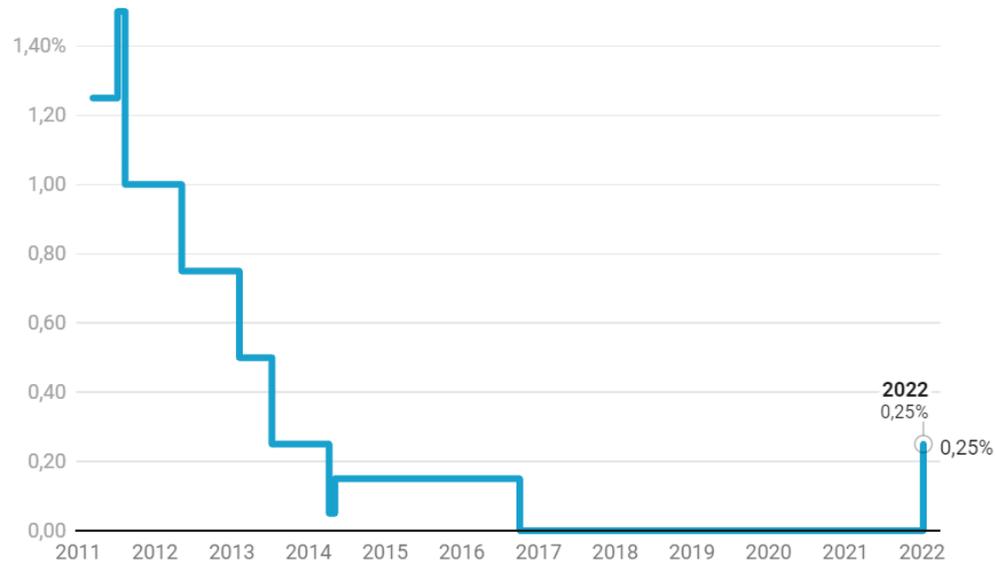
L'inflation à 8,1 % dans la zone Euro mais de grandes différences par pays – la France tempore (bouclier énergétique)



Augmentation des taux d'intérêt pour limiter l'inflation : les Etats-Unis prennent les devants, l'Europe suit → baisse d'investissement, augmentation des dettes publiques et privées, récession économique

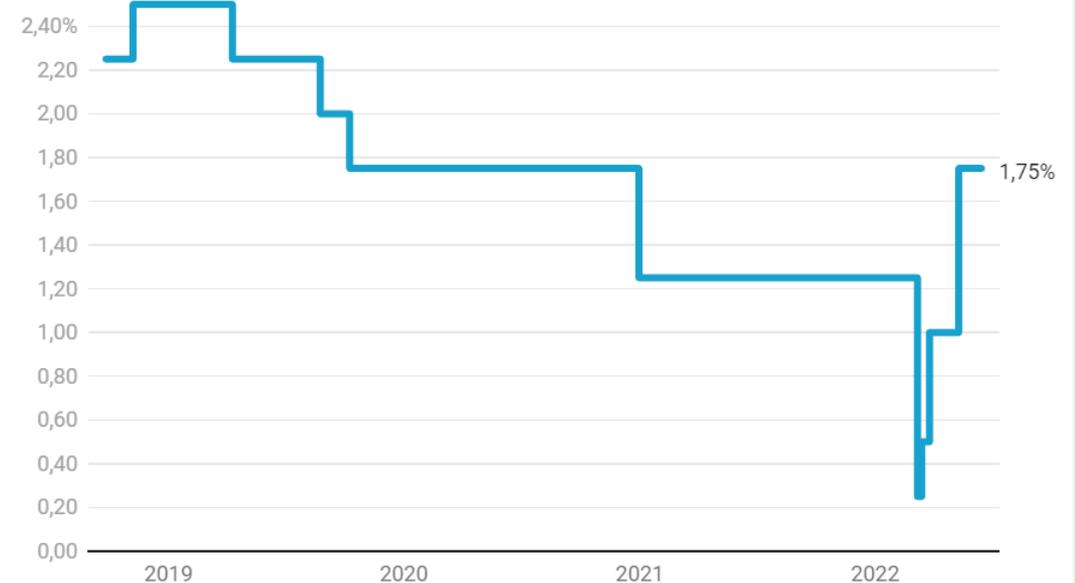
- Coût de l'argent pour l'investissement des ménages et des entreprises
- Les dettes d'Etat impactées : réduction des moyens d'action

Évolution des taux directeurs de la BCE



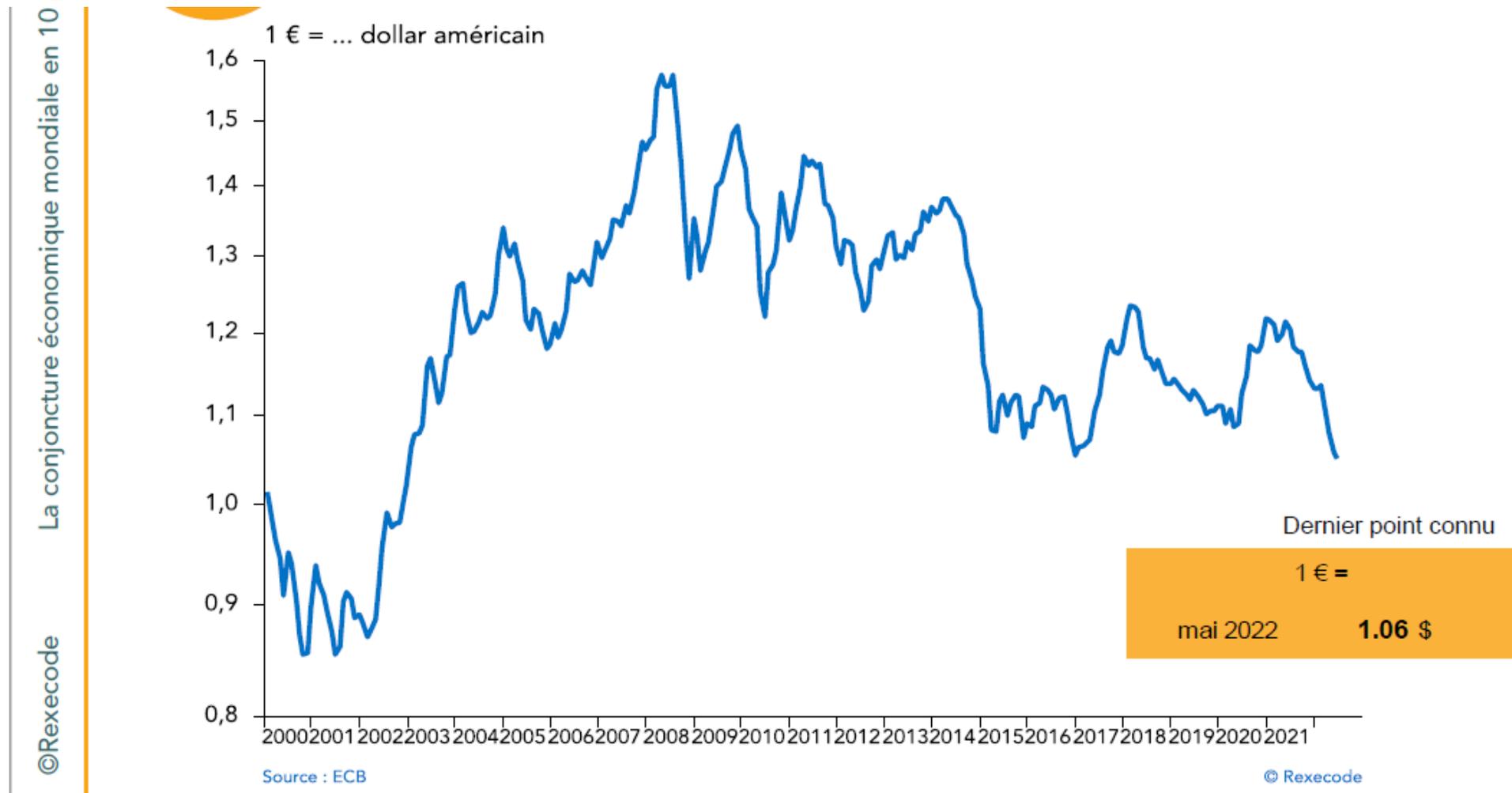
Source: [Global-rates.com](https://www.global-rates.com) • Récupérer les données • Insérer • Récupérer l'image • Créé avec Datawrapper

Évolution des taux directeurs de la Fed



Source: [Global-rates.com](https://www.global-rates.com) • Récupérer les données • Insérer • Récupérer l'image • Créé avec Datawrapper

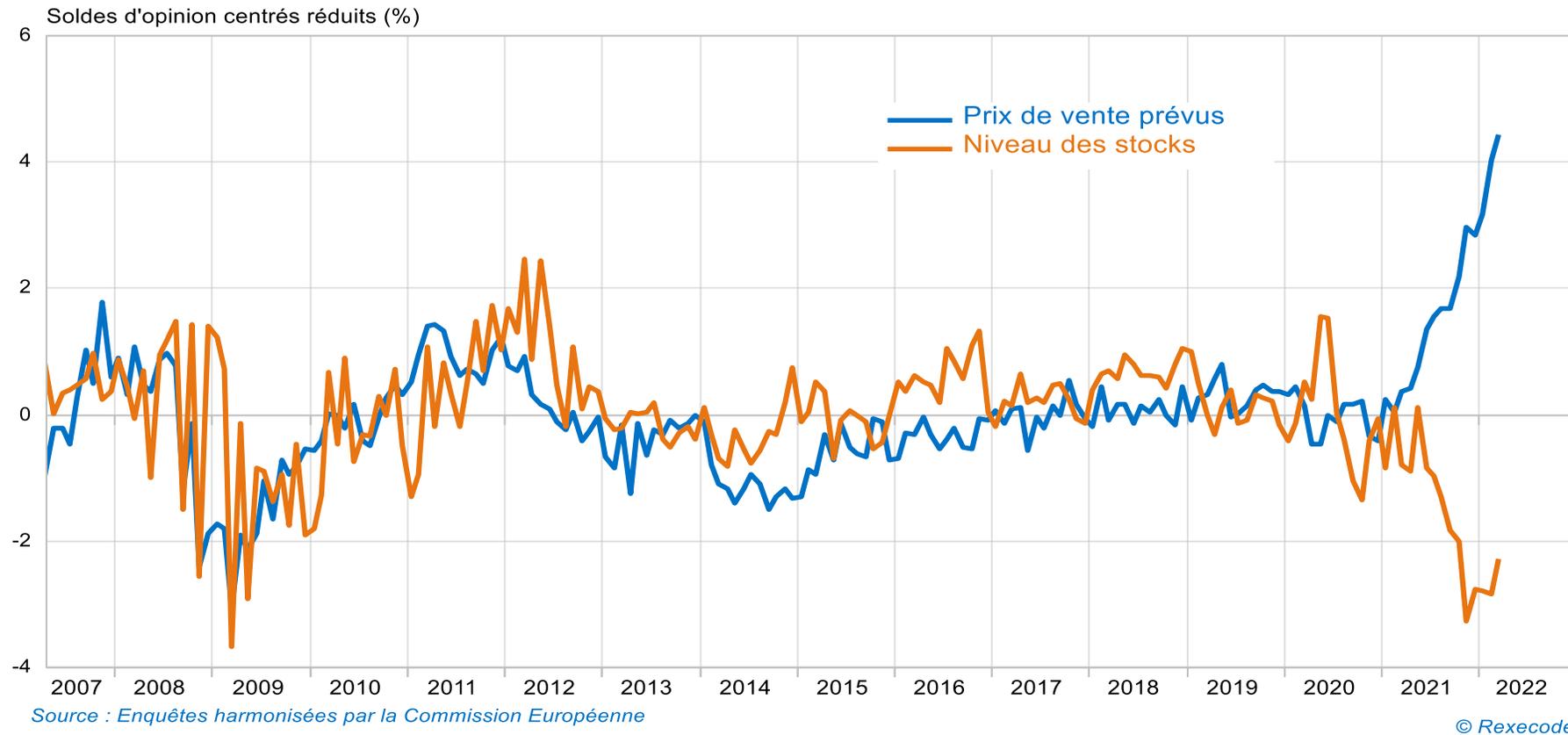
Dépréciation de l'Euro vs dollar = augmentation des coûts d'approvisionnement



