

PROCOS



**FÉDÉRATION POUR
LA PROMOTION
DU COMMERCE
SPÉCIALISÉ**

Conjoncture du commerce spécialisé

12 juillet 2022

emmanuel.le.roch@procos.org

REPRÉSENTER | PARTAGER | S'INFORMER | PROMOUVOIR | RASSEMBLER | VALORISER | FORMER | SE FORMER | DÉVELOPPER

PROCOS

FÉDÉRATION POUR LA PROMOTION
DU COMMERCE SPÉCIALISÉ

 **310**
ENSEIGNES

 **60 000**
POINTS DE VENTE

 **800 000**
EMPLOIS

 **€ 110**
MILLIARDS DE
CHIFFRE D'AFFAIRES

 **35%**
DU CHIFFRE D'AFFAIRES
DU COMMERCE DE DÉTAIL*

 **65%**
DES ENSEIGNES ADHERENTES
SONT PRÉSENTES A
L'INTERNATIONAL



Sommaire

- **Activité du commerce spécialisé en 2022**
- **L'activité des magasins et du web**
- **La fréquentation**

- **Contexte et perspectives pour la consommation et le commerce en 2022/2023**

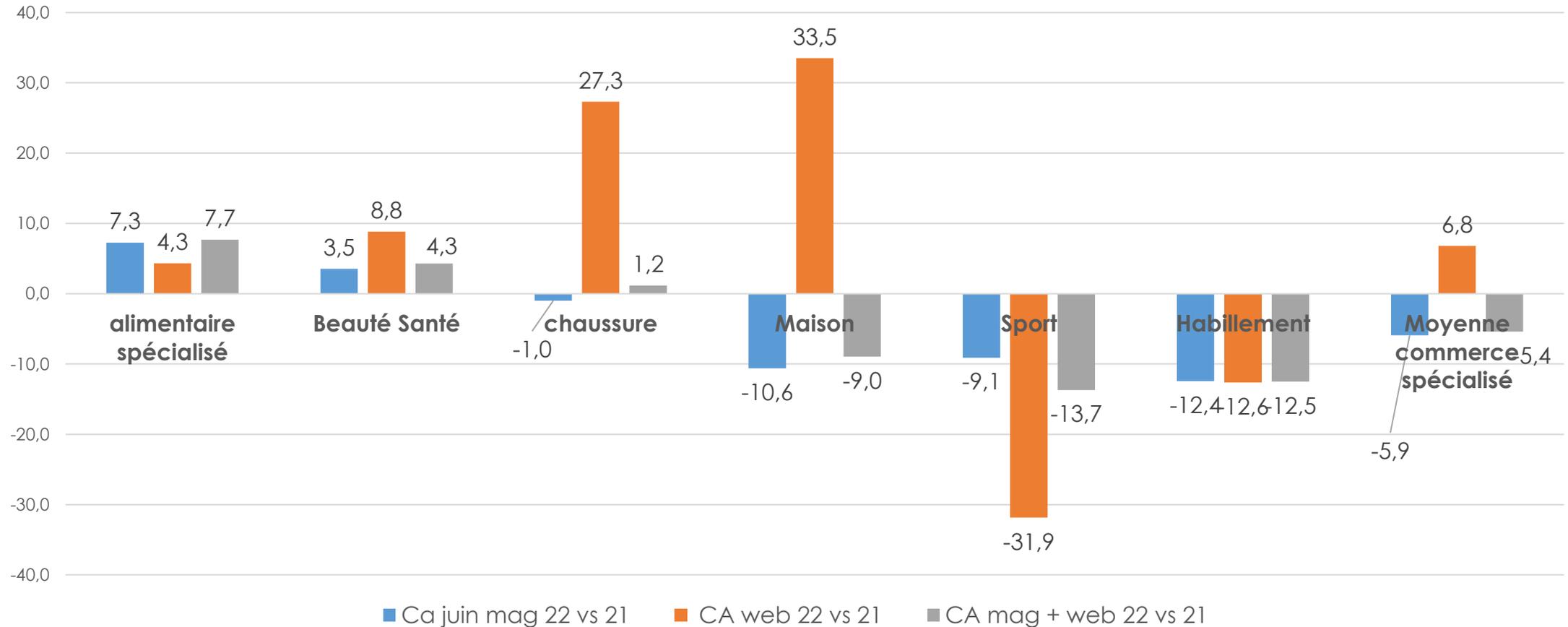




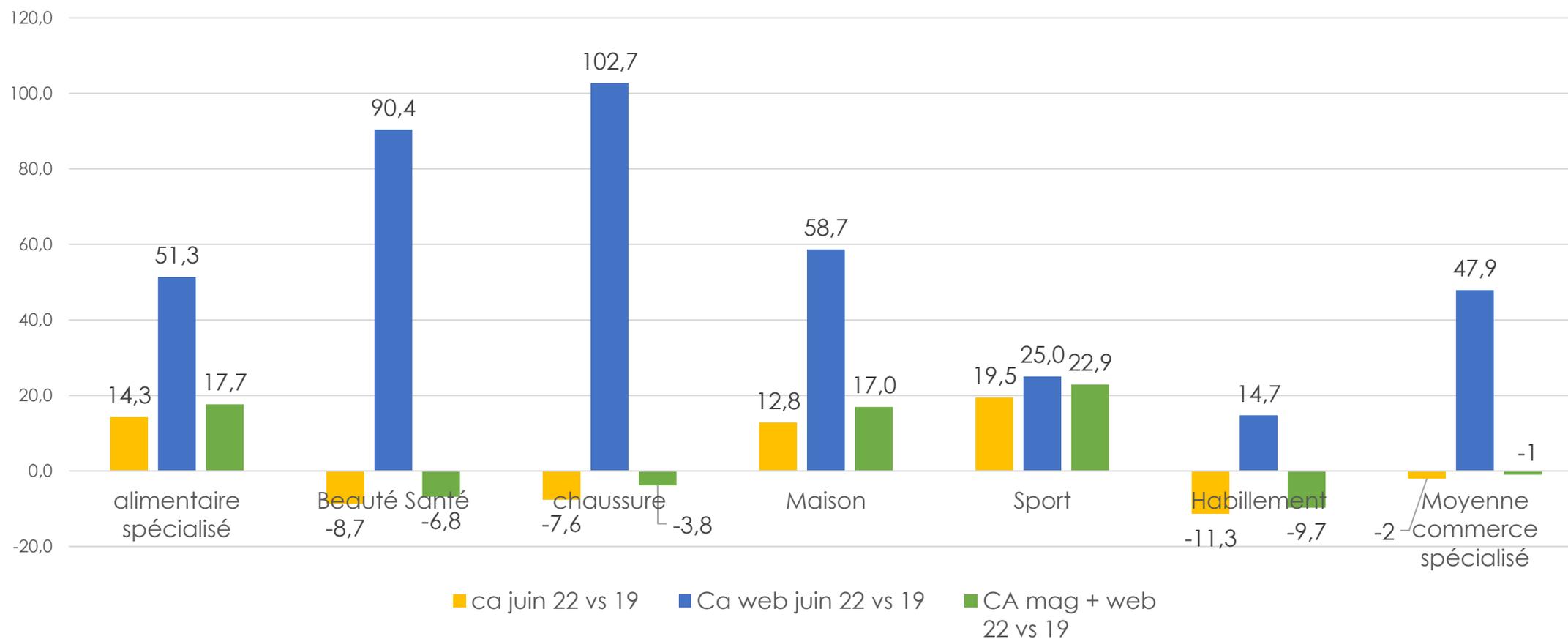
Activité du commerce spécialisé en 2022 Panel Prococos



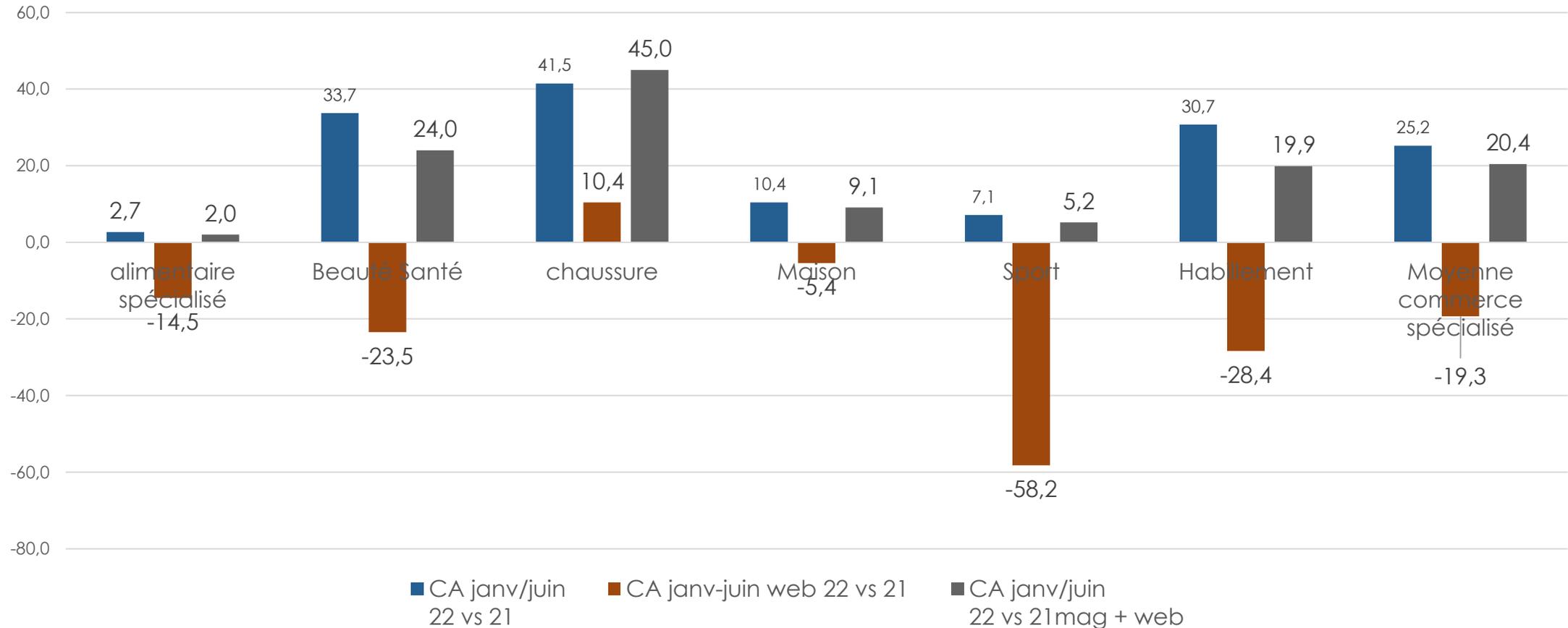
Evolution juin 2022 vs 21 en magasin, web et mag + web



