

## Commerce spécialisé : un mois de décembre hétérogène qui ne permet pas de rattraper la mauvaise activité de l'automne

En décembre 2023, les enseignes du commerce spécialisé (\*) ont réalisé un chiffre d'affaires en très légère hausse (à + 1,3 % en magasin par rapport à décembre 2022). Une faible hausse qui ne permet pas de contrecarrer les mauvais chiffres de l'automne. Par ailleurs, cette moyenne cache une très forte hétérogénéité sectorielle.

Plusieurs secteurs ont connu des ventes en croissance, en particulier la **beauté-santé** qui réalise un nouveau mois positif à + 7,2%. L'**alimentaire spécialisé** pour lequel le mois de décembre pèse très lourdement dans les résultats de l'année réalise un mois à + 5 % Ce qui est correcte en valeur mais reste décevant car ce résultat résulte en grande partie de la hausse des prix par rapport à 2022. Les volumes vendus stagnent. Le secteur **cadeaux-culture-jouets** pour lequel décembre est vital obtient des résultats moyens (+ 1,7 % par rapport à décembre 2022). Une performance qui ne permet pas de rattraper le retard de 2023.

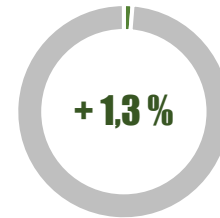
Pour d'autres secteurs, décembre a été mauvais. C'est le cas pour **l'habillement et la chaussure** qui connaissent des ventes magasins respectivement en baisse de - 3,2 % et - 5,5 % par rapport à décembre 2022. Un chiffre qui reste très tendu au moment où les soldes débutent avec une obligation de réussite pour de nombreux acteurs afin de pouvoir réduire les stocks et reconstituer leur trésorerie. La période médiocre se poursuit pour **l'équipement de la maison** (activité en baisse pour décembre : - 3,8 % en magasin) et dans le sport (- 6,4 %).

La fréquentation des points de vente en décembre a été similaire à celle de décembre 2022 (\*\*) à + 0,3 % en moyenne. Les grands centres commerciaux (+ 1,2 %) et les grands centres-villes (+ 2,1 %) ont toutefois connu des fréquentations en plus fortes hausses que les centres-villes de taille moyenne (0 % vs décembre 2022) et les plus petits centres commerciaux (- 2,3 %).

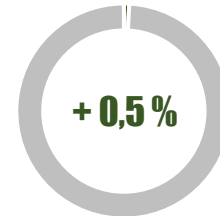
Même si les consommateurs ont consommé activement sur la seconde partie de décembre, ce sursaut n'a pas été suffisant pour rattraper le retard des achats de Noël. L'effet « inquiétude » sur le pouvoir d'achat et les prix élevés dans l'alimentaire sont toujours très présents et contraignent les capacités d'achats non alimentaires des consommateurs malgré la volonté de faire plaisir et de se faire plaisir.

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

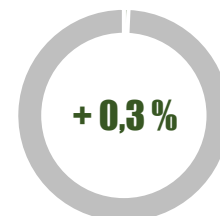
Évolution du chiffre d'affaires magasins décembre 2023 vs 2022



Évolution des ventes internet des enseignes décembre 2023 vs 2022



Évolution de la fréquentation des magasins en décembre 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

La restauration a connu un mois de décembre moyen à + 3 % soit une évolution inférieure à la hausse des prix ; ce qui révèle un léger tassement du volume d'activité.

**Côté internet, les évolutions en décembre sont significativement plus dégradées qu'en magasins avec une hausse très faible de + 0,5 % (contre + 1,3 % en magasins).** Plusieurs secteurs sont en baisse importante par rapport à 2022 : chaussure (- 5 %), habillement (- 6,6 %), équipement de la maison (- 7,1 %). Notons une hausse de + 10 % pour la beauté-santé et + 2,6 % pour cadeaux-culture-jouets.

**Il est encore trop tôt pour faire le bilan de 2023. Mais, on peut dès à présent prévoir que plusieurs secteurs auront terminé l'année en baisse de chiffre d'affaires par rapport à 2022** et en particulier : cadeaux-culture-jouets, chaussure, habillement, équipement de la maison. Une baisse de chiffre d'affaires alors même que les prix ont augmenté ; une situation qui :

- **confirme la baisse des volumes vendus et les conséquences importantes de la forte inflation alimentaire** sur la structure des dépenses des Français,
- **doit appeler chaque bailleur commercial à s'interroger sur l'indexation qu'il appliquera** au loyer de ses commerçants locataires dans une telle situation conjoncturelle dans laquelle les défaillances se sont poursuivies,
- **rend fondamental le succès des soldes pour reconstituer la trésorerie.** Souhaitons que la vague de froid actuel incite les consommateurs à profiter des bonnes affaires.
- **nécessitera d'être attentifs à la santé des acteurs dans quelques semaines et à la vacance commerciale** pour prendre, le cas échéant, les mesures d'accompagnement adaptées en 2024 et 2025 (faire face aux PGE, et pas seulement pour les TPE/PME), niveau des loyers, trésorerie/financement/investissement.

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

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