Commerce de détail : des stocks à reconstituer avec des prix qui s'envolent

France

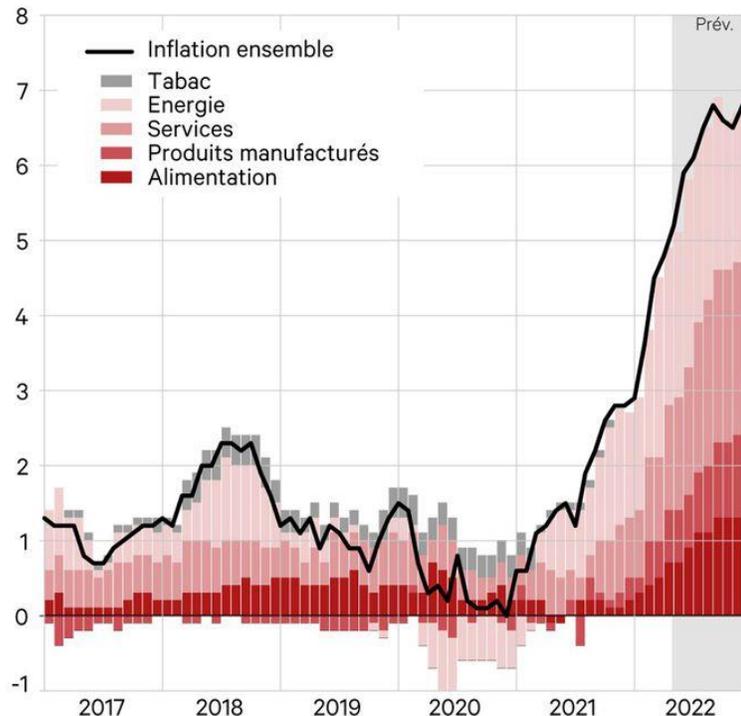
Enquête dans le commerce de détail



En France, l'inflation accélère à 5,9 % en juin, 7 % en septembre. Une moyenne de 5,2 % sur l'ensemble de l'année 2022 (du jamais vu depuis 1985)

L'inflation au plus haut en fin d'année

En glissement annuel, en %

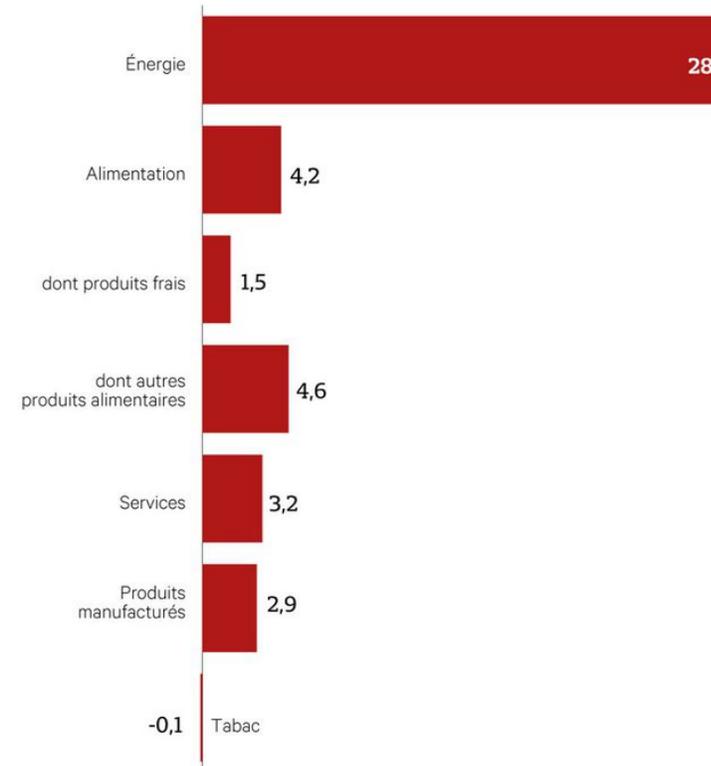


SOURCE : INSEE



Une inflation tirée par l'énergie

Variation en mai 2022, sur un an, en %

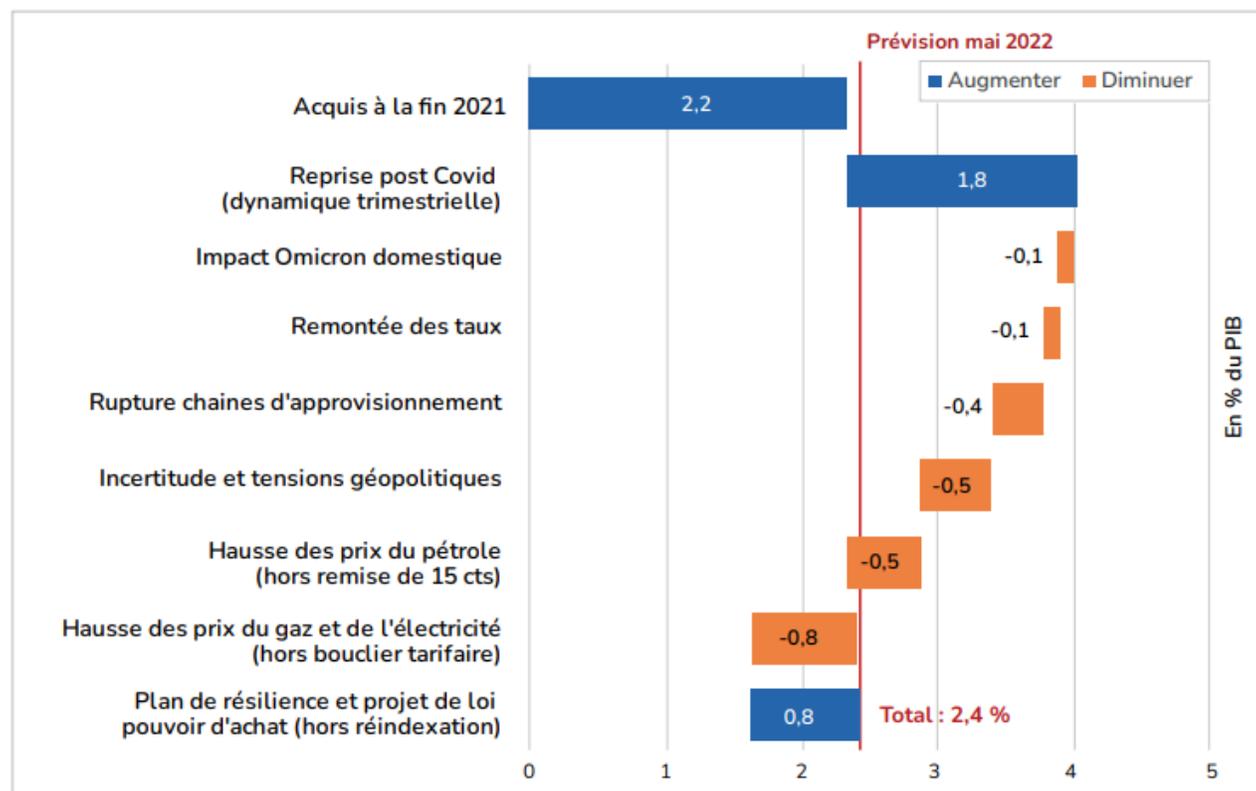


SOURCE : INSEE



Prévision de croissance 2022 en baisse jusqu'à fin 2023 à minima

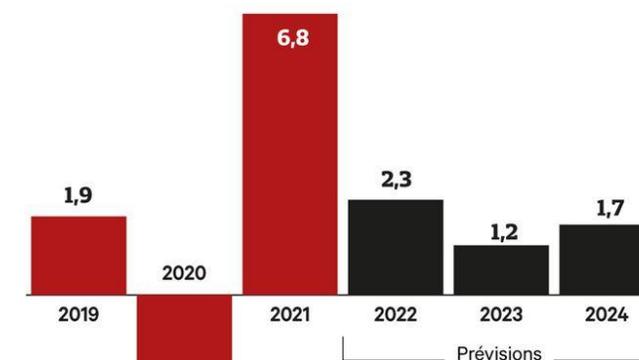
Graphique 2. Prévision de printemps mise à jour à partir des comptes trimestriels du 31 mai



Insee, prévisions OFCE.