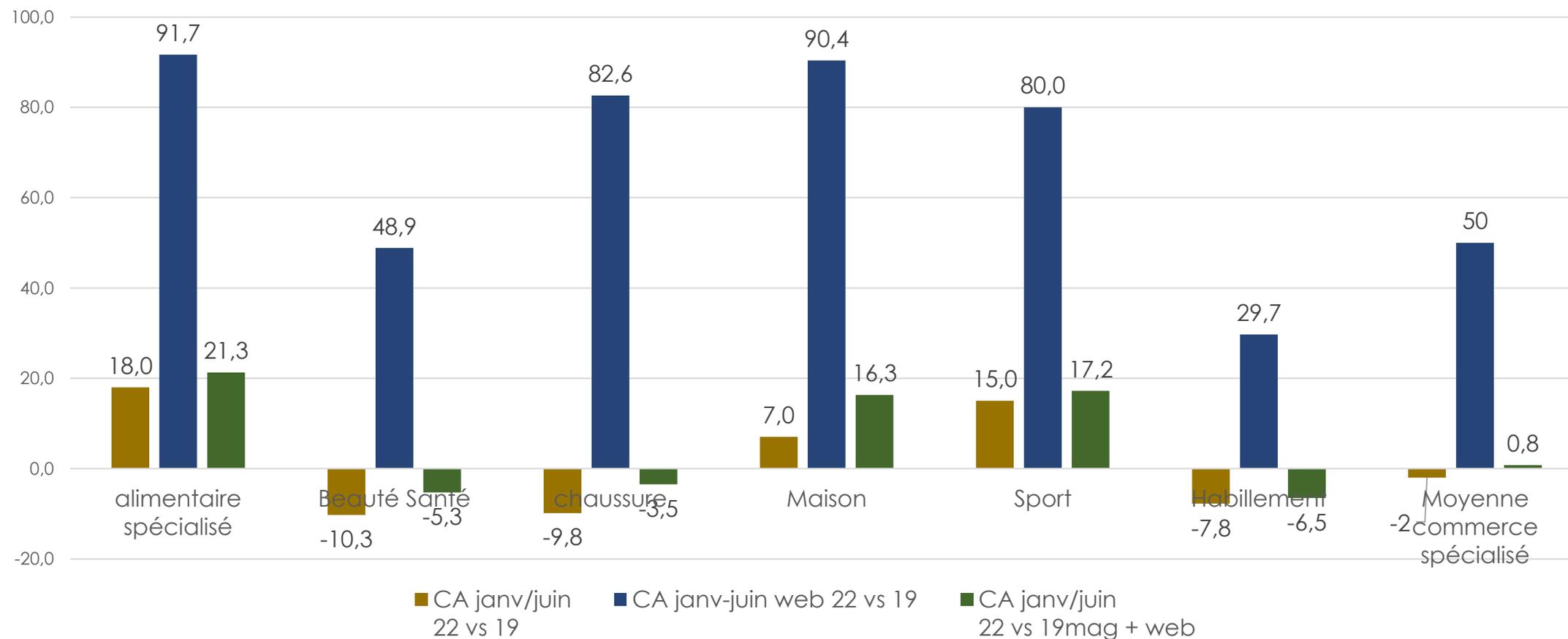
Evolution CA juin 2022 vs 2019 magasin, web, magasin+web



