

Commerce spécialisé : un mauvais mois de juin confirmé, des sujets de préoccupation pour le second semestre

L'activité du commerce spécialisé affiche un mois de juin médiocre avec des ventes magasins en baisse de - 5,9 % par rapport à juin 2021 (*). Des chiffres qui confirment les tendances annoncées par Procos le 29 juin dernier avec un début de soldes en net retrait.

La fréquentation des magasins (- 16,6 % par rapport à juin 2019) confirme cette tendance insuffisante après un mois de mai qui avait été plutôt positif (**).

Les enseignes de l'habillement sont les premières impactées avec un mois en baisse de -12,4 % par rapport à 2021 malgré des soldes qui ont commencé une semaine avant par rapport à 2021. Le secteur de la chaussure s'en sort mieux avec une baisse réduite de - 1 % en magasin par rapport à 2021.

Notons que l'activité du secteur beauté-santé très impactée durant la Covid, retrouve des couleurs ce mois-ci avec une hausse de + 3,5 % en magasins.

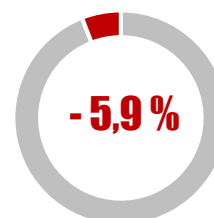
Alors que les ventes web étaient en baisse tous les mois précédents par rapport à 2021, elles augmentent en juin dans les secteurs chaussure, alimentaire spécialisé, maison, beauté-santé. Une augmentation de 6,8 % en moyenne pour l'ensemble du commerce spécialisé.

Pour le semestre et par rapport à 2019, les chiffres confirment les tendances des précédents mois en magasin : alimentaire spécialisé (+ 18 %), équipement de la maison (+ 7 %), sport (+ 15 %), à l'opposé de l'habillement (- 7,8 %), beauté-santé (- 10,3 %), chaussure (- 9,8 %) pour une moyenne du commerce spécialisé dans son ensemble a - 2 %.

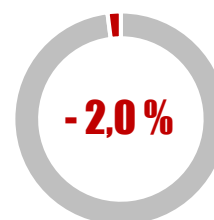
Au-delà des chiffres et des constats sur le passé, toute l'attention des enseignes porte actuellement sur la rentrée et la fin de l'année, deux périodes vitales pour beaucoup de secteurs du commerce.

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

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



Évolution du CA magasins du commerce spécialisé
sur la période janvier-juin 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.prococos.org

Trois types de sujets préoccupent les acteurs :

- **les nombreuses impacts sur les coûts d'exploitation qui augmentent de manière considérable** et les inquiétudes sur la consommation à la suite des conséquences de la hausse des prix sur le pouvoir d'achat. Ecrasement concomitant des marges et baisse de consommation entraîneraient de nombreux acteurs dans une zone de danger : trésorerie, rentabilité de nombreux magasins...
- Autre point d'attention : **les prochaines semaines apporteront-elles la confirmation par la nouvelle ministre Olivia GREGOIRE de l'annonce d'un Plan commerce** dont les contours ont déjà été dressés lors des Assises du Commerce, voici déjà six mois ?

L'attente du secteur est très forte. Procos accueille avec satisfaction la nomination d'une ministre du commerce et se tient dès à présent à sa disposition pour avancer rapidement sur les dossiers visant à faire du commerce un secteur de transformation transversale de la société française.

Bien entendu, les décisions récentes de la Cour de cassation jugeant qu'en droit, les loyers Covid devaient être payés alors que les magasins étaient fermés administrativement, inquiètent beaucoup les enseignes sur l'adaptation des dispositions du droit à la réalité de la vie économique et sociétale. Quels enseignements a-t-on retirés de cette période anxiogène et dangereuse ?

- Enfin, deux dossiers doivent être traités rapidement :
 - **un plafonnement de l'indexation des loyers** pour limiter les impacts inflationnistes et sur la consommation,
 - **les mesures d'accompagnement pour dynamiser et aider les lieux de commerce et les magasins à réduire leurs consommations d'énergie** (isolation de bâtiment, équipement technique...), **produire de l'énergie** (photovoltaïque) et mettre en œuvre les obligations réglementaires (bornes de rechargement...).

Sans accompagnement (subvention, fiscalité), le secteur ne pourra pas financer à la fois les mises aux normes et les investissements de transition. Or, l'urgence s'est encore accrue compte tenu de l'explosion des coûts énergétiques, des problèmes de production et l'accélération de la volonté politique dans la transition énergétique.

(*) 80 enseignes interrogées sur leur performance en France

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