

Commerce spécialisé : mars dans l'incertitude marqué par une suspension de consommation. Les ventes baissent sur internet (- 26 % en mars 2022 vs mars 2021)

Hausses des prix qui impactent le pouvoir d'achat, climat d'inquiétude et d'incertitude généré par la guerre en Ukraine et l'élection présidentielle, tout incite les consommateurs français à une grande prudence ou à certaines privations ainsi qu'à un report de certains projets d'achats.

Si les comparaisons de l'activité des magasins par rapport à 2021 n'ont que peu de sens car les grands centres commerciaux étaient fermés en mars 2021, **les très fortes baisses des ventes internet des enseignes sont très parlantes. Celles-ci sont en forte baisse en mars par rapport à mars 2021 : - 26 % en moyenne pour le commerce spécialisé, - 64 % pour le secteur jouet jeux cadeaux, - 31,5 % pour la beauté-santé, - 31,6 % pour le textile et pour la maison - 28,2 % (*)**.

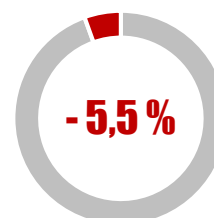
Notons que **mars est le premier mois de baisse des ventes en magasins en équipement de la maison depuis le premier confinement (- 10 % par rapport à mars 2021)**, un signe clair des reports de projets de la part des Français en attendant des jours meilleurs.

Par rapport 2019 qui reste l'année de référence, l'activité magasins est en recul de - 5,3 % tous secteurs confondus. Les différences sectorielles demeurent fortes. Seules deux activités sont en progrès par rapport à mars 2019 : l'alimentaire spécialisé (+ 11,7%) et la maison (3,4 %). Les autres restent très en deçà de mars 2019 : restauration (- 14 %), chaussure (- 13,8 %), beauté-santé (- 13 %), jeux-jouets-culture (-10,3 %) et textile (- 9,7 %).

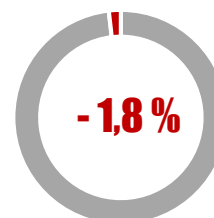
La fréquentation est en forte baisse dans tous les lieux de commerce : centres commerciaux (- 30 %), centres villes (- 25 %), zones commerciales et retail park (- 13 %). Certains secteurs tels que jeux-jouets-culture ou équipement de la maison sont particulièrement impactés (*).

Évolution des chiffres d'affaires du commerce spécialisé Magasins à surface égale et ventes web

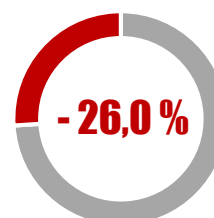
Évolution des ventes magasins de janvier à mars 2022 vs 2019



Évolution des ventes cumulées magasins plus internet de janvier à mars 2022 vs 2019



Baisse des ventes internet en mars 2022 vs mars 2021



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

Sur le premier trimestre, les ventes de janvier à mars entre 2022 et 2019 sont en retrait en magasin (- 5,5 %) et en cumul magasins plus web l'activité totale est toujours en retrait (- 1,8 %). Seul le commerce alimentaire (+ 30,7 %) et la maison (+ 5 %) font mieux qu'en 2019 si l'on cumule magasins et web. A nouveau, les autres secteurs restent en retrait : textile (- 17,1 %), chaussure (- 14 %), beauté sante (- 2 %).

Les enseignes du commerce spécialisé sont préoccupées par la situation et l'impact sur le pouvoir d'achat des Français d'une part, et l'explosion de leurs coûts d'approvisionnement et d'exploitation, d'autre part (énergie, loyer...). **Un dangereux effet ciseaux qui met en danger les acteurs du secteur et leur rentabilité.** C'est pourquoi **Procos s'est associé à l'appel du Conseil du Commerce de France demandant au gouvernement d'agir sur les prix de l'énergie et à l'Europe d'intervenir sur les coûts de transport maritime.**

Dans ce contexte, **Procos regrette que le secteur du commerce**, pourtant vital pour la vie des Français dans les territoires **n'ait pas encore fait l'objet d'engagements clairs et volontaristes de la part de la plupart des candidats aux présidentielles.** Il rappelle la nécessité impérieuse de mettre en œuvre un plan commerce 2030 ambitieux pour un secteur au cœur de la vie des Français et des transformations de la société.

() 80 enseignes interrogées sur leur performance en France*