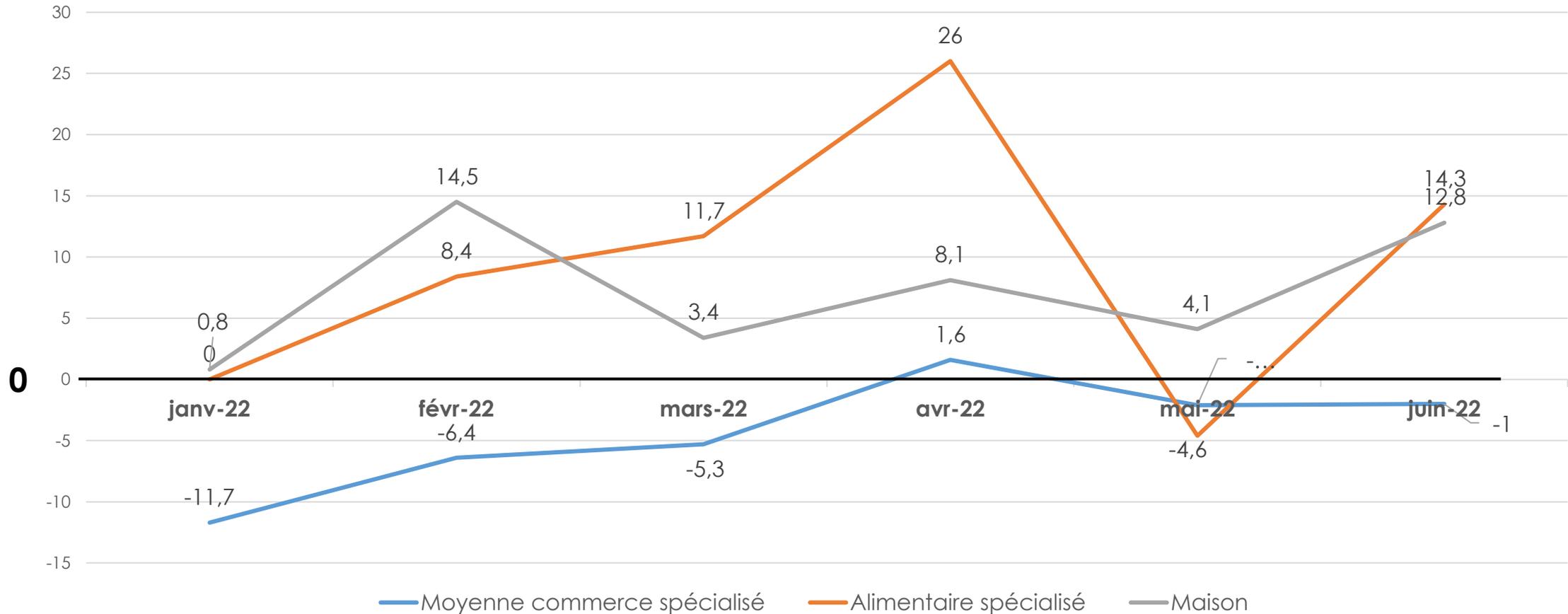
Janvier-juin 2022 vs 2021 – Evolutions magasins, web et magasins + web



Janvier-juin 2022 vs 2019 – Evolutions magasins, web et magasins + web

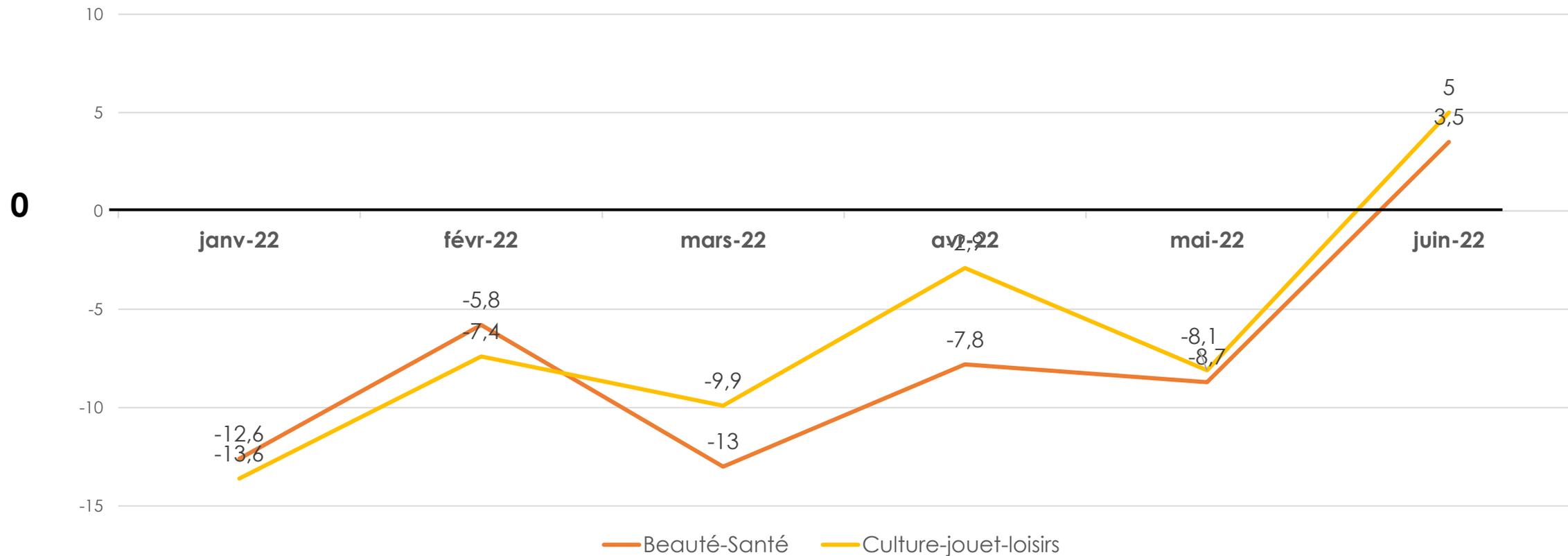


Equipement de la maison et alimentaire spécialisé au dessus de 2019 en magasin sur le semestre (activité magasin mois par mois 2022 vs 2019)

