

### Commerce spécialisé : février 2022 à - 6,4 % par rapport à 2019, de fortes inquiétudes pour les prochains mois

En février 2021, les grands centres commerciaux étaient fermés, la comparaison sur une année n'est donc pas significative, ce qui nous oblige à comparer avec février 2019 : **février 2022 reste en retrait de - 6,4 % par rapport à février 2019 pour l'ensemble du commerce spécialisé**. L'activité n'est pas comparable par rapport à février 2021 car les grands centres commerciaux étaient fermés.

**Les tendances des mois précédents se sont poursuivies.** Par rapport à février 2019, les secteurs en retrait en magasins sont la chaussure (-25,6 %), la restauration (-20,4 %), le textile (-11,2 %), culture-jeux-jouets (-7,4 %), beauté-santé (-5,8 %). Deux secteurs ont une activité en positif vs février 2019 : l'équipement de la maison (+ 14,5 %) et l'alimentaire spécialisé (+8,4 %).

**Les ventes web du commerce spécialisé de février 2022 sont en baisse vs février 2021 (- 25,9 %)** et cette baisse est constatée dans tous les secteurs. Elles sont toutefois très supérieures à celles de 2019 (+ 64 %) ce qui démontre la transformation accélérée vers un modèle omnicanal.

**Sur la période Janvier-Février, l'activité des magasins est en croissance à + 16 % mais reste en retrait vis-à-vis de la même période en 2019 : - 10,6 %.** Les secteurs dont l'activité magasins est le plus en retrait vs 2019 sur la période du début d'année : chaussure (-29 %), restauration (-20,4 %), textile (-17,2 %). **En ce qui concerne les ventes web, elles sont en baisse sur ce début d'année vs 2021 (-9,8 %).** Rappelons qu'elles sont supérieures de + 54 % par rapport à la période de début 2019.

**Les fréquentations des magasins (\*\*)** en février 2022 restent très en retrait par rapport à février 2021 (- 14 %) hors magasins situés dans les centres commerciaux fermés en février 2021.

**La guerre en Ukraine va entraîner une dégradation des dépenses de consommation des français et une augmentation violente des coûts d'exploitation des enseignes (énergie, ...). D'où l'urgence de trouver des solutions sur une indexation réduite des loyers en 2022 et d'accompagner les entreprises sur le gros problème de l'énergie.**

Contraction des ventes des magasins et de leur fréquentation, accroissement du poids des ventes web résultent de transformations accélérées du modèle omnicanal. Evolutions qui rendent impératif un **« Plan Commerce 2030 »** dès le début du prochain quinquennat. **Procos demande à chaque candidat de se positionner sur sa volonté de mettre le commerce au cœur de l'action gouvernementale** avec des mesures qui créent vite les conditions d'une **multiplication par deux de l'investissement annuel** des commerçants de toute taille (cf Le Livre Blanc 22 propositions pour développer le commerce sur le site Procos)

(\*) 80 enseignes interrogées sur leur performance en France

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

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

Évolution du CA magasins du commerce spécialisé du 1<sup>er</sup> au 28 février 2022 vs 2019



Évolution du CA magasins du commerce spécialisé du 1<sup>er</sup> janvier au 28 février 2022 vs 2019



Évolution du CA web du commerce spécialisé du 1<sup>er</sup> janvier au 28 février 2022 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.procos.org