

### Commerce spécialisé : un mois de mai à - 4,8 %

Après l'embellie du mois d'avril (+ 4,7 %), notamment pour l'équipement de la personne, l'activité de mai s'est terminée à nouveau en régression à - 4,8 % à surface égale (Panel Procos\*).

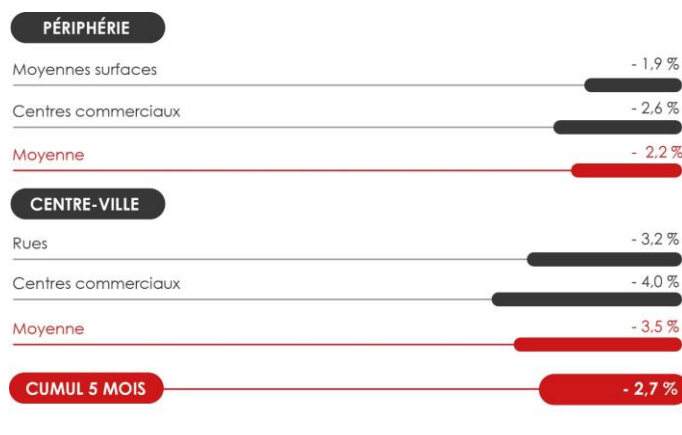
Bien entendu, le nombre de jours fériés a joué sur l'activité de ce mois très atypique. De même, la météo très changeante et dégradée sur une partie du mois a eu d'évidentes conséquences sur le comportement des consommateurs. Peut-on estimer que les « French Days » (27 avril au 1<sup>er</sup> mai) ont généré des anticipations d'achats en avril ?

Pour toutes ces raisons, mai a été particulièrement difficile pour l'équipement de la personne (- 8,5 %) alors que l'équipement de la maison (- 1 %) et les activités de culture-loisir (- 2,5 %) ont connu des évolutions moins défavorables. La restauration est l'un des seuls secteurs en léger positif (+ 0,5 %).

Le mois de mai ne confirme donc pas la reprise espérée après un bon mois d'avril. Par ailleurs, l'activité a été négative dans toutes les polarités qu'elles soient en centre-ville (- 6 %) ou en périphérie (- 4,1%). Les difficultés ont davantage été ressenties dans les centres commerciaux de centre-ville (- 9 %). Les centres commerciaux de périphérie sont également en-dessous de la moyenne (- 5,5%), alors que les magasins en rue (- 3,9 %) ou les moyennes surfaces de périphérie (- 2,8 %) résistent un peu mieux.

**En cumul 5 mois, tous secteurs du commerce spécialisé confondus, l'activité à surface comparable est négative à - 2,7 %.**

#### Chiffres d'affaires à surface comparable cumulé janvier-mai 2018 selon les types d'emplacements



#### La baisse de fréquentation des magasins : une tendance de fond

Selon l'Observatoire de la fréquentation des points de vente Procos/Stackr (\*\*), la baisse est de 5,3 % en mai 2018 vs mai 2017, soit une baisse comparable à celle des chiffres d'affaires vue plus haut (- 4,8 %). Ce phénomène de baisse de fréquentation s'observe dans toutes les polarités commerciales, centres-villes et centres commerciaux. Seuls, de très grands centres-villes d'importantes métropoles françaises (plus de 500 magasins) parviennent à mieux résister (-2 % en mai 2018 vs mai 2017). Sur 12 mois glissants, la tendance à la baisse de fréquentation s'accélère en 2018 après une légère amélioration en 2017.

(\*) 50 enseignes interrogées sur leur performance dans 50 pôles de références situés dans 15 agglomérations

(\*\*) L'observatoire de fréquentation des commerces Procos/Stackr cumule les données captées en permanence dans 18.000 points de vente sur 1.800 sites de commerce (centres commerciaux, rues...)