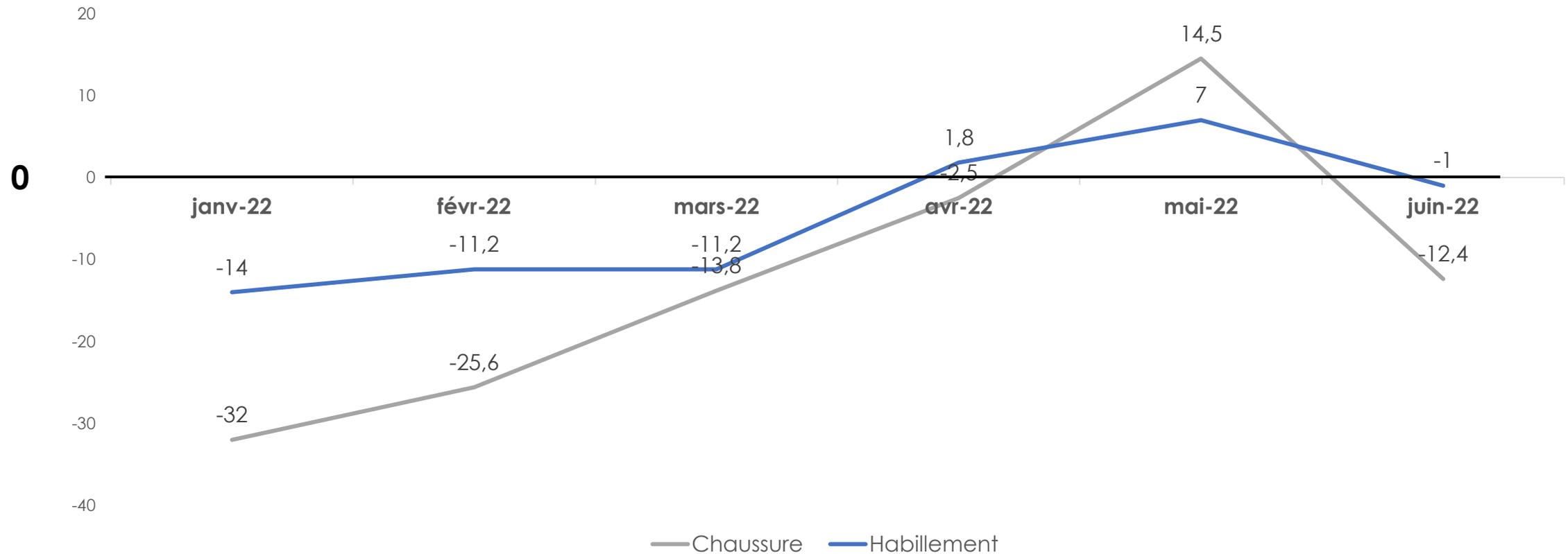


Beauté-santé, culture-jouets : une activité en magasins toujours inférieure à celle de 2019

(activité magasin mois par mois 2022 vs 2019)