Les prévisions de la croissance de la Banque de France

En %

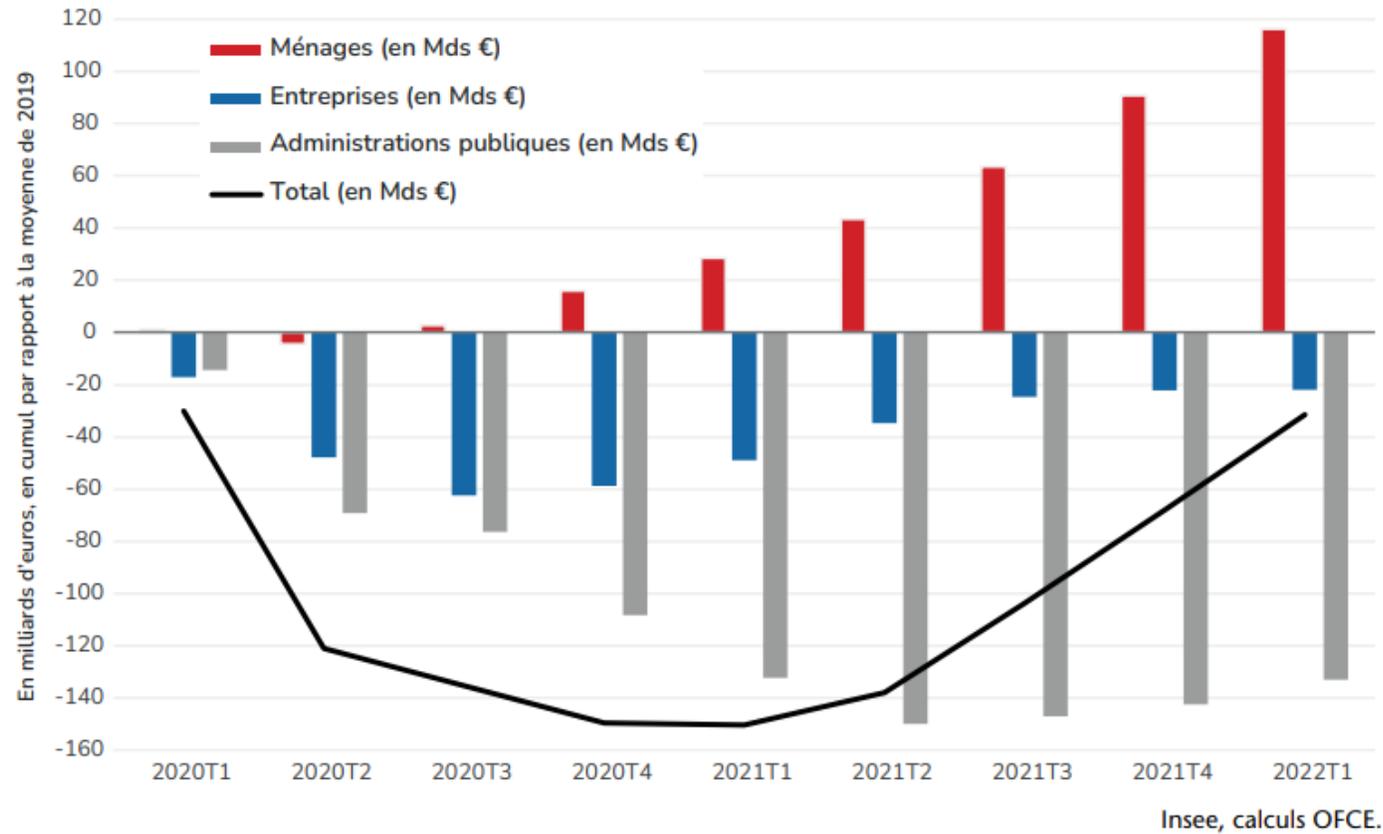


SOURCE : BANQUE DE FRANCE

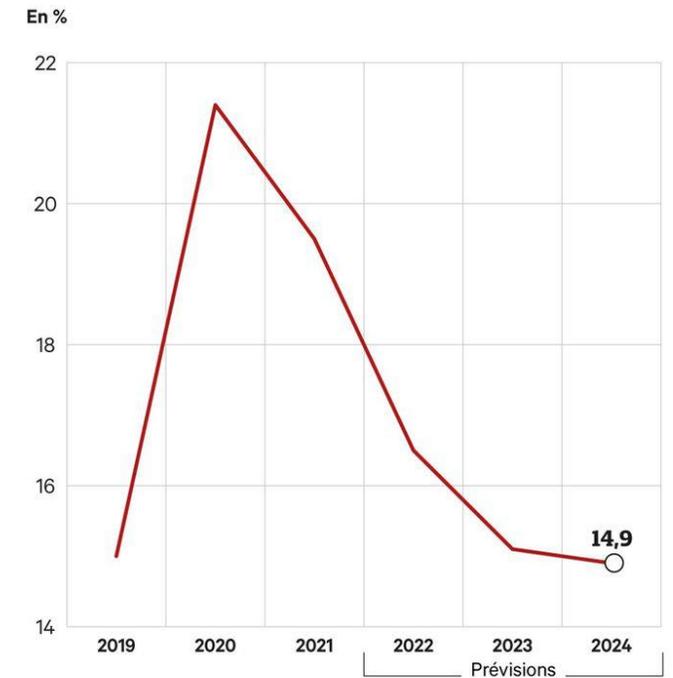
Les Echos

Les revenus des ménages, en moyenne, ont été très protégés durant la crise Covid. Le taux d'épargne reste élevé

Graphique 4. Variations cumulées du Revenu disponible brut des agents



Les prévisions du taux d'épargne de la Banque de France



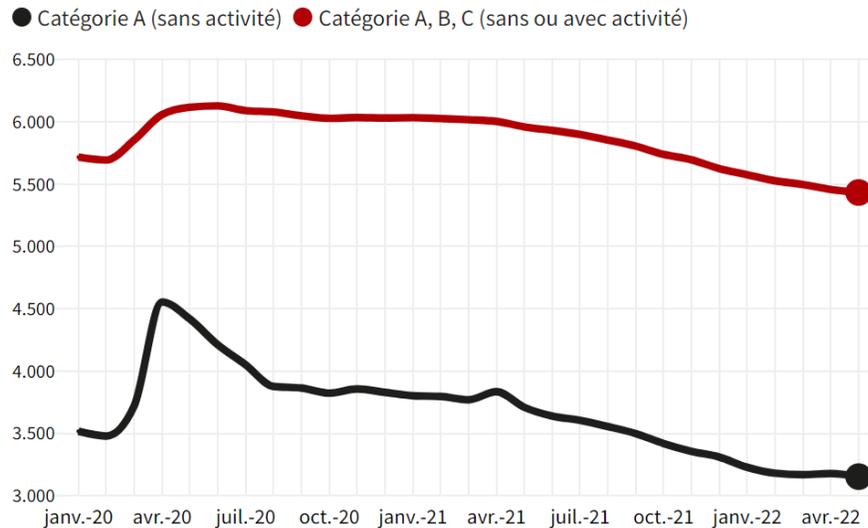
SOURCE : BANQUE DE FRANCE



Pour l'instant le chômage n'est pas une inquiétude majeure pour les ménages français

Les demandeurs d'emploi inscrits à Pôle emploi

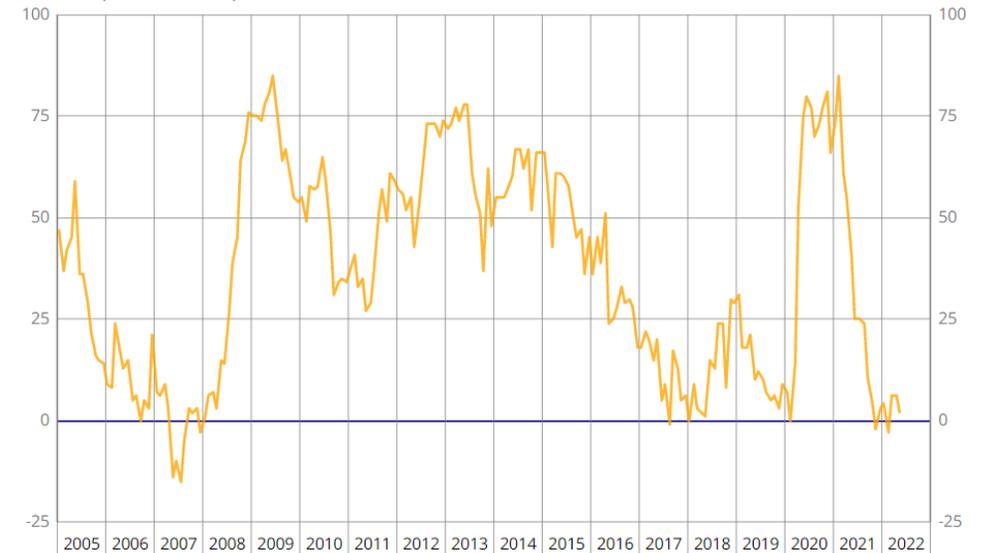
En milliers, en France entière hors Mayotte



Source : Les Echos/Données DARES

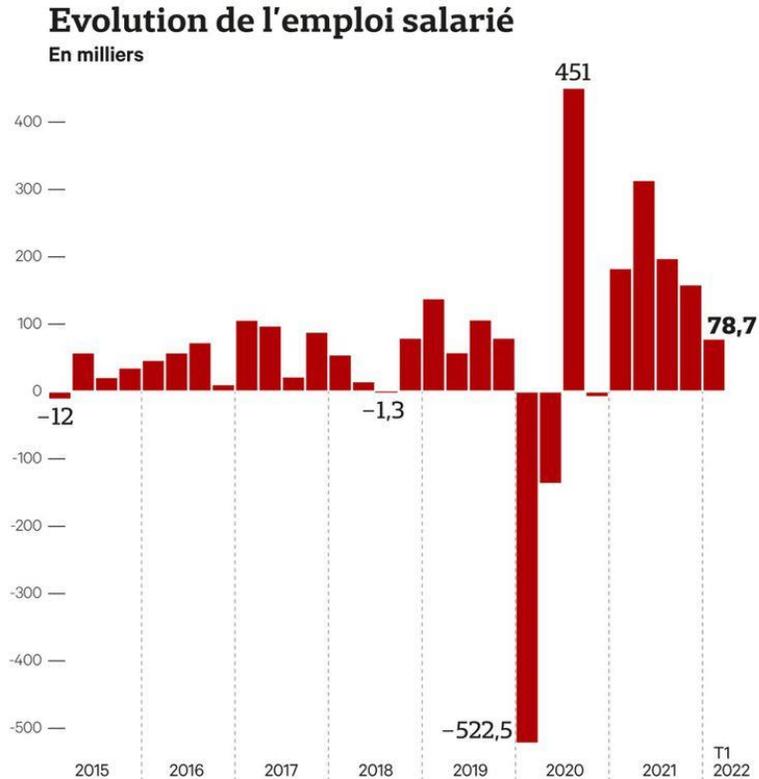
Opinion des ménages sur le chômage

soldes de réponses CVS, en points



Source : Insee

Les tensions croissantes sur les salaires



SOURCE : INSEE



L'inflation augmente beaucoup plus vite que les salaires depuis un an dans la zone euro

Glissement annuel, en %



« LES ÉCHOS » / SOURCES : BCE, BLOOMBERG, EUROSTAT





Les consommateurs inquiets vers un choc de demande ?



Le pouvoir d'achat : la préoccupation principale

- **La consommation baisse** : - 1,4 % en Mars, - 0,4 % en avril
- À commencer par les produits alimentaire frais : - 5,7 % en un an
- **Pouvoir d'achat** : - 0,8 %, la plus forte contraction depuis 2013
- La perception de baisse est très forte (67 % des français pense que leur pouvoir d'achat a baissé – source : Harris pour Casino)
- 7 français sur 10, on le sentiment de devoir faire des efforts pour équilibrer leur budget (source : Harris pour Casino)
- **Les comportements des consommateurs**
 - Ceux qui achètent moins
 - Ceux qui achètent moins cher (marque distributeur, discount, occasion ...)
 - Entre 2020 et 2022, la part de français client de l'enseigne Action est passée de 20 à 29 %
- **Etude CREDOC**
 - Seul 39 % prêts à acheter plus cher un produit respectueux de l'environnement (baisse de 4 points)
 - 44 % font attention aux dépenses des loisirs maison (Netflix ...)
 - **Malgré la situation aïre ses courses reste un plaisir pour 56 % des shoppers**



Pouvoir d'achat : les français pessimistes pour les prochains mois

Les Français se montrent assez pessimistes quant à l'évolution de leur pouvoir d'achat. Plus de 6 sur 10 (62%) estiment que celui-ci va décliner dans les prochains mois

La perte de pouvoir d'achat que les Français redoutent encore pour les prochains mois se reflète dans leur perception de l'évolution de la crise. Pour plus de 2 Français sur 3, le plus dur est encore à venir pour leur pouvoir d'achat

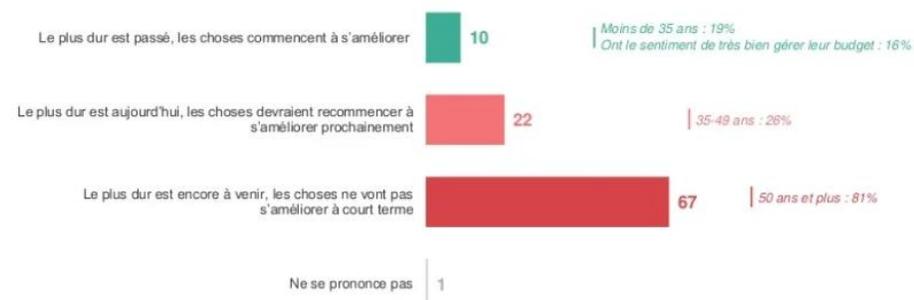
Personnellement, au cours des 6 prochains mois, pensez-vous que votre pouvoir d'achat... ?

