

Commerce spécialisé : février dans la poursuite des tendances mitigées de janvier et un court terme toujours préoccupant

Le chiffre d'affaires des magasins du commerce spécialisé (*) a connu une croissance de + 7,5 % en février 2023 vs février 2022 mais rappelons que l'activité de février 2022 avait été médiocre et marqué par le début de la guerre en Ukraine. En cumul sur les deux premiers mois de l'année, l'activité magasins des enseignes est en croissance de + 9,4 % par rapport à la même période en 2022. Mais, il faut rappeler à nouveau que **ces évolutions de chiffres d'affaires doivent être pondérées de la hausse des prix**. Les augmentations des ventes en volume sont beaucoup plus limitées. Ces chiffres montrent toutefois que les consommateurs ont, pour beaucoup d'entre eux, toujours envie de consommer malgré la conjoncture et la très forte hausse de l'énergie et des produits alimentaires.

Toutes les activités connaissent des évolutions positives mais si elles sont vraiment dynamiques pour la beauté santé (+ 14,8 %), la restauration (+ 11,5 %), l'alimentaire spécialisé (+ 7 %), **les secteurs tels que l'habillement (+ 5,5 %), la chaussure (+ 7,8 %) et encore plus la maison (+ 0,9 %) connaissent un mois beaucoup moins favorable lorsque l'effet des hausses des prix est pris en compte**. Nettes de la hausse des prix, les ventes en volume sont similaires à 2022 pour l'habillement et en baisse significative pour l'équipement de la maison.

La baisse des ventes internet se poursuit par rapport à février 2022 dans tous les secteurs (-2 % en moyenne pour le commerce spécialisé) à l'exception de la beauté-santé (+13,6%) et l'habillement (+ 9 %). Notons la très forte baisse (- 21 %) pour le secteur cadeau-jouet-culture.

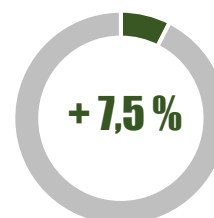
En cumul, magasins plus internet, l'évolution de l'activité des enseignes est en hausse de 6,9 % en février et de + 9 % sur la période janvier - février.

Les secteurs maison, cadeaux-jouets-culture connaissent une baisse d'activité (magasins + web) en février 2023 vs 2022.

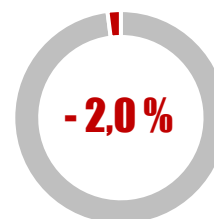
La fréquentation des magasins a été en hausse en février par rapport à 2022 de 6,5 % ; une fréquentation proche de celle de février 2019. Les consommateurs sont toujours présents malgré le contexte, l'inflation, et les difficultés de mobilité (mouvements sociaux, carburants...).

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

Évolution des ventes magasins du commerce spécialisé en février 2023 vs février 2022



Évolution des ventes web des enseignes du commerce spécialisé en février 2023 vs février 2022



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

Le regard des enseignes est évidemment tourné vers un avenir très incertain à court et moyen termes. Pour l'activité du mois de mars, notamment, la poursuite des mouvements sociaux autour du projet de loi sur la retraite est préoccupante car toute difficulté dans la mobilité (carburant, grèves dans les transports, baisse du tourisme, manifestation...) a des conséquences sur les lieux et rues de commerce. **Un contexte qui vient accroître les risques dans un moment où la fragilité de certains est élevée en matière de trésorerie.**

Les défaillances actuelles de réseaux inquiètent car il ne faut ni considérer que la situation est générale, tous les réseaux ne sont heureusement pas en difficulté, ni sous-estimer les risques de multiplication des fermetures de points de vente ou de difficultés réseaux sous l'effet des hausses considérables de tous les coûts (en particulier l'énergie qui met en danger de nombreux acteurs, mais aussi les loyers, salaires...). Le commerce reste, évidemment, une activité d'avenir c'est pourquoi il faut créer le contexte d'accélération de ses transformations. Mais il faut aussi être attentif aux impacts de la conjoncture actuelle.

Tant que la consommation tient, les difficultés de trésorerie sont repoussées. Mais, si elle devait se contracter les cas de mise en difficulté s'accroîtraient. **Procos demande au gouvernement d'être très attentif sur ce point et que tout appui nécessaire soit apporté aux enseignes qui pourraient rencontrer des difficultés ponctuelles** dans les prochaines semaines ou prochains mois pour ne pas laisser se diffuser les risques de « décommercialisation » territoriale à travers l'augmentation de la vacance commerciale en mobilisant les bailleurs, les banquiers dans ce moment crucial...

Dans ce domaine la prévention est toujours la meilleure solution. A défaut, reconstruire sera beaucoup plus difficile, long, voire impossible et coûtera beaucoup plus cher dans de nombreux centres-villes pour trouver des solutions aux fermetures de points de vente si celles-ci devaient se multiplier.

Procos estime que le gouvernement devrait envisager la mise en place d'une cellule de crise, réunissant l'écosystème (gouvernement, commerce, immobilier, finance, collectivités locales...), **pour faire face aux difficultés actuelles, et en particulier si les mouvements sociaux devaient se poursuivre** compte tenu de leurs conséquences inéluctable sur les acteurs de l'activité économique territoriale, en particulier les commerçants de toute taille.

(*) 80 enseignes interrogées sur leur performance en France

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