

Communiqué de presse

Commerce spécialisé : en mars, l'activité des enseignes en légère hausse

L'activité des enseignes du commerce spécialisé en mars s'est soldée par une légère hausse par rapport à mars 2024 : + 0,9 % (*).

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

Évolution de l'activité des magasins des enseignes du commerce spécialisé en mars 2025 vs 2024*



Évolution cumulé des ventes magasins des enseignes du commerce spécialisé de janvier à mars 2025 vs 2024*



Évolution de la fréquentation des points de vente en mars 2025 vs 2024**



* Source : panel PROCOS

** Source : Observatoire PROCOS/Stackr de la fréquentation des magasins

Toutefois, comme chaque mois, **l'activité des différents secteurs a été marquée par une grande hétérogénéité**. L'activité est une hausse de + 1,5 % pour les enseignes de l'habillement et les secteurs cadeaux-culture-jouets (+ 3,4 %), les enseignes de sport réalisent une croissance (+ 2,1 %) qui vient rompre les évolutions en baisse des précédents mois.

Le secteur de la restauration est à nouveau en baisse significative (5,5 %) et demeure très impacté par les problématiques de pouvoir d'achat des Français ainsi que par l'impact sur les prix de coûts en forte hausse des matières premières et d'exploitation. L'activité des enseignes de l'équipement de la maison reste mal orientée, en baisse de - 2,7 % du fait des difficultés persistantes du marché du logement et du report des dépenses des Français dû au contexte général qui favorise l'épargne aux dépens de la consommation.

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.prococos.org

Les ventes magasins des enseignes de beauté-parfumerie restent orientées à la baisse depuis le début de l'année contrairement à ce qui s'était passé en 2023 et 2024.

Notons que les évolutions de l'activité du secteur alimentaire spécialisé sont très difficilement interprétables compte tenu des décalages calendaires à fort impact, Pâques était en mars 2024 alors qu'il est mi-avril en 2025. Les chiffres devront donc être interprétés en cumul sur mars-avril pour permettre de comparer valablement les deux années.

La fréquentation des points de vente est en forte baisse en mars à - 3,5 % par rapport à mars 2024 (); un signe préoccupant de la frilosité des consommateurs.**

En mars, les ventes web des enseignes du commerce spécialisé ont, comme depuis le début 2025, augmenté davantage que celles des magasins à + 3,1 %.

En cumul, l'évolution de l'activité des enseignes de l'ensemble du commerce spécialisé depuis le début de l'année est, à fin mars, en très légère baisse (- 0,3 %) par rapport à la même période en 2024, signe d'une vraie stagnation

Bien entendu, les enseignes sont préoccupées par le contexte international anxiogène qui pourrait en créant une forte incertitude pousser les consommateurs à une prudence forte dans leurs dépenses et perturber une partie des coûts d'approvisionnements dans les mois à venir.

Par ailleurs, les entreprises du commerce de détail sont très attentives aux évolutions des discussions parlementaires en matière de simplification dans le cadre du projet de loi entrant en discussion à l'Assemblée nationale. Ce projet de loi représente une chance à saisir par le Gouvernement et le Parlement afin de réellement simplifier la vie des entreprises et accompagner en particulier les commerçants (mensualisation des loyers commerciaux...) et la transformation des lieux de commerce (assouplissement de règles pour réduire les délais d'ouverture d'un point de vente, assouplissement des dispositifs réglementaires pour diviser ou regrouper des surfaces de vente). **Espérons que cette occasion sera saisie, qu'un pas sera significatif sera franchi en ce sens**, et que cette loi ne sera pas, au contraire, l'occasion d'une complexification en matière d'urbanisme commercial déjà trop complexe sous le prétexte erroné et inefficace de protéger tel ou tel à un moment où l'activité des commerçants est difficile du fait des transformations de consommation.

() 80 enseignes interrogées sur leur performance en France*

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