- À tous, en % -



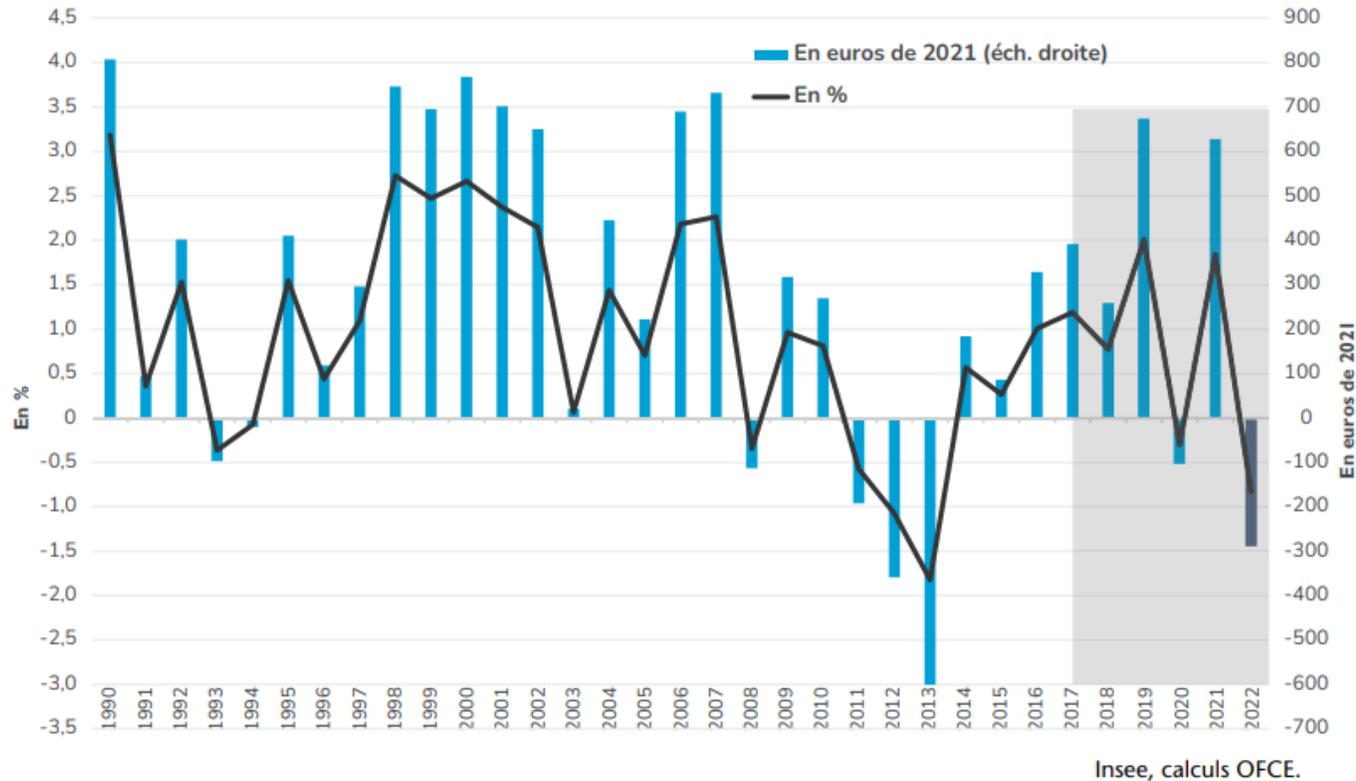
Au final, lorsque vous observez la situation actuelle de votre pouvoir d'achat, estimez-vous qu'actuellement... ?

- À tous, en % -



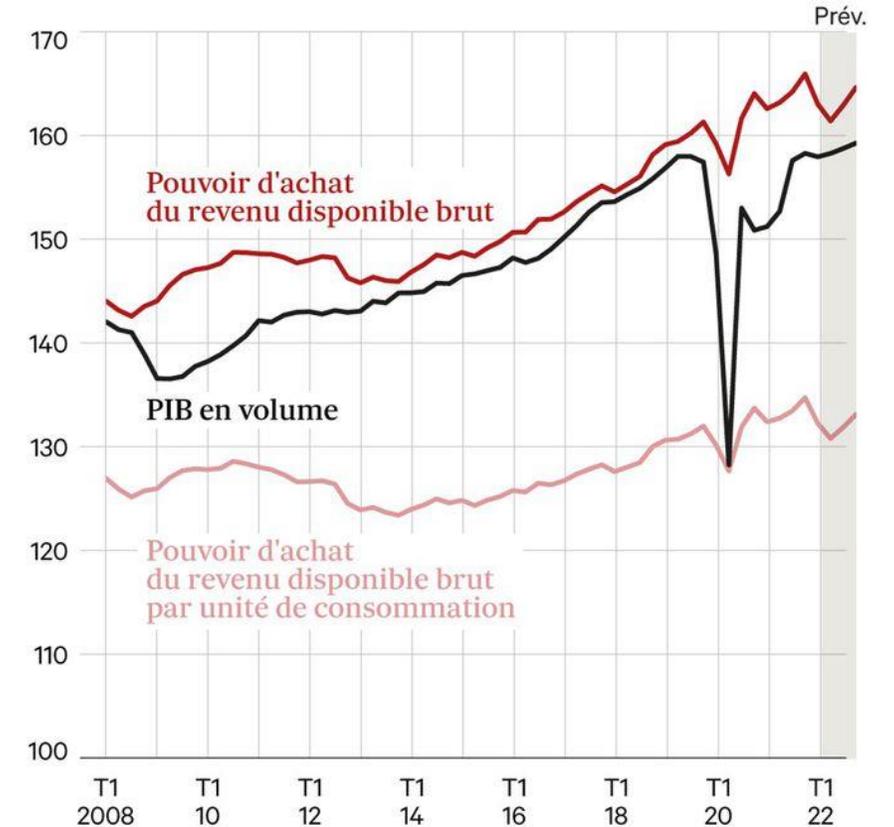
Une contraction du pouvoir d'achat en 2022, la plus forte depuis 2013 malgré les mesures d'accompagnement (-0,8 %). Une situation qui pourrait s'améliorer au second semestre selon l'INSEE

Graphique 6. Variation du pouvoir d'achat par unité de consommation



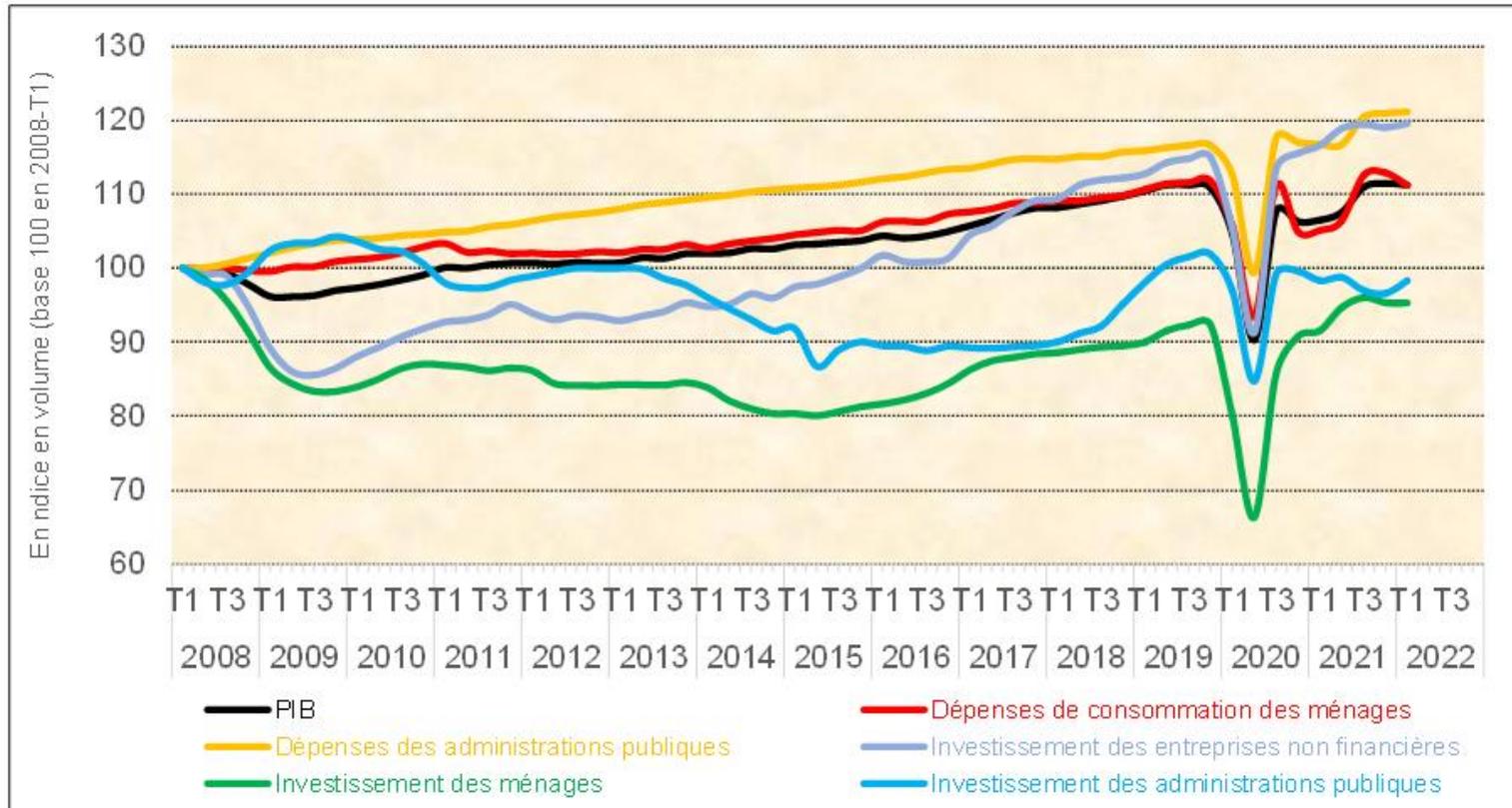
Le pouvoir d'achat augmenterait au second semestre

