

Commerce spécialisé : un mois de septembre très difficile à -4,2 % en magasin, une fin d'année qui préoccupe

L'activité du mois de septembre pour le commerce spécialisé a été très négative pour une grande partie des secteurs avec une contraction moyenne en valeur de -4,2 % (*). Ce qui, de fait, signifie une baisse des volumes vendus entre -6 et -7 % car les prix ont augmenté entre septembre 2022 et septembre 2023.

Le mois d'août s'était conclu avec une stagnation par rapport à août 2022 (+1 %) mais l'activité s'était fortement dégradée dans la seconde partie du mois et cette situation a perduré tout le mois de septembre. Ce qui pose évidemment un problème puisque le mois de septembre et la rentrée ont un poids plus important dans l'activité annuelle que le mois d'août pour la grande majorité des enseignes.

En septembre, la météo, les inquiétudes des Français concernant la conjoncture, les impacts des prix élevés du carburant et des prix alimentaires ont très fortement affecté les ventes : l'habillement (-14 %) connaît un très mauvais mois, de même que la chaussure (-9 %) et l'équipement de la maison (-6,2 %). La beauté santé est le seul secteur qui affiche encore sur septembre une dynamique de croissance des ventes en valeur par rapport à septembre 2022 (+5 %).

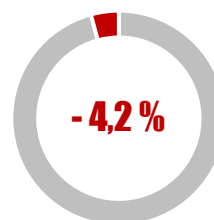
Facteur aggravant, l'effet calendaire, car le mois de septembre 2023 comptait cinq samedis alors qu'il n'y en avait que quatre en 2022, ce qui aurait dû favoriser l'activité des magasins cette année. En comparable, la situation est en réalité encore plus dégradée.

La situation des ventes web est comparable à celle de septembre 2022 (+0,8 %). Mais certains secteurs connaissent toutefois des baisses significatives des ventes sur le mois par rapport à 2023 : cadeaux/jouets/culture (-24 %), restauration (-17 %), chaussure (-7,8 %) et équipement de la maison (-3,6 %).

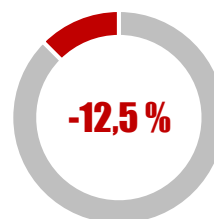
La fréquentation des magasins s'est très fortement dégradée en septembre à -12,5 % (***) vs septembre 2022 avec un impact plus important dans les centres commerciaux que les centres-villes et en particulier dans les magasins d'habillement et de chaussure.

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

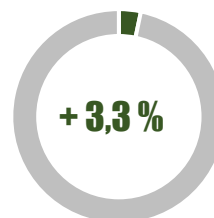
Évolution en % des ventes magasins des enseignes du commerce spécialisé en septembre 2023 vs 2022



Fréquentation des magasins en septembre 2023 vs 2022



Évolution du CA des magasins du commerce spécialisé janvier-septembre 2023 vs 2022



Sources : panel Procos & Observatoire Procos/Stackr de la fréquentation des magasins

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

Un mois de septembre à oublier rapidement. Mais **l'inquiétude est forte sur les perspectives de fin d'année**. La météo de début octobre reste capricieuse et les raisons du pessimisme des Français sont toujours présentes. **Or, chacun connaît l'importance des trois derniers mois de l'année sur le bilan final des entreprises de commerce**. L'espoir est que le retournement intervienne rapidement car il ne serait pas suffisant que l'activité soit forte uniquement sur les dernières semaines de l'année, elle doit l'être dès les prochaines semaines.

Après neuf mois en 2023, l'activité des magasins du commerce spécialisé tous secteurs confondus progresse encore très légèrement en valeur par rapport à 2022 (à + 3,3 %). Ce qui signifie toutefois une stabilisation des volumes vendus compte tenu des hausses de prix mis en œuvre durant la période ! Un seul secteur sort mieux de cette tension sur l'activité, il s'agit de la beauté-santé avec + 10,1 %. Tous les autres secteurs voient leurs ventes magasins n'augmenter seulement que de + 0,1 % (habillement) et + 3,3 % (alimentaire spécialisé).

La situation est encore plus délicate pour les ventes web des enseignes qui se contractent encore davantage avec + 1,1 % seulement par rapport aux neuf premiers mois de l'année soit une baisse des volumes vendus. Baisse qui est encore beaucoup plus significative par exemple dans l'équipement de la maison à - 5,1 %.

Inquiétude donc pour l'activité consolidée de l'année compte tenu de l'importance vitale de cette période.

Inquiétude d'autant plus soutenue que les coûts d'exploitation ont augmenté beaucoup plus que l'activité et que les marges sont sous forte tension. Or cette augmentation des coûts se poursuit. **La dernière parution de l'indice des loyers commerciaux à + 6,6 % ne peut qu'inquiéter fortement** tant l'écart est important entre ces évolutions immobilières et l'activité vécue par les enseignes de la quasi-totalité des secteurs du commerce spécialisé. **En fait si les bailleurs ne limitent pas cette indexation pour leurs enseignes locataires, celles-ci auront dû supporter + 13 % d'augmentation de loyer sur deux ans** alors que les chiffres d'affaires en valeur ont tendance à stagner et que les volumes vendus sont en baisses.

Une situation qui serait très dangereuse pour la rentabilité voire la pérennité de nombreux magasins voire de réseaux entiers. Difficulté de trésorerie, augmentation des coûts fixes plus rapide que celui des marges, une équation économique très risquée et préoccupante. **Or l'indexation du loyer est l'un des seuls leviers sur lequel il est encore possible d'agir pour 2024 afin de franchir le moins mal possible cette mauvaise passe qui ne se limite pas à quelques enseignes de l'habillement !**

(*) 80 enseignes interrogées sur leur performance en France

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