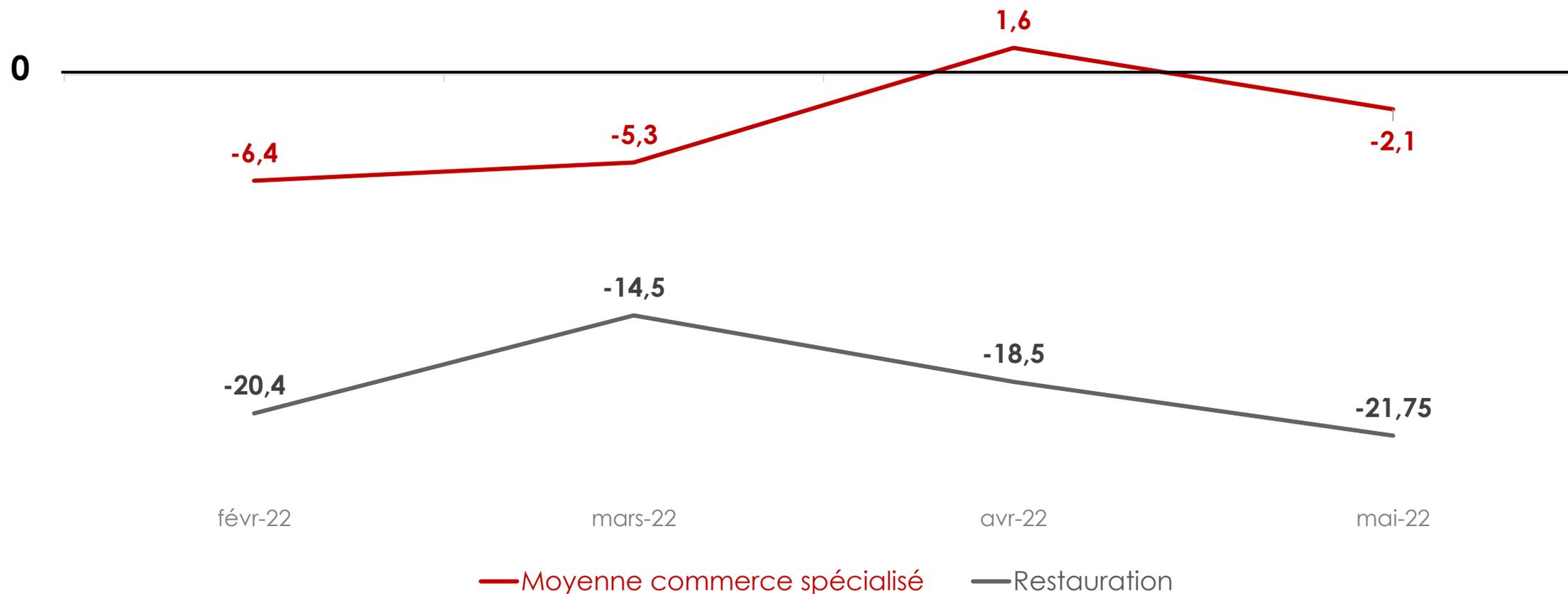


Habillement, chaussure en dessous de 2019 en magasin mais la situation s'améliore en fin de semestre de 2019 en magasin (activité magasin mois par mois 2022 vs 2019)



La restauration à table reste très en retrait de 2019

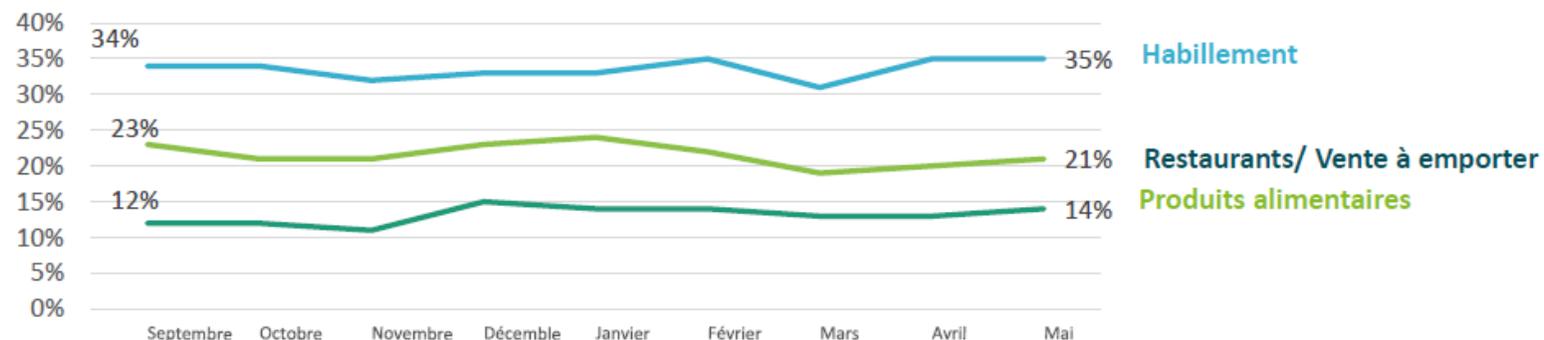
(activité restauration assise mois par mois 2022 vs 2019)



Zoom sur la France - Répartition des dépenses en ligne

Évolution du comportement des consommateurs en termes de transactions en ligne, les répercussions prolongées de la pandémie

Proportion des dépenses en ligne

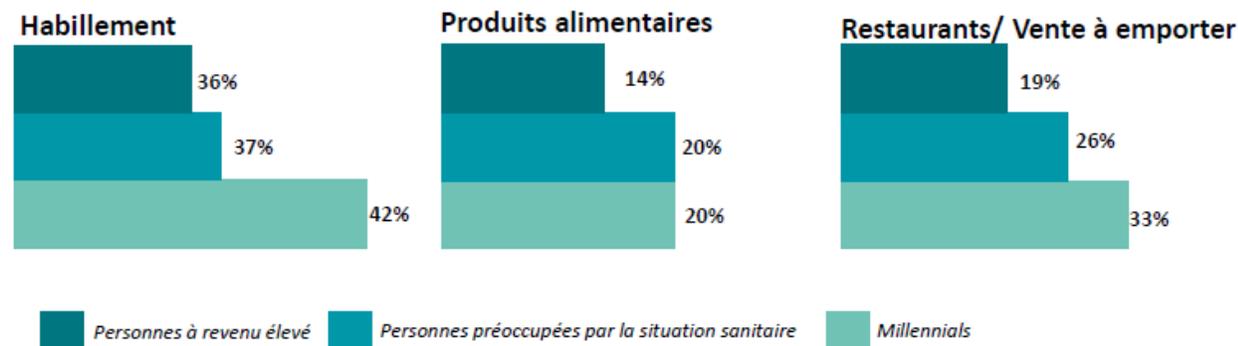


ÉLÉMENTS CLÉS

La part des dépenses en ligne reste stable depuis septembre 2021 indiquant une adoption de nouvelles habitudes d'achat par les consommateurs.