Base 100 en 1990



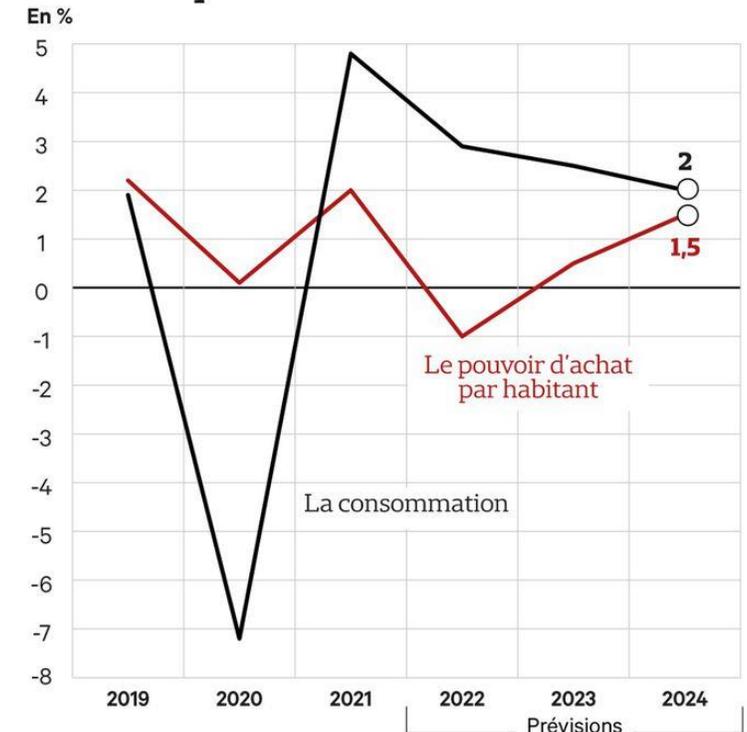
SOURCE : INSEE

La consommation se contracte durablement



Source : FFB d'après Insee

Les prévisions de la consommation et du pouvoir d'achat par habitant de la Banque de France



SOURCE : BANQUE DE FRANCE



Des impacts inégaux de l'inflation sur les français selon les lieux d'habitation

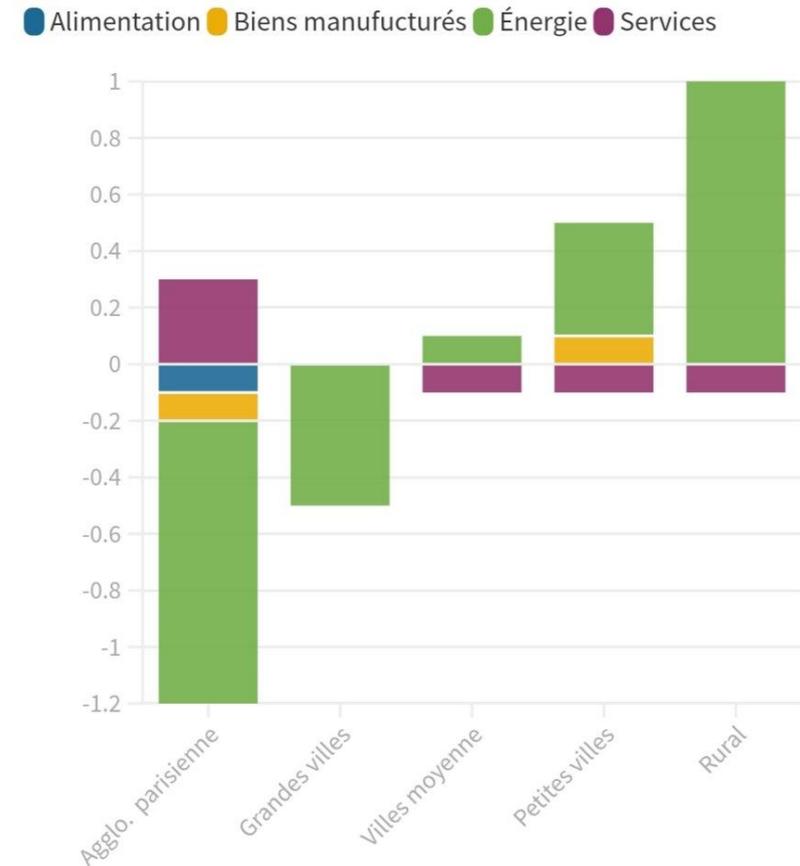
Évolution de l'inflation estimée selon la commune de résidence



Graphique: Ouest-France • Source: Insee - Juin 2022

Ainsi, en avril 2022, l'inflation estimée sur

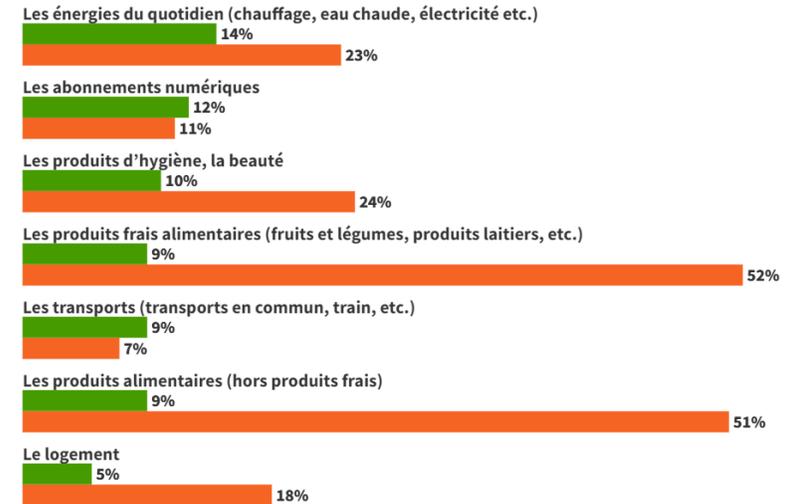
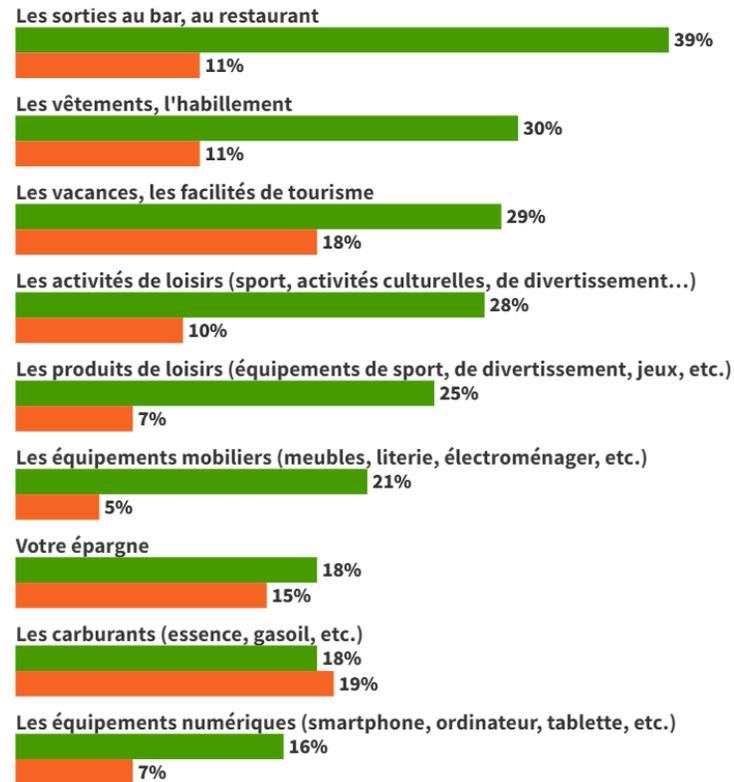
Contributions de différents postes à l'écart d'inflation en avril 2022, par commune de résidence



Source : Insee - Juin 2022

Les dépenses qui sont réduites en priorité : le restaurant/bar, l'habillement, les vacances, les loisirs

- A réduire en priorité
- A ne pas réduire



Harris interactive pour Casino • juin 2022

franceinfo:

● A Flourish chart



Vers un choc de demande au second semestre 2022 et en 2023 ?

- **Inflation plus forte à venir avec ses impacts sur le pouvoir d'achat réel et la perception de pouvoir d'achat**
- **Une baisse des constructions : un impact sur la demande d'équipement de la maison**
- **prix des produits alimentaires élevé jusqu'au terme du conflit Ukrainien**
- **Prix de l'énergie durablement élevé**
 - Sous production d'électricité
 - Transition énergétique
 - Guerre en Ukraine
- **Combiner écologie et consommation**
 - Baisse de consommation par choix (conso responsable) ou par contrainte (pouvoir d'achat)
- **La Covid n'a pas disparu avec ses risques sur la mobilité donc la consommation**





les entreprises sous pression face à l'incertitude et aux chocs simultanés d'offre et de demande

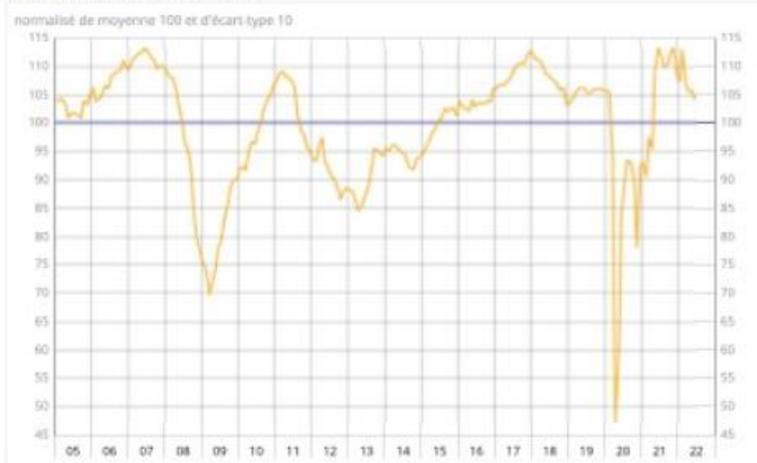


Les incertitudes multiples et le cumul de difficultés

- **L'investissement ne croit plus, la hausse des taux va amplifier le phénomène**
- **Les perspectives d'activité dans le commerce de détail se dégradent**
- **Des taux de marge écrasés**
- **Des difficultés de recrutement : une double pression sur les salaires**
 - Le pouvoir d'achat
 - Recruter et fidéliser
- **Les loyers, charges locatives et impôts continuent d'augmenter**
- **Les évolutions de la demande au cœur des préoccupations**
 - Pression sur les prix donc les marges et la rentabilité
 - Baisse de fréquentation
 - Rupture d'investissement
 - Tensions sur le parc de magasins et l'emploi

Le climat des affaires se dégrade en juin 2022 en particulier dans le commerce de détail (Insee)

Indicateur du climat des affaires France



Source : Insee

Indicateurs du climat des affaires et du climat de l'emploi

	Fév. 22	Mars 22	Avril 22	Mai 22	Juin 22
Indicateurs du climat des affaires					
France	113	107	106	106	104
Industrie	112	107	108	106	108
Bâtiment	113	114	116	114	115
Services	112	109	108	109	108
Commerce de détail	107	99	93	98	95
Commerce de gros		105		101	
Emploi					
	113	113	111	110	108

