

Commerce spécialisé : + 3,2 % de chiffre d'affaires en avril par rapport à 2022 mais une moyenne qui cache de fortes disparités sectorielles et les baisses de volume se poursuivent

Le mois d'avril se termine avec une légère hausse des ventes magasins par rapport à avril 2022 : + 3,2 % (*).

Comme le mois précédent, cette évolution doit être pondérée par l'impact de l'augmentation des prix de vente par rapport à 2022. Comme en mars, le volume de ventes des différents secteurs du commerce spécialisé est en moyenne en baisse (environ - 1 %).

Les disparités sectorielles sont aussi importantes que les mois précédents. Le **secteur de la beauté-santé** poursuit son activité assez dynamique (+ 12,5 % en valeur par rapport à avril 2022). La **restauration** maintient sa bonne orientation avec volonté des français de profiter des loisirs, des sorties, des vacances malgré les difficultés de pouvoir d'achat.

A l'inverse, **les secteurs culture-cadeaux-jouets sont ceux qui connaissent l'évolution d'activité la plus défavorable** avec un mois d'avril à - 4,2 % en valeur, soit des baisses de volume de ventes encore plus forts. **L'alimentaire spécialisé est également en baisse** en magasin (- 2,5 %) mais cette baisse est due pour partie au calendrier (Fêtes de Pâques plus tôt en 2023 donc certains achats réalisés dès le mois de mars).

Les autres activités terminent avril en légère hausse pour les ventes magasins : habillement (+ 0,8 %), équipement de la maison (+ 2,5 %) et chaussure (+ 3,8 %).

Malgré ces légères hausses de chiffres d'affaires, avril est de nouveau marqué par une contraction du nombre de produits vendus, en particulier dans l'habillement et l'équipement de la maison.

En ce qui concerne **les ventes web, elles stagnent en moyenne pour le commerce spécialisé (+ 0,3 %) mais les différences sectorielles sont fortes.** Elles augmentent fortement dans le secteur de la beauté-santé (+ 21 %) et se contractent fortement dans le secteur cadeau-jouet-culture (- 27,7 %) et l'alimentaire spécialisé (- 13,3 %).

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

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



Évolution des ventes web des enseignes du commerce spécialisé avril 2023 vs avril 2022



Évolution de la fréquentation des magasins en avril 2023 vs avril 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

Elles sont comparables à celles d'avril 2022 dans l'habillement, la chaussure et l'équipement de la maison. Rappelons que pour apprécier les ventes en volume, il est nécessaire de tenir compte de l'impact des hausses de prix. **En moyenne donc, les ventes web baissent de 4 % entre avril 2022 et avril 2023.**

La fréquentation des magasins reste en retrait par rapport à avril 2022 à - 1,6 % ()** mais marque une légère amélioration par rapport à mars (- 3,5 % en mars 2023 vs 2022).

Le cumul des ventes magasins depuis le début 2023 pour l'ensemble du commerce spécialisé reste en hausse de + 4,8 % par rapport à la même période en 2022 soit une activité en volume comparable à celle de 2022 mais qui se dégrade de mois en mois. Beauté-santé, restauration et, dans une moindre mesure, alimentaire spécialisé et chaussure, réalisent le meilleur début d'année. Le secteur cadeau-jouet-culture est celui dont la baisse d'activité est la plus marquée depuis le début d'année suivi par l'équipement de la maison qui peine également. Le secteur de l'habillement qui fait actuellement l'objet de toutes les attentions, se situe entre les deux avec une activité moyenne et, surtout, qui se dégrade au fil des mois.

Le mois d'avril reste en ligne avec les mois précédents. La contraction des baisses des volumes de ventes est une préoccupation importante pour la majorité des secteurs du commerce spécialisé. Et, il est probable que la tendance se poursuive dans la mesure où les hausses des prix alimentaires continuent de capter une part croissante des capacités budgétaires des ménages. **Tant que cette spirale inflationniste alimentaire se poursuivra, la tension sur les modèles des enseignes du commerce non-alimentaire se poursuivra** avec des coûts d'exploitation (loyer, énergie en particulier) qui augmentent rapidement alors que les volumes de marges se contractent fortement.

Tandis que le **Conseil National du Commerce** débute ces travaux, ces éléments conjoncturels devront être pris en compte dans la poursuite de **l'objectif prioritaire pour tous : investir plus et plus vite** dans la décarbonation et l'isolation thermique. Comment concilier fragilisation de la rentabilité et augmentation de l'investissement ? **Il est indispensable de relâcher certaines contraintes**, en particulier les conditions de financement des acteurs du commerce et le plafonnement des loyers qui devront être deux dossiers prioritaires dans les prochaines semaines.

(*) 80 enseignes interrogées sur leur performance en France

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