

Commerce spécialisé : une faible croissance en valeur de l'activité, des baisses de volume. Un mauvais mois pour l'habillement.

L'activité des magasins des enseignes du commerce spécialisé de novembre 2022 a été légèrement supérieure à celle de 2021 (+ 1,4 %) et similaire à celle de novembre 2019 (+ 1,5 %) (*). Toutefois, il s'agit d'évolution en valeur qui bénéficie donc de la hausse des prix pratiqués en 2022 ce qui signifie une baisse en volume estimée entre 2 et 3 % en une année par rapport à novembre 2021.

L'habillement réalise un mauvais mois à - 2,9 % en magasin et - 5,6 % sur le web, ce qui signifie une baisse cumulée de l'ordre de - 6 % en volume de produits vendus par rapport à novembre 2021. Une activité qui, en magasin, reste inférieure de - 6,2 % en valeur par rapport à novembre 2019.

Le mois a été au contraire dynamique pour certains secteurs, en particulier dans la beauté-santé avec une hausse de + 13,4 % de l'activité en valeur dans les magasins. Une tendance bien orientée confirmée avec une activité à nouveau comparable à celle de 2019.

Bon mois de novembre également pour le secteur de la chaussure avec + 5,1 % par rapport à 2021 ce qui permet de retrouver l'activité de novembre 2019 grâce en grande partie à un effet hausse de prix.

Un mois de novembre négatif en magasin pour l'équipement de la maison (- 3,5 %) par rapport à 2021 mais qui reste supérieur de 10,8 % à l'activité magasin de 2019.

La fréquentation des magasins (***) est légèrement inférieure à celle de novembre 2021 (- 0,3 %) et reste en retrait de 21 % en moyenne par rapport à 2019 aussi bien dans les centres-villes que dans les centres commerciaux.

Depuis le début 2022, en cumul l'activité du commerce spécialisé reste légèrement inférieure à 2019, à - 0,6 % en valeur soit une activité qui reste en retrait entre - 2 et - 3 % en volume. Habillement, chaussure, cadeaux-culture-jouet restent en retrait par rapport à la même période en 2019 (entre - 5,5 % et - 9 %).

Les ventes web sont légèrement supérieures à celles de novembre 2021 pour le commerce spécialisé (+ 4,1 %) mais elles baissent fortement pour le sport, le secteur culture-cadeaux-jouet et l'habillement.

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

Évolution de l'activité des magasins du commerce spécialisé novembre 22 vs novembre 21



Évolution de l'activité des magasins du commerce spécialisé janvier-novembre 2022 vs même période en 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

Depuis le début de l'année 2022, les ventes web sont en baisse de - 27,5 % par rapport à 2021 pour l'ensemble du commerce spécialisé. Une baisse constatée dans tous les secteurs à l'exception de celui de la chaussure qui connaît une hausse de + 10,6 % par rapport à janvier-novembre 2021.

Les trois prochaines semaines sont les plus importantes de l'année pour une majorité de commerces et vitales pour certains secteurs (cadeaux, jouets, alimentaire spécialisé...). Manifestement les Français ont retardé au maximum leurs achats ce qui est préoccupant compte tenu des baisses de volume de ventes observés depuis quelques semaines suite aux fortes hausses de prix qui commencent à impacter le non alimentaire. Espérons que les Français souhaiteront se faire plaisir malgré ou à cause du contexte.

Le bilan devra être tiré dans quelques semaines, bien entendu l'impact sera important compte tenu des conséquences sur les résultats annuels des enseignes d'une période qui pèse très lourd. Cela fixera les conditions dans lesquelles les enseignes, et tous les commerçants, seront en capacité **d'aborder une année 2023 forcément complexe avec des coûts d'exploitation, notamment énergétiques, qui augmentent très fortement, donc des marges écrasées, alors que les tensions sur la consommation sont croissantes.**

* 80 enseignes interrogées sur leur performance en France

** Observatoire Procos/Stackr de la fréquentation des magasins