Sources : Insee, enquêtes de conjoncture

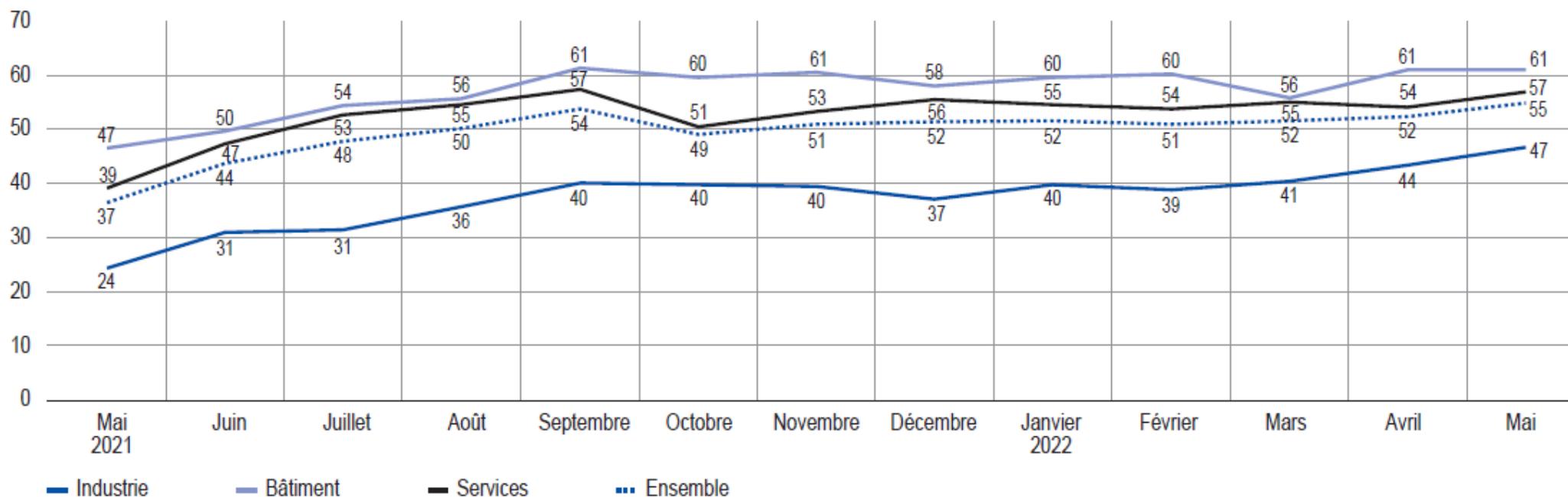
1 sur 2



Les difficultés de recrutement se poursuivent

Part des entreprises indiquant des difficultés de recrutement

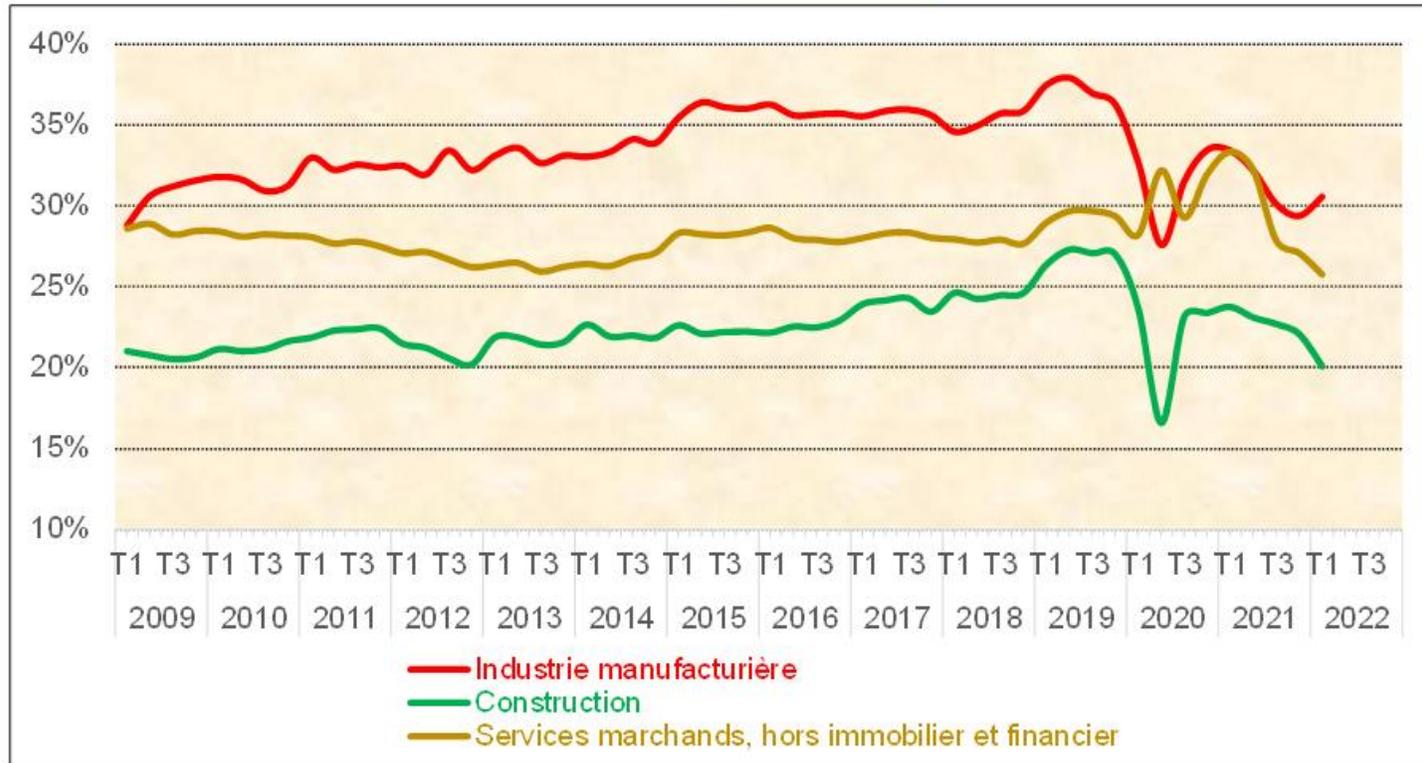
(en %, données brutes)



Source : INSEE

Les taux de marge des entreprises sous tension

Graphique 23 – Taux de marge opérationnelle corrigé de la rémunération des chefs d'entreprise non salariés



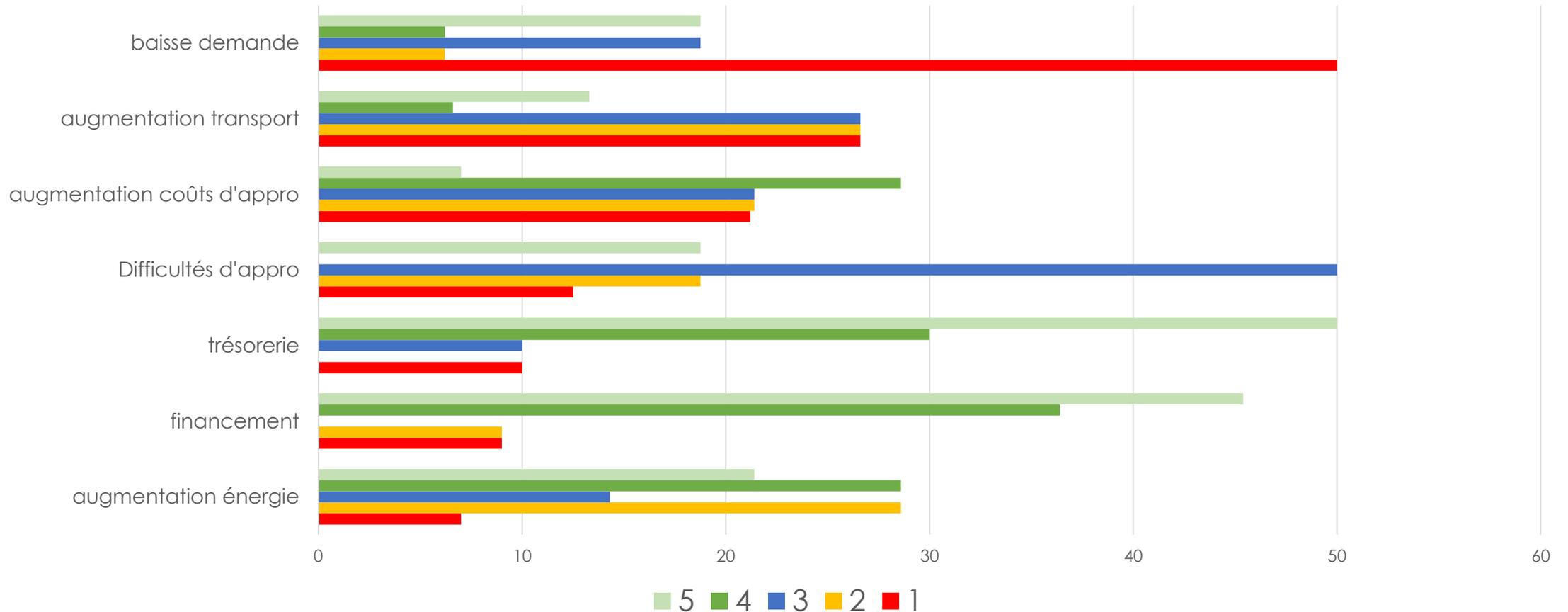
Source : Insee

Enquête Procos : La baisse de consommation, première inquiétude des enseignes suivi par les coûts de transports et d'approvisionnement

- 1 Baisse de la demande
- 2 Augmentation des couts de transport
- 3 Augmentation des coûts d'approvisionnement
- 4 Difficultés d'approvisionnement
- 5 Difficultés de trésorerie
- 6 Problèmes de financement
- 7 Augmentation du coût de l'énergie

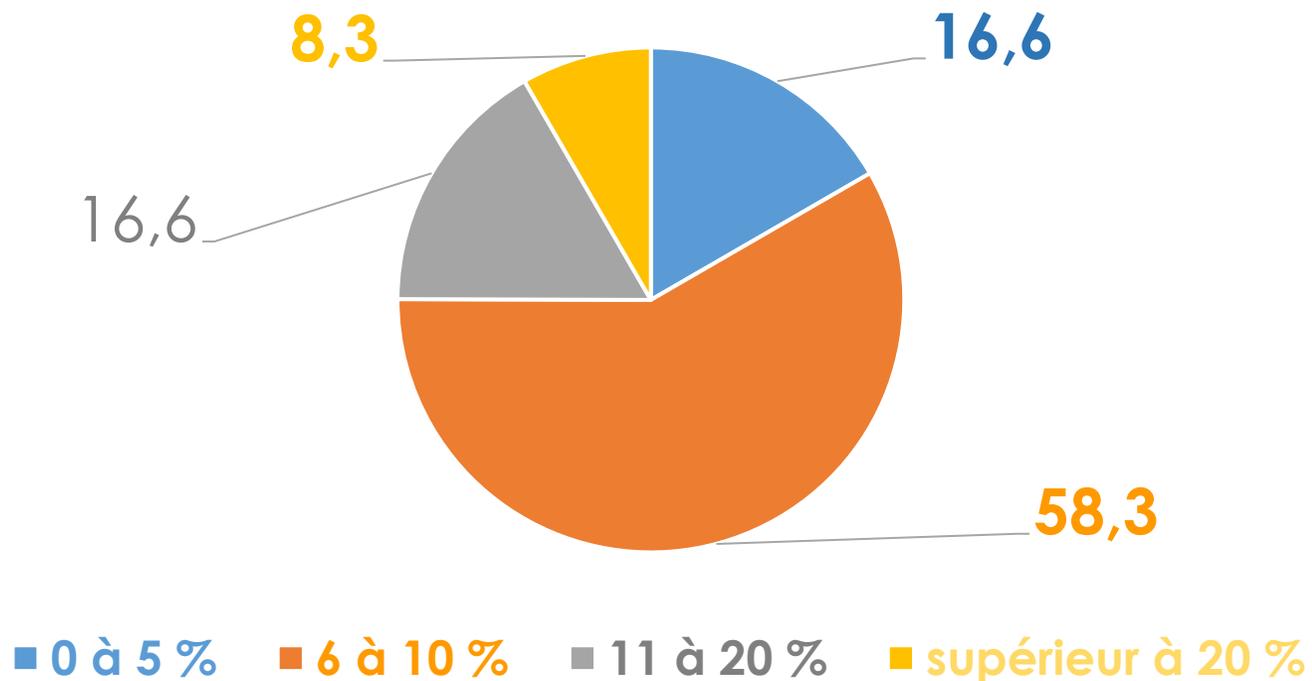
Les difficultés d'approvisionnement préoccupant tout de même pour 50 % des enseignes. Trésorerie et financement sont des préoccupations plus secondaires

