

Commerce spécialisé : l'activité d'avril satisfaisante mais des perspectives nuageuses pour les prochains mois

L'activité d'avril 2022 ne peut se comparer à celle de 2021 car l'année dernière une grande partie des magasins était fermée.

L'activité du commerce spécialisé au mois d'avril est supérieure à celle d'avril 2019 dans les magasins (+ 1,6 %) et en cumul ventes magasins et web (+ 5,7 %) (*).

Une bonne nouvelle même s'il faut relativiser car **l'impact calendaire (un samedi de plus) limite la comparabilité réelle**. Par ailleurs, la date de Pâques était différente avec de très forts et favorables impacts sur les ventes notamment pour l'alimentaire spécialisé (épicerie fine, chocolat...) dont l'activité d'avril fut excellente.

Pour le détail des activités ; le textile fait mieux qu'en avril 2019 (+ 3,2 % en cumul magasins et web avec + 1,8 % en magasin) avec une météo favorable et, enfin, le retour de l'envie des Français de s'habiller avec la reprise d'une vie sociale et d'une mobilité plus normales. **L'équipement de la maison** (+ 8,1 % en point de vente) et surtout l'alimentaire pour les raisons citées plus haut (+ 26 %) sont nettement au-dessus de 2019 alors que la **beauté-santé** (- 7,8 %), la **chaussure** (-4,2 %), les **jouets-jeux-cadeaux** (- 2,9 %) et la **restauration** (- 18 %) sont encore sensiblement en dessous malgré les effets calendaires positifs.

Les ventes web sur le mois continuent de baisser fortement par rapport à 2021 : - 38 % en moyenne pour l'ensemble du commerce spécialisé. Les plus fortes baisses sont à noter pour les jouets-jeux-cadeaux (- 73 %), la beauté-santé (- 47 %), le textile (- 48,4 %). **Une preuve que, dès les magasins sont normalement accessibles, une majorité des consommateurs a de nouveau privilégié ce canal d'achat.**

La fréquentation des magasins (**) reste en retrait de 20 % en moyenne par rapport à 2019. Les chiffres d'affaires bénéficient de panier moyen plus élevé de consommateur qui se déplacent moins souvent mais achètent davantage, pour l'instant.

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

Evolution de l'activité des magasins du commerce spécialisé avril 2022 vs 2019



Evolution des ventes web des enseignes du commerce spécialisé avril 2022 vs avril 2021



Evolution de l'activité du commerce spécialisé (magasins + web) sur la période janvier -avril 2022 vs 2019



Evolution de l'activité des magasins du commerce spécialisé sur la période janvier-avril 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.procous.org

En cumul depuis le début de l'année sur la période janvier-avril, l'activité magasin de l'ensemble du commerce reste en retrait par rapport à 2019 : - 9 % en magasin et - 3,2 % en cumul magasin plus internet malgré une croissance de + 80 % des ventes web entre 2019 et 2022, encore une preuve, si nécessaire, de l'importance vitale et durable des réseaux de points de vente dans le modèle global du commerce de détail et des enseignes.

A l'exception de l'alimentaire spécialisé (+ 17,3 % entre janvier-avril 2022 vs 2019), les ventes magasin de tous les autres secteurs restent en retrait par rapport à 2019, même l'équipement de la maison (- 2,3 %), textile (- 12,2 %), restauration (- 14 %), chaussure (- 12,5 %), beauté-santé (- 12,5 %).

Parmi tous ces secteurs, seules les ventes web de l'équipement de la maison permettent à l'activité cumulée magasin plus web d'être légèrement supérieure à celle de la même période en 2019 : + 3,7 %.

Les prochains mois se présentent dans une incertitude extrême avec des coûts d'exploitation qui explosent. Coûts de l'énergie, grosses difficultés et hausses des coûts d'approvisionnement en Asie (production chinoise et transport maritime très aléatoires, prix fournisseurs et matières premières, dépréciation de l'euro...), créent des inquiétudes sur la disponibilité de l'offre et les risques de rupture.

S'ajoutent les difficultés des consommateurs (pression sur le pouvoir d'achat, incertitude, hausse obligatoire d'une partie des prix de vente...), qui peu rassurés demeurent donc prudents sur la consommation, reportent leurs achats ou favorisent des dépenses compliquées ces deux dernières années : voyages, par exemple. Les chiffres de l'indicateur de confiance des ménages très dégradés publiés par l'INSEE confirme cet état d'esprit.

Le nouveau gouvernement va devoir se préoccuper rapidement des risques que cette situation génère sur le secteur du commerce et l'ensemble de ses acteurs, en particulier non-alimentaires.

Nous espérons qu'un ministre de plein exercice sera nommé pour notre secteur et qu'il pourra ainsi consacrer toute son énergie à la fois aux problèmes de court terme, conjoncturels, et aux éléments structurels sur le moyen-long terme, dans le cadre de la déclinaison politique et opérationnelle des propositions faites pendant les Assises du Commerce en janvier : en particulier **créer les conditions d'un niveau d'investissement élevé des commerçants de toute taille pour la transformation vitale du secteur**, malgré un environnement économique complexe, incertain et voire défavorable.

(*) 80 enseignes interrogées sur leur performance en France

(**) Observatoire Procos/Stackr de la fréquentation des points de vente