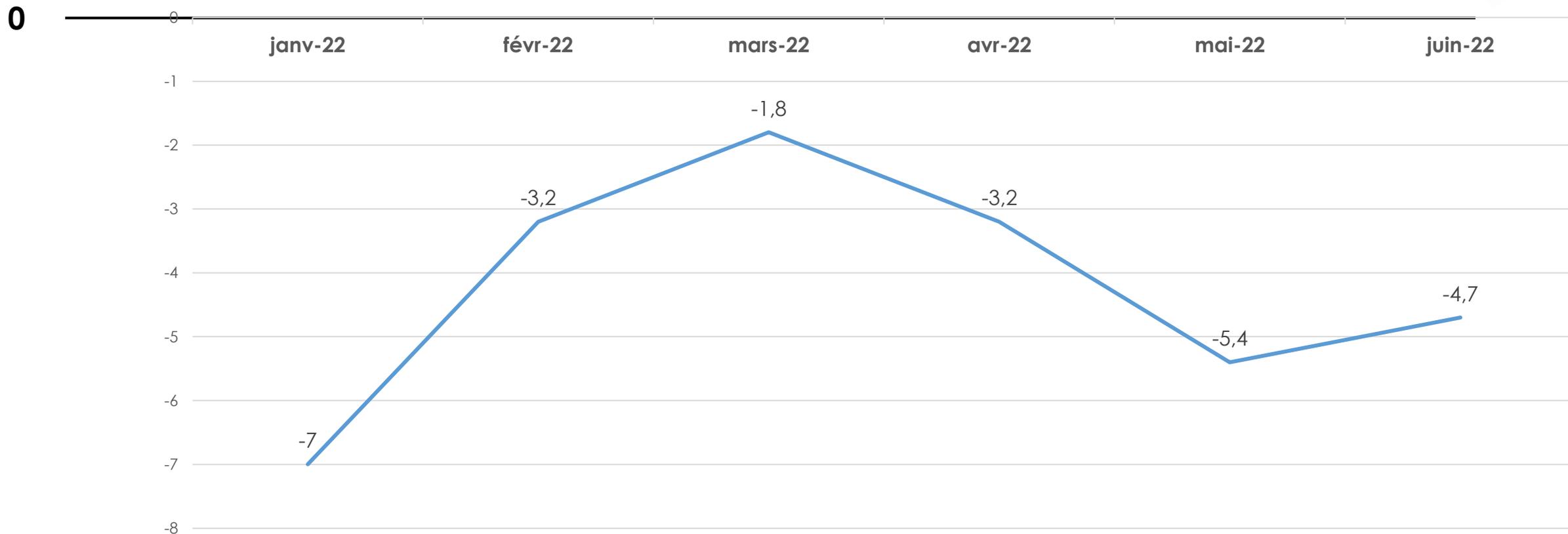
Analyse comparative des achats en ligne (Mai 2022)

Les millennials représentent la population de consommateurs qui réalisent le plus d'achats en ligne, par leur caractère « Digital natives » (en particulier sur les catégories habillement, produits alimentaires et restauration).



Des ventes cumulées magasins + web qui restent durablement et chaque mois inférieures à celles de 2019 dans le commerce spécialisé

