

Commerce spécialisé : l'activité des magasins en baisse de - 6,3 % en juillet 2022 par rapport à juillet 2021

L'activité du commerce spécialisé (*) en juillet a été mauvaise avec une baisse de - 6,3 % par rapport à juillet 2021 en magasins (la baisse en juin avait déjà été importante à - 5,9 % vs juin 2021) et - 12,4 % pour les ventes internet entre juillet 2021 et juillet 2022.

A l'exception de la restauration (+ 6,5 %), tous les secteurs connaissent une baisse d'activité en juillet 2022 comparativement à juillet 2021. Les baisses des ventes magasins sont fortes dans les secteurs de l'habillement (- 17,9 %), la chaussure (- 15 %), des jouet-culture-cadeaux (- 5,1 %). Même l'équipement de la maison longtemps préservé subit une baisse très significative (- 7,1 %). Les baisses sont moins fortes pour l'alimentaire spécialisé (- 1,8 %) et la beauté-santé (- 1,1 %).

Par rapport à l'avant Covid, l'activité demeure en fort retrait avec une baisse de - 4,2 % par rapport à juillet 2019 pour l'ensemble des enseignes du commerce spécialisé.

Sur les sept premiers mois de l'année, la moyenne cumulée des ventes magasins pour le commerce spécialisé reste inférieure de - 2,5 % par rapport à la même période en 2019 mais reste surtout très en retrait pour des secteurs tels que la beauté-santé (- 10 %), l'habillement (- 9 %), la chaussure (- 4,3 %).

Les ventes internet mensuelles des enseignes continuent de décroître avec une baisse de - 12,4 % entre juillet 2021 et juillet 2022 pour le commerce spécialisé dans son ensemble. Sur ce mois, seul l'équipement de la maison retrouve une hausse de ses ventes web de 17 % par rapport à 2021.

La fréquentation des points de vente reste très en retrait par rapport à juillet 2019 (**): - 17,5 % sur l'ensemble des points de vente dont - 16 % en centres villes et - 18 % en centres commerciaux.

Par rapport à juillet 2021, la baisse de la fréquentation des points de vente est faible en moyenne (- 2 %) mais fait apparaître de très fortes différences géographiques avec des régions en rebond telle que l'Île de France (+ 8,4 %) grâce, en particulier, à une bonne fréquentation touristique mais d'autres régions en forte baisse par rapport à l'an passé, telles que, pour les plus impactées : Nouvelle Aquitaine (- 9,2 %), Pays de Loire et Occitanie (-7,3 %), Bretagne et Bourgogne Franche Comté (- 6,2 %). Les centres villes rencontrent une plus forte baisse de fréquentation en moyenne que les autres lieux de commerce avec - 5 %. Peut-être un effet de date de soldes avancée en 2022 par rapport à 2021. Le bilan global de l'été ne pourra être tiré que fin août avec l'effet de la canicule, de l'obligation de fermetures des portes des points de vente dans de nombreuses villes ...

A date, les tendances de fréquentation des points de vente pour la première semaine d'août est début- 18,6 % pour la première semaine d'août par rapport à 2019.

Les soldes se sont terminés mollement comme ils avaient commencé et le retour des touristes étrangers en France, notamment à Paris, n'a pas permis de soutenir suffisamment l'activité pour qu'elle atteigne le niveau de celle de l'an passé.

Par ailleurs, les évolutions d'activité ci-dessus sont des évolutions en valeur, or certains produits ont connu des hausses de prix depuis l'an passé, en conséquence **une analyse en volume (net de hausse de prix) serait encore plus dégradée.**

L'augmentation forte des prix des produits de première nécessité, en particulier l'alimentaire et le carburant, alimentent l'inquiétude des consommateurs et impactent leurs pouvoirs d'achats. **Des consommateurs qui arbitrent en défaveur des achats non alimentaires au profit également des dépenses de vacances.**

La rentrée et la fin d'année seront déterminantes pour l'ensemble des secteurs du commerce spécialisé compte tenu du poids très fort des quatre derniers mois de l'année pour l'activité d'un très grand nombre d'enseignes. Les dépenses de rentrée scolaire fin août/début septembre seront un signe marqueur important des comportements de consommation des ménages français.

Le gouvernement et le parlement ont confirmé les mesures de soutien au pouvoir d'achat, en particulier le bouclier énergétique souhaitons que celles-ci permettent de **soutenir une certaine dynamique d'une consommation qui demeure déterminante pour l'économie française.**

Pour les commerçants, la loi pouvoir d'achat a acté le plafonnement à 3,5 % de l'indexation des loyers commerciaux (ILC) pour limiter l'impact sur les coûts d'exploitation des commerces suite à une concertation sous l'égide d'Olivia Grégoire. Une bonne étape et un bon signe vers la compréhension des problématiques du commerce physique dans un tel environnement macroéconomique. **Procros regrette que cette mesure ait été limitée aux entreprises de moins de 250 salariés alors que, bien entendu, aucune enseigne, quelle que soit sa taille n'est en mesure de supporter des augmentations de loyers plus élevées.**

Autre inquiétude très forte pour les coûts d'exploitation et l'activité de la fin d'année : l'énergie. Les enseignes du commerce spécialisé seront bien entendu des acteurs engagés dans les baisses de consommation et les protocoles qui seront mis en place pour éviter des

Contacts presse :

Emmanuel LE ROCH, Délégué Général - emmanuel.le.roch@procos.org tel : 06 07 21 57 02

31, rue du 4 septembre - 75002 Paris - Tél. : 01 44 88 95 60 ■ club@procos.org ■ www.procoss.org

coups d'énergie qui ne sont évidemment pas envisageables à une période où l'activité des commerces pèse très lourd dans le résultat annuel. **Au-delà des mesures de bon sens, il est indispensable d'accélérer les investissements** dans le domaine de la baisse de consommation mais également de la production d'énergie en mettant en œuvre les accompagnements et incitations adéquates (suramortissement, financements, aides ...) qui permettent d'impulser ces accélérations indispensables de la transition énergétique du commerce.

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

Évolution du CA magasins du commerce spécialisé en juillet 2022 vs juillet 2021



Évolution du CA magasins du commerce spécialisé sur la période janvier-juin 2022 vs 2019



Source : panel Procos

(*) 80 enseignes interrogées sur leur performance en France

(**) Observatoire Procos/Stackr de la fréquentation des magasins