

## Commerce spécialisé : un été qui se termine dans la difficulté (+ 1 % de chiffre d'affaires magasins en août) alors que les coûts poursuivent leur hausse

Le début de l'été avait malheureusement été fortement impacté par les émeutes mais l'activité de juillet avait malgré tout été assez dynamique. Le mois s'était terminé avec une augmentation de + 9,4 % pour l'ensemble des enseignes du commerce spécialisé (\*).

**Au mois d'août, l'activité des magasins s'est fortement dégradée et s'est terminée avec une augmentation en valeur de + 1 % seulement** pour l'ensemble du commerce spécialisé. Ce qui se traduit par **une réduction des volumes vendus** compte tenu des augmentations de prix.

**La fréquentation des magasins est en baisse sensible en août** (- 3,5 % vs août 2022) alors qu'elle avait été en hausse (+ 5,1 %) en juillet (\*\*).

**En août, seuls l'alimentaire spécialisé et la beauté-santé terminent le mois en croissance** par rapport à août 2022 avec respectivement + 5,2 % et + 4,6 % pour les magasins.

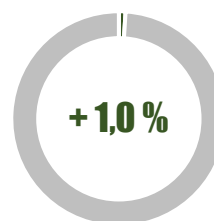
A l'inverse, les magasins d'habillement (- 4,3 %), chaussure (- 5 %), culture-cadeaux-jouets (- 4,2 %) et, ce qui est très rare, le sport (- 5,2 %), affichent des baisses. Si l'on tient compte des hausses de prix, **les volumes vendus sont en baisse très significative dans ces secteurs.**

Entre les deux, l'équipement de la maison (+ 0,5 %) et la restauration (+ 1,3 %) connaissent de très faibles hausses en valeur, donc des baisses de volumes vendus.

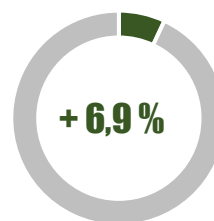
Sur la même période, **les ventes web des enseignes du commerce spécialisé ont connu une hausse de + 6,9 % en août mais avec de forts écarts sectoriels.** Même, si ces hausses sont fortes pour le commerce alimentaire (+ 36,5 % par rapport à août 2023) et le sport (+ 15 %), dans une moindre mesure, l'habillement (+ 9,4 %), l'équipement de la maison, la restauration et le secteur culture-cadeaux-jouets affichent des ventes web en forte baisse (supérieure à 10 %).

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

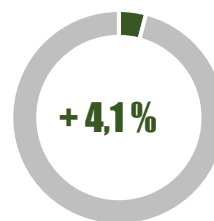
Évolution en % des ventes magasins des enseignes du commerce spécialisé en août 2023 vs 2022



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



Évolution en % des ventes magasins des enseignes du commerce spécialisé sur la période janvier-août 2023 vs 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 ■ www.prococos.org

**Depuis le début de l'année, l'activité des magasins du commerce spécialisé est en hausse de 4,1 % en valeur.** La plupart des secteurs (sport, équipement de la maison, habillement, chaussure), connaissent une légère croissance entre + 1 et + 3 % en valeur mais malheureusement avec une baisse des volumes, la beauté-santé est toujours très au-dessus (+ 12,9 %) et, à l'inverse le secteur culture-cadeaux-jouets reste en baisse à - 3,5 %.

**En ce qui concerne les ventes web, la croissance moyenne est très faible depuis le début de l'année avec + 2,4 pour l'ensemble des secteurs du commerce spécialisé.** La restauration (+ 25,5 %) continue de voir la livraison se développer, le sport (+ 11,9 %) connaît une dynamique web, supérieure à celle des autres secteurs. On constate une importante baisse des ventes pour le secteur culture-cadeaux-jouets (- 21 % depuis début 2023) ainsi que l'équipement de la maison (- 7,1 % sur les huit premiers mois).

Une fin d'année dont il est compliqué d'appréhender les perspectives. Il est à craindre que la canicule début septembre entraînera des conséquences très défavorables sur la consommation.

**Les performances espérées de l'équipe de France de rugby seront-elles de nature à redonner le sourire et la confiance aux Français ?** Souhaitons-le compte tenu de l'importance vitale de ces quatre derniers mois dans les résultats annuels d'une très grande majorité des entreprises du commerce.

**Pendant ce temps, l'inflation alimentaire demeure et devrait pénaliser les achats non-alimentaires pendant plusieurs mois encore, de même que l'augmentation non-anticipée des carburants.** Autant de mauvaises nouvelles pour le pouvoir d'achat et l'état d'esprit des Français.

**Le gouvernement a annoncé hier un plan d'actions sur les zones commerciales** qui vise, sur le temps long, à améliorer l'intégration urbaine et environnementale de ces espaces, à mettre un terme à la réflexion monofonctionnelle... Une initiative que Procos et ses enseignes soutiennent à la condition que les intérêts futurs du commerce et de ses acteurs soient préservés dans les réflexions avec les élus locaux et les acteurs de l'aménagement et de l'immobilier.

**En attendant, à court terme, les tensions sur la consommation ne font qu'alimenter les inquiétudes déjà fortes** des enseignes qui voient leurs coûts (loyers, taxes foncières, salaires...) augmenter beaucoup plus vite que leur masse de marge. Un effet ciseaux qui ne fait qu'accélérer et que la publication prochaine de la hausse trimestrielle de l'ILC fin septembre alimentera certainement à l'heure où le salon de l'immobilier commercial SIEC se déroulera la semaine prochaine.

*(\*) 80 enseignes interrogées sur leur performance en France*

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