1 est considéré comme plus important et 5 moins important



Des coûts d'approvisionnement qui augmentent de 12 % en moyenne

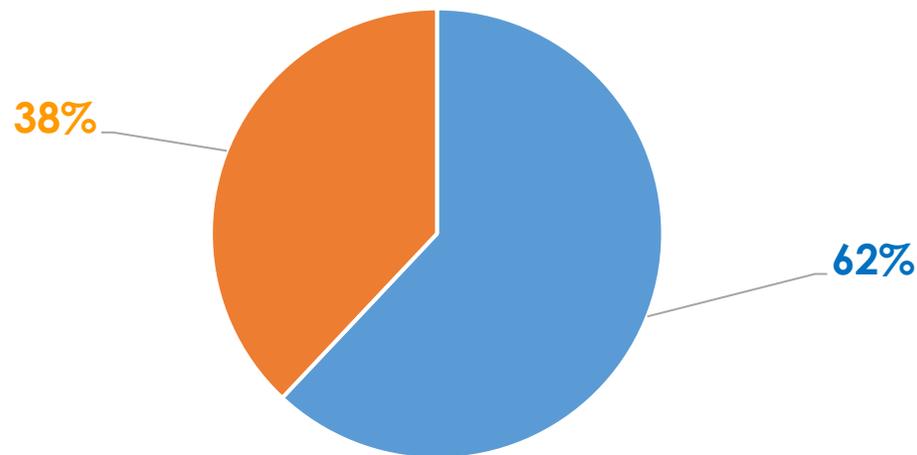
Evolution en % des coûts d'approvisionnement
1^{er} Semestre 2022



Prix de vente consommateurs

- 44 % des enseignes ont augmenté leur prix en juin 2022
- 5,7 % d'augmentation en moyenne

Evolution des prix en % des enseignes ayant augmenté leurs prix

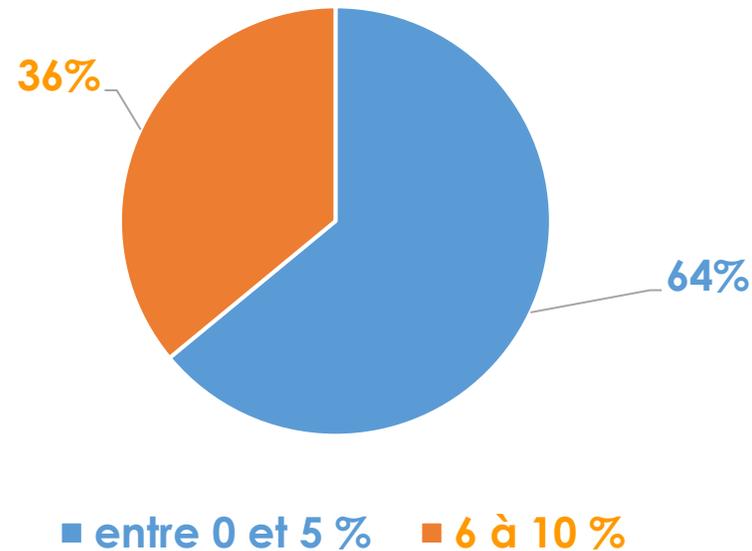


■ entre 0 et 5 % ■ 6 à 10 %

Prix de vente consommateurs (suite)

- 46 % vont augmenter leurs prix entre juillet et septembre
- Augmentation moyenne prévue : + 5 %

Prévisions d'augmentation des prix entre juillet et septembre pour les enseignes qui ont prévu de le faire



Evolution anticipées des salaires à date

- **70 % pensent le faire entre septembre et janvier**
- Moyenne estimée à date : + 3,75 %

Des coûts d'exploitation qui explosent

Matières premières ↑↑
Approvisionnement ↑↑
Transport ↑↑
Prix de l'énergie ↑↑↑
Loyer commerciaux ↑↑

Personnel

Difficultés de recrutement ↑↑↑
Salaires ↑

Incertitude sur les approvisionnements

Covid en Chine
Désorganisation mondiale
Restriction de consommation d'énergie (réduction de production, fermeture d'usine)

D'importants risques sur la demande

Baisse de pouvoir d'achat
Arbitrage en défaveur des achats non alimentaires. Baisse de fréquentation, report, baisse de panier moyen
Augmentation des loyers
Incertitude politique en France
Risques Covid au second semestre
Risque restriction électricité (fermetures magasins)
Flexibilité de la consommation aux évolutions de prix
Baisse du budget disponible pour les dépenses non alimentaires après augmentation des dépenses contraintes

Quelle politique de prix ?

Conséquences sur la rentabilité, le volume d'activité, les marges

Conséquences sur la trésorerie, les capacités d'investissement et le financement



Comment accompagner le
commerce et ses acteurs dans
les prochains mois et durant le
quinquennat ?



Comment accompagner le commerce face à une conjoncture très difficile et de profonds changements du modèle ?

● **Le court terme**

- Choc d'offre durable ou provisoire ?
- Modèle d'inflation ou hausse des prix ponctuelles ?
- Augmentation durable ou ponctuelle des salaires ?
- Mobiliser des collaborateurs de qualité et engagés
- Quelles évolutions de la consommation ?
 - À court terme : le prix, le discount et la baisse de consommation
 - Quelle consommation ?

● **Le moyen terme : se transformer malgré de grandes inconnues**

- accompagner et accélérer les transformations du commerce
 - L'offre
 - Le digital
- Les conséquences de la transformation énergétique et d'une certaine « démondialisation » sur le pouvoir d'achat du consommateur
- Consommation
 - Quel poids pour le responsable vs comportement prix ?
 - Quel prix de vente supportable ?



Donner rapidement des suites aux Assises du commerce



Quelques thématiques majeures

- **Un ministre en charge du commerce**
- **Positionner le commerce et ses acteurs comme majeurs dans les transformations de la société française**
- **La baisse des impôts de production : CVAE : 7 milliards dont 1,7 pour le commerce**
- **Accompagner l'investissement de transformation :**
 - Digital
 - Environnemental et responsable
 - suramortissement, crédit d'impôts, subvention, prêts
- **L'emploi dans le commerce : le commerce sera-t-il un amortisseur de crise comme par le passé ?**
 - **Les difficultés conjoncturelles ne doivent pas repousser à plus tard les investissements de transformation**



Comment accompagner le commerce dans les prochains mois

Le pouvoir d'achat

Accompagner **les ménages défavorisés** → Etat

Etre en capacité d'**augmenter les salaires** → Empêcher que l'augmentation des coûts fixes (ex. loyer) ne le permette pas → **cf. loyer ci-contre**

Limiter l'indexation des loyers de logement → Ne pas réduire le disponible pour consommer → **Etat et bailleurs**

Faciliter et favoriser le retour à l'emploi du plus grand nombre (apprentissage, seniors, personnes éloignées de l'emploi) : augmenter le nombre de personnes en emploi est le plus sûr moyen de soutenir la consommation et la croissance → **Etat**

Les coûts d'exploitation

Limiter l'évolution des loyers (l'indexation) → Etat et bailleurs → Plafonner l'indexation en 2023

Limiter l'augmentation des charges locatives (consommation d'énergie...) → avec les bailleurs en particulier dans les grands centres commerciaux

Fiscalité : empêcher le transfert par les bailleurs de fiscalité relevant de leurs obligations (taxes foncières)

Porter une attention particulière à ce que la réforme des valeurs locatives n'entraîne pas d'augmentation des taxes foncières qui, pour l'instant, est supportée par les exploitants le plus souvent → Etat et collectivités locales

Trésorerie et financements

Mobiliser le système bancaire et l'assurance crédit pour qu'ils accompagnent le retail → **Etat, banque, système financier et assurance**

Accompagner les capacités de financement → **Allongement des remboursements des PGE** → Etat

Financer les transformations

Accompagner les transformations digitales et environnementales : suramortissement, subvention, crédit d'impôt → **Etat**

Accélérer les investissements sur la **baisse de consommation d'énergie des magasins** → **Etat** (suramortissement, subvention...) → Empêcher la refacturation par les bailleurs des coûts relevant de leurs obligations

**LE POUVOIR D'ACHAT
POUR REDUIRE LES IMPACTS SOCIAUX
ET SOUTENIR LA CONSOMMATION**



GERER LES RISQUES COVID

ET

LE DIALOGUE SOCIAL

→ Permettre une exploitation normale des magasins



Faire face au futur mur des coûts de l'énergie pour la rentabilité des enseignes : limiter l'impact

Poids de l'énergie dans le compte d'exploitation des enseignes (sondage enseignes Procos)

L'énergie (en fait 95 % d'électricité) représente avant les augmentations en cours :

-De 0,8 % à 2 % du CA avec une moyenne à 1,3 %

→ les hypothèses dans les conditions actuelles est que **le poids passera 2,6 % en 2023 !!**

-Entre 30 % et 38 % du résultat d'exploitation avec une moyenne à 33 %

-Entre 16 % et 27 % de l'Ebitda avec une moyenne à 21 %

→ **limiter l'impact (réduire les taxes)**

→ **limiter les risques de rupture d'approvisionnement** et ses conséquences sur l'activité



Endettement et financement - L'enjeu du remboursement des PGE et mobiliser les banques et les assureurs crédits autour du commerce

SUIVI BANQUE DE FRANCE DES ENTITES BENEFICIAINT DU PGE AU 31 MARS 2022
(encours en milliards d'€)