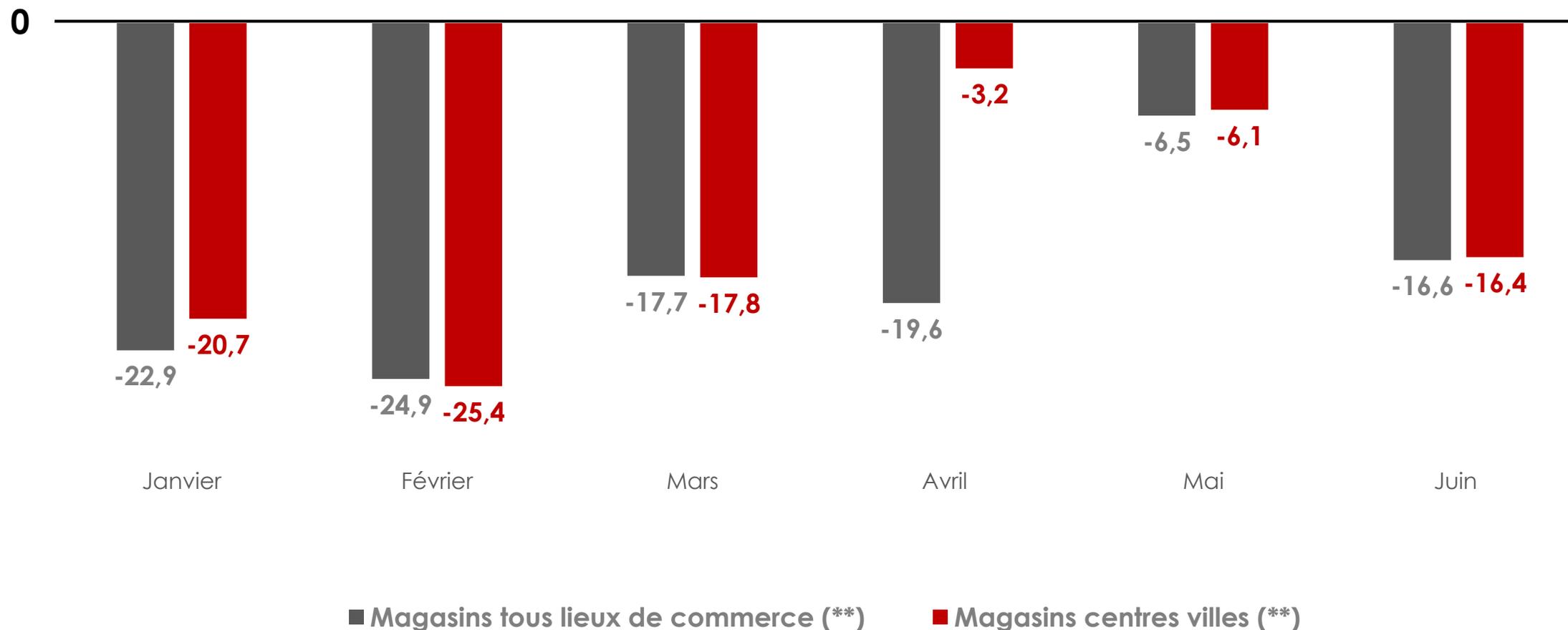
MOYENNE COMMERCE SPÉCIALISÉ



La fréquentation des lieux et des magasins



La fréquentation des points de vente du commerce spécialisé en 2022 toujours très en dessous de celle de 2019 : - 16,6 % en juin 22 vs 21



Evolution de la fréquentation des centres commerciaux français de janvier à mai 2022 vs 2019

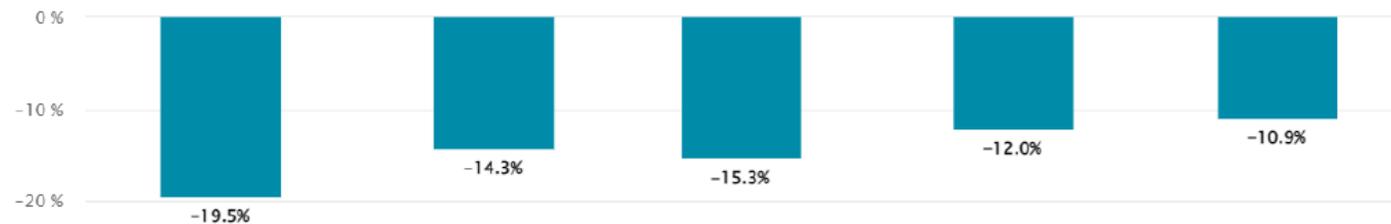
Centres Commerciaux France

-14,4%



EVOLUTION 2022 / 2019 - CENTRES COMMERCIAUX FRANCE

📅 1 janvier 2022 → 31 mai 2022



La fréquentation des hypermarchés France de janvier à mai en retrait de - 7,6 % en 2022 par rapport à 2019

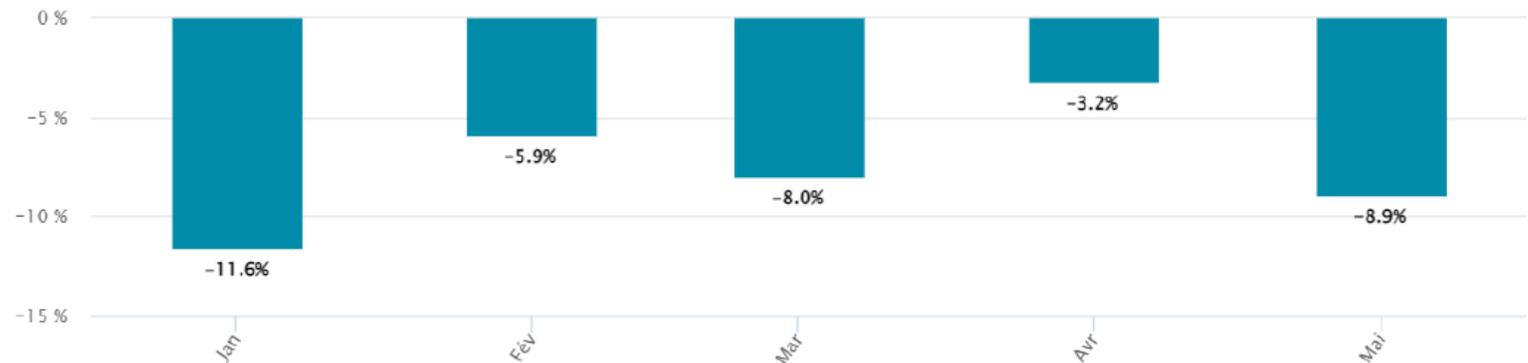
Hypermarchés France

-7,6%



EVOLUTION 2022 / 2019 - HYPERMARCHÉ FRANCE

