

Commerce spécialisé : un mois de mai difficile avec une baisse de - 3 % pour l'activité magasin ! Une dégradation qui préoccupe !

L'activité du commerce spécialisé s'est sensiblement dégradée au mois de mai avec une baisse de - 3 % (*) du chiffre d'affaires des magasins tous secteurs confondus. Une situation qui continue de se détériorer au fil des mois depuis le début de l'année. Pour la majorité des activités, c'est la résultante d'une contraction du budget disponible des ménages, conséquence de l'augmentation des prix alimentaires.

Après un mois d'avril à + 3,2 %, mai marque une nette dégradation. En effet, rappelons que, depuis plusieurs mois, il convient de tenir compte du fait qu'une partie des acteurs ayant augmenté leurs prix, **une évolution en valeur de - 3 % du chiffre d'affaires signifie, de fait, une baisse des volumes vendus de l'ordre de - 6 à - 7 %**

Comme les mois précédents, certaines activités telles que la beauté-santé, réalisent de meilleures performances que la moyenne mais le tassement est notable (+ 3 % seulement en valeur contre + 12,5 % en avril) alors, qu'à l'inverse les ventes d'habillement sont à - 9,1 % par rapport à mai 2023, - 7 % pour la chaussure et - 3 % pour l'équipement de la maison. Et, le secteur cadeaux-culture-jouets termine le mois en négatif par rapport à mai 2022 à - 11,3 %.

Bien entendu, l'activité a été fortement perturbée par les décalages calendaires, la multiplication des ponts mais l'activité est incontestablement marquée par **une consommation sous forte tension, en phase avec la baisse de consommation mesurée par l'Insee en mars et avril.**

La fréquentation des points de vente a très fortement baissé en mai à - 7,6 % par rapport à mai 2023, une baisse beaucoup plus marquée en Ile-de-France que dans les autres régions à - 11 % (**).

Depuis le début d'année, les ventes en cumul tous secteurs sont passées de + 4,8 % à fin avril à + 2 % à fin mai soit une baisse des volumes vendus de l'ordre de - 2 % en moyenne.

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

Évolution des ventes magasins du commerce spécialisé
mai 2023 vs mai 2022 *



Évolution cumulée du CA magasins du commerce spécialisé
janvier à mai 2023 vs 2022 *



Évolution de la fréquentation des points de vente mai 2023
vs mai 2022 **



* Source : panel Procos

** Source : observatoire Procos/Stackr
de fréquentation des points de vente

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

Selon les secteurs, la situation est différente : à fin mai, l'activité du secteur beauté-santé reste sensiblement supérieure à la même période en 2022 grâce à un début d'année dynamique. L'alimentaire spécialisé (+ 2,9 %), la chaussure (+ 3 %) et l'équipement de la maison (+ 2%) marquent une légère augmentation de l'activité en valeur grâce aux hausses de prix. Mais, on note des baisses de volume de l'ordre de - 1,5 à - 2 %. L'habillement est en négatif à - 0,7 % à fin mai et le secteur cadeaux-culture-jouets est en forte contraction à - 5 % en valeur. Pour ces deux derniers secteurs, les baisses en volume de vente peuvent être estimées respectivement à - 3,5 % et - 7 %.

Pour les ventes web du mois de mai, les baisses sont sensibles dans le secteur cadeaux-loisirs-jouets et l'habillement. Les évolutions sont plus favorables pour l'alimentaire spécialisé et la maison (+ 2,9 %) avec une moyenne tout secteur du commerce spécialisé à + 2,8 % en valeur, soit une stagnation des ventes en volume par rapport à mai 2022.

Les chiffres montrent combien la tension sur la consommation se traduit mois après mois par des difficultés accrues pour l'exploitation des points de vente. Une situation malheureusement sans surprise du fait de la hausse des prix alimentaires au quotidien, produits qui captent une part croissante des dépenses et du budget disponible des français.

Dans le même temps, le parlement et le gouvernement hésitent sur le plafonnement de l'indexation des loyers commerciaux !

Dans une telle situation, il est surprenant de constater que l'on s'interroge toujours sur le risque que pourrait entraîner une indexation forte des loyers dans les prochains mois, y compris pour les enseignes de plus grande taille. Bien entendu, certains secteurs et acteurs s'en tirent mieux que d'autres. Mais à ce stade, il nous semble qu'il faut prendre de la hauteur et raisonner globalement pour s'appuyer sur l'intérêt général.

Les dégradations de l'activité constatées au fil des mois, combinées à des hausses importantes des coûts à venir, notamment en matière de loyer, risquent-elles de générer des fermetures de magasins ? Cela réduira-t-il l'attractivité de nombreux lieux de commerce ? Cela fragilisera-t-il les autres magasins, qu'ils soient exploités par de petites ou de grandes entreprises ? La réponse est oui à ces trois questions !

Sur cette base, faut-il s'interroger sur la nécessité de plafonner l'indexation pour tous les magasins, la réponse devrait être non. Pourtant, les députés ont rejeté cette extension aux autres enseignes. Les sénateurs ont été plus loin en rejetant le projet global de plafonnement !

Que faut-il faire pour convaincre les parlementaires du risque encouru par les territoires, et donc de ce fait à court terme par les commerçants et, dans un second temps, par les bailleurs ?

En tout cas, **la fédération Procos soutient l'appel de cent de ses dirigeants adhérents représentant plus de 150 enseignes et alerte à nouveau sur l'importance d'un plafonnement général, indispensable, proportionné et équitable à + 3,5 %.**

Si la solution contractuelle était suffisante pour affronter ces risques importants et cette urgence, l'intervention du parlement serait inutile. Mais, si ce plafonnement n'est pas reconduit et élargi à tous les commerces, une réponse de la filière sera-t-elle apportée directement ? Pour l'instant malheureusement peu de signes encourageants de ce côté.

(*) 80 enseignes interrogées sur leur performance en France

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