Ventilation par secteur d'activité

Secteur d'activité	Nombre de bénéficiaires		Montants accordés	
	Nombre	Part dans le total	Encours	Part dans le total
AGRICULTURE SYLVICULTURE ET PECHE	23 356	3,45%	1,767	1,19%
INDUSTRIES EXTRACTIVES	264	0,04%	0,207	0,14%
INDUSTRIE MANUFACTURIERE	47 948	7,09%	18,234	12,30%
PROD DISTRIBUTION D ELECTRICITE GAZ VAPEUR D AIR CONDITIONNE	227	0,03%	0,184	0,12%
PROD DISTRIB D EAU ASSAINISSEMENT GESTIONS DECHETS DEPOLLUTION	1 404	0,21%	0,529	0,36%
CONSTRUCTION	88 074	13,02%	11,983	8,08%
COMMERCE REPARATION D AUTOMOBILES ET DE MOTOCYCLES	149 081	22,04%	32,850	22,16%
TRANSPORTS ET ENTREPOSAGE	22 266	3,29%	5,456	3,68%
HEBERGEMENT ET RESTAURATION	97 078	14,35%	10,529	7,10%
INFORMATION ET COMMUNICATION	17 288	2,56%	4,872	3,29%
ACTIVITES FINANCIERES ET D ASSURANCE	10 953	1,62%	29,685	20,03%
ACTIVITES IMMOBILIERES	16 101	2,38%	1,771	1,19%
ACTIVITES SPECIALISEES SCIENTIFIQUES ET TECHNIQUES	65 221	9,64%	16,071	10,84%
ACTIVITES DE SERVICES ADMINISTRATIFS ET DE SOUTIEN	24 497	3,62%	5,602	3,78%
ADMINISTRATION PUBLIQUE	28	0,00%	0,009	0,01%
ENSEIGNEMENT	12 770	1,89%	1,210	0,82%
SANTE HUMAINE ET ACTION SOCIALE	47 301	6,99%	3,296	2,22%
ARTS SPECTACLES ET ACTIVITES RECREATIVES	13 837	2,05%	2,479	1,67%
AUTRES ACTIVITES DE SERVICES	38 581	5,70%	1,480	1,00%
ACTIVITES DES MENAGES EN TANT QU'EMPLOYEURS	5	0,00%	0,000	0,00%
ACTIVITES EXTRA-TERRITORIALES	1	0,00%	0,000	0,00%
APE NON RENSEIGNE	189	0,03%	0,010	0,01%
Totaux	676 470	100,00%	148,224	100,00%

- La possibilité d'allongement doit être étendue à toute Entreprise en ayant besoin au-delà des TPE et des PGE de 50 K€ maximum
- Les conséquences de l'augmentation des taux d'intérêt
- Mobiliser les banques et les assureurs crédits autour du commerce

Immobilier de commerce:

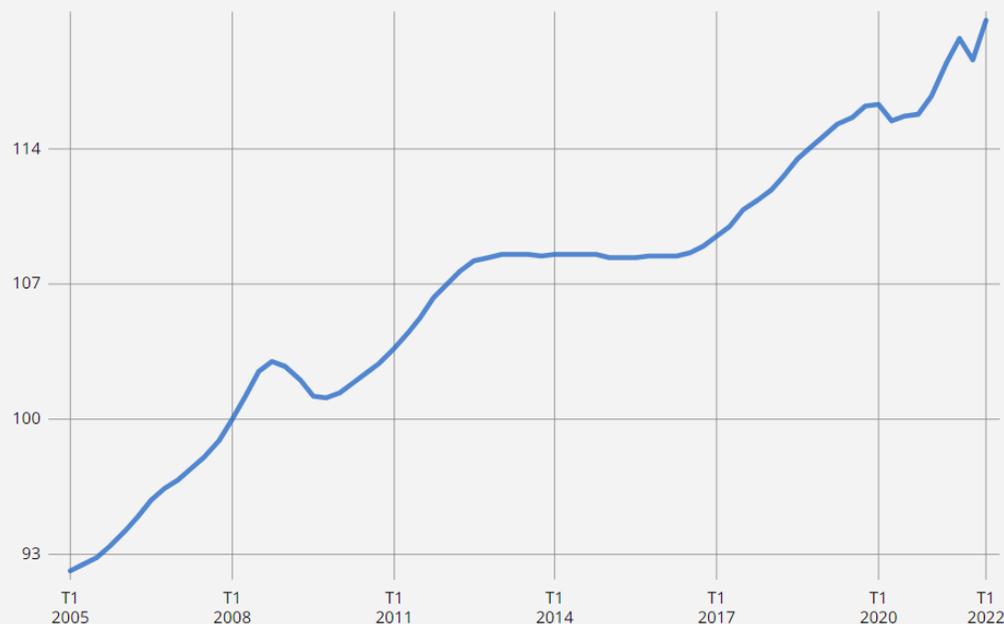
- **L'indexation des loyers et les coûts immobilier au cœur des problématiques majeures du modèle**
 - Baisse de fréquentation
 - Indexation automatique
 - Taux d'effort (loyer+ charges) insupportables
- **Un enjeu de baisse de consommation d'énergie accélérée**
- **Parc de magasins : les lourds enjeux des mois à venir : fréquentation, activité vs loyer**
 - des enseignes en développement
 - mais des arbitrages probables
- **Zéro Artificialisation Nette (ZAN) le commerce ne peut pas être la victime expiatoire**



Indice des loyers commerciaux + 3,32 %

Indice des loyers commerciaux (ILC) - Base 100 au 1er trimestre 2008

1er trim. 2022 : 120,61

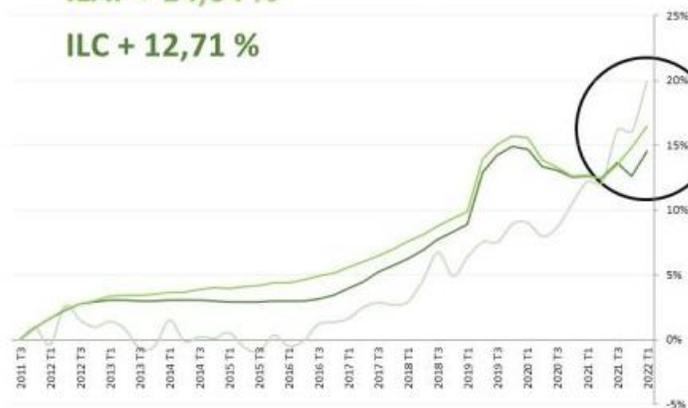


Évolution T1 sur les 10 dernières années (T1 2022/T1 2011)

ICC + 20 %

ILAT + 14,64 %

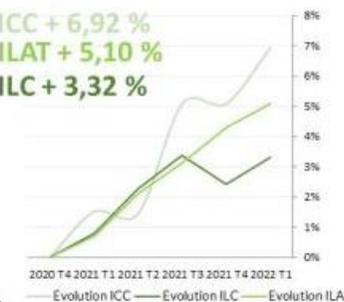
ILC + 12,71 %



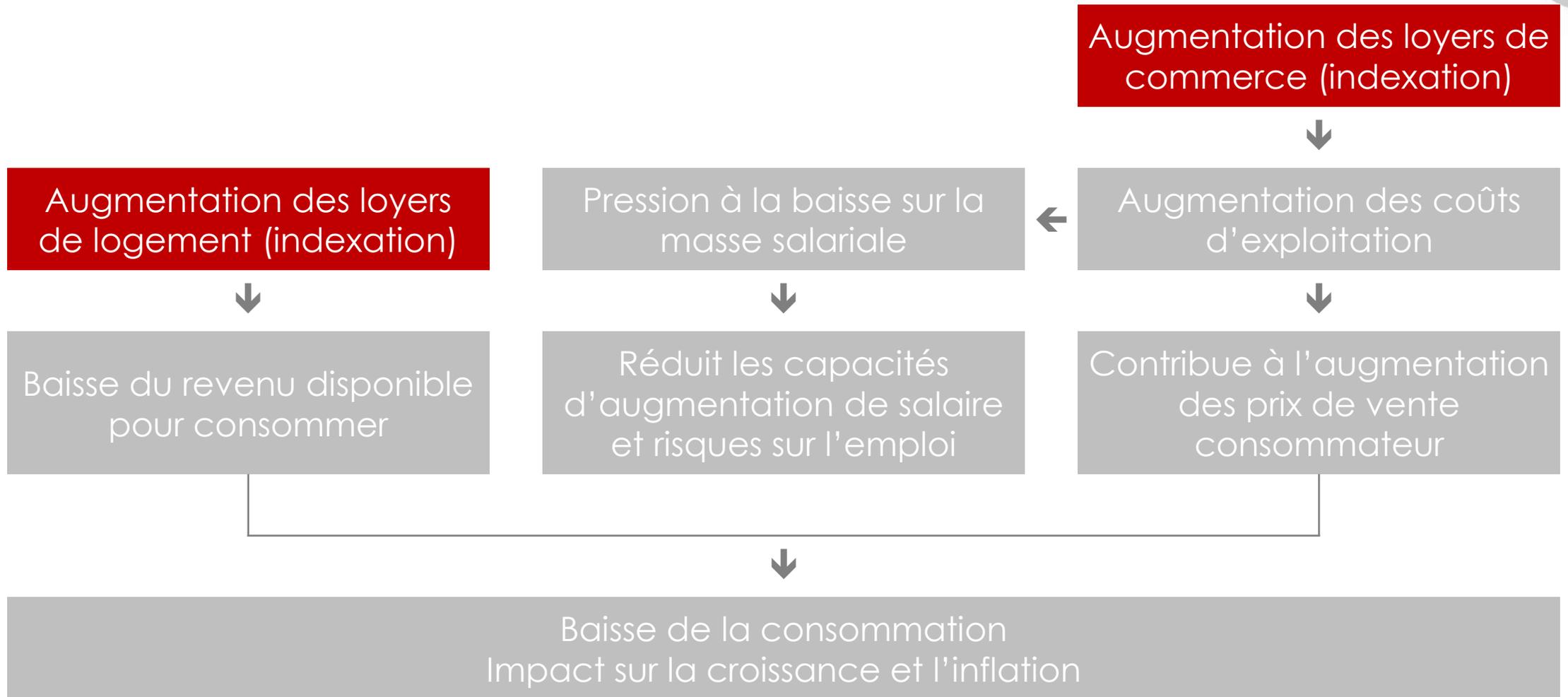
— Evolution ICC — Evolution ILC — Evolution ILAT

Zoom sur T1/n-1
T1 2022 / T1 2021

ICC + 6,92 %
ILAT + 5,10 %
ILC + 3,32 %



Les loyers au cœur de la spirale d'inflation et de baisse de consommation



Conclusions : les priorités d'action

- **Le futur ministre du commerce doit engager la suite des Assises du Commerce**
- **Limiter fortement l'indexation des loyers de commerce pour 2023 à 2 %**
- **Agir sur les coûts de l'énergie pour les entreprises du commerce et accompagner les investissements de transformation énergétique**
- **Réduire les impôts de production**
- **Permettre l'allongement du remboursement des PGE pour toute entreprise du commerce et mobiliser les acteurs du financement**
- **Des enjeux d'emplois sont fondamentaux pour les entreprises mais aussi pour les territoires**
 - soutenir les entreprises pour limiter les risques d'arbitrage de parc de magasins
 - permettre les augmentations de rémunération (salaires, intéressement, prime, ...) **en évitant l'effet ciseaux des coûts immobiliers**
 - faciliter les mesures de retour à l'emploi dans un secteur qui a toujours joué un rôle important d'amortisseur de crise (formation, impact du coût du carburant)



ECHANGES/QUESTIONS-REPONSES



**MERCI A TOUTES ET TOUS
EXCELLENTE JOURNÉE
ET
TRES BEL ÉTÉ**

