

Commerce spécialisé : novembre à + 0,3 %, des volumes vendus qui restent en baisse

L'activité du mois de novembre des enseignes du commerce spécialisé (*) a été comparable à celle de novembre 2022 (+ 0,3 %) mais avec une baisse des volumes vendus compte tenu de la hausse moyenne des prix de 3 %.

Un résultat qui déçoit les acteurs car ceux-ci espéraient un rebond d'activité après des mois de septembre et octobre très difficiles malgré une météo plus favorable aux achats d'hiver. Même le Black Friday n'a pas apporté une meilleure dynamique. Estimer les évolutions pour la période du Black Friday est très difficile car sa durée varie selon les acteurs. Mais, Procos constate une très légère hausse de + 0,4 % par rapport à 2022, très insuffisante pour modifier les tendances en cours depuis l'été.

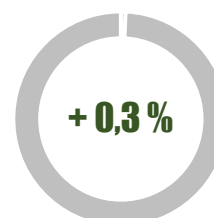
Comme pour les mois précédents, les ventes magasins dans le secteur de la beauté-santé se distinguent avec une croissance en valeur de 7,5 % par rapport à novembre 2022 alors que, comme en octobre, l'équipement de la maison est en forte contraction (- 4,2 %), de même que le sport pour le second mois de suite (- 2,7 %) et la chaussure (- 4,8 %). Le secteur de l'habillement connaît une légère amélioration à + 2,1 % mais insuffisante pour redresser la tendance des derniers mois. En ce qui concerne le secteur de la culture, des cadeaux et jouets, pour lequel la période de fin d'année est vitale, il connaît enfin une légère amélioration (+ 0,6 %). Souhaitons que cette tendance se poursuive jusqu'aux fêtes. Il en va de même pour l'alimentaire spécialisé à + 3,5 %, une activité enfin bien orientée.

Notons que la restauration et les services ont une activité que demeure en augmentation.

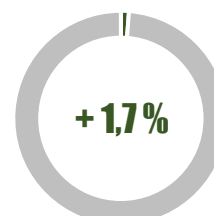
En ce début décembre, la situation est la suivante pour les magasins sur onze mois : en moyenne, le commerce spécialisé reste en très légère hausse en valeur (+ 1,7 %), soit une contraction des volumes de l'ordre de - 1,5%. Par secteur, la beauté-santé est à + 10,7 %, alors que l'habillement est en baisse (- 0,6 %), de même que la chaussure (- 0,6 %), culture-cadeaux-jouets (- 2,2 %) et l'équipement de la maison (- 1,4 %).

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

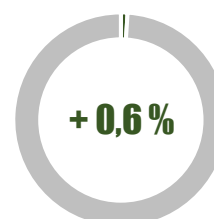
Évolution en % des ventes magasins des enseignes du commerce spécialisé en novembre 2023 vs 2022



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



Évolution des ventes web des enseignes du commerce spécialisé janvier-novembre 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.procos.org

En ce qui concerne le web, après onze mois, les ventes cumulées des enseignes n'augmentent que de + 0,6 % soit trois fois moins que les magasins. Certains secteurs tels que la restauration et culture-cadeaux-jouets voient leurs ventes web baisser fortement alors que la beauté-santé est en hausse sensible (+ 13,2 %).

Plus que jamais, le comportement de consommation des Français en cette fin d'année aura une très grande répercussion sur le bilan annuel de certaines activités pour lesquelles cette période pèse fortement : culture-cadeaux-jouets, alimentaire spécialisé, électronique...

Il est toutefois d'ores et déjà acquis malheureusement que l'activité de 2023 n'aura pas été bonne pour de très nombreuses entreprises et qu'en conséquence, il faut tout faire pour les que coûts d'exploitation augmentent le moins possible.

Dans ce contexte, le comportement des bailleurs en matière d'indexation pour 2024 inquiète. De nombreux magasins seront dans le rouge si la majorité des bailleurs confirment leur volonté d'appliquer l'indexation contractuelle sans tenir compte du contexte conjoncturel très difficile.

Vouloir continuer à entretenir une approche priorisant coûte que coûte les valeurs des actifs immobiliers sur le court terme en bénéficiant d'une indexation élevée sans tenir suffisamment compte de la santé économique des locataires ne fait que créer les conditions inéluctables de la poursuite des défaillances et fermetures de points de vente.

Avec une vacance dite « financière » qui demeure assez faible puisqu'elle ne mesure pas les locaux vides mais l'évolution des loyers perçus, qui sont entretenus par une hausse très forte (12 à 13 % en deux années de l'indexation), la réalité d'exploitation du commerce et la situation ne sont pas correctement appréhendées.

Pendant ce temps, le modèle retail se fragilise. Chacun prendra donc ses responsabilités lorsqu'il fixera l'indexation facturée à ses locataires de commerce sans accompagnement dans les prochaines semaines. **Espérons que la prise de conscience soit suffisante pour multiplier les accompagnements des bailleurs pour leurs partenaires commerçants dans la prise en compte d'une réalité de consommation incontestable.**

() 80 enseignes interrogées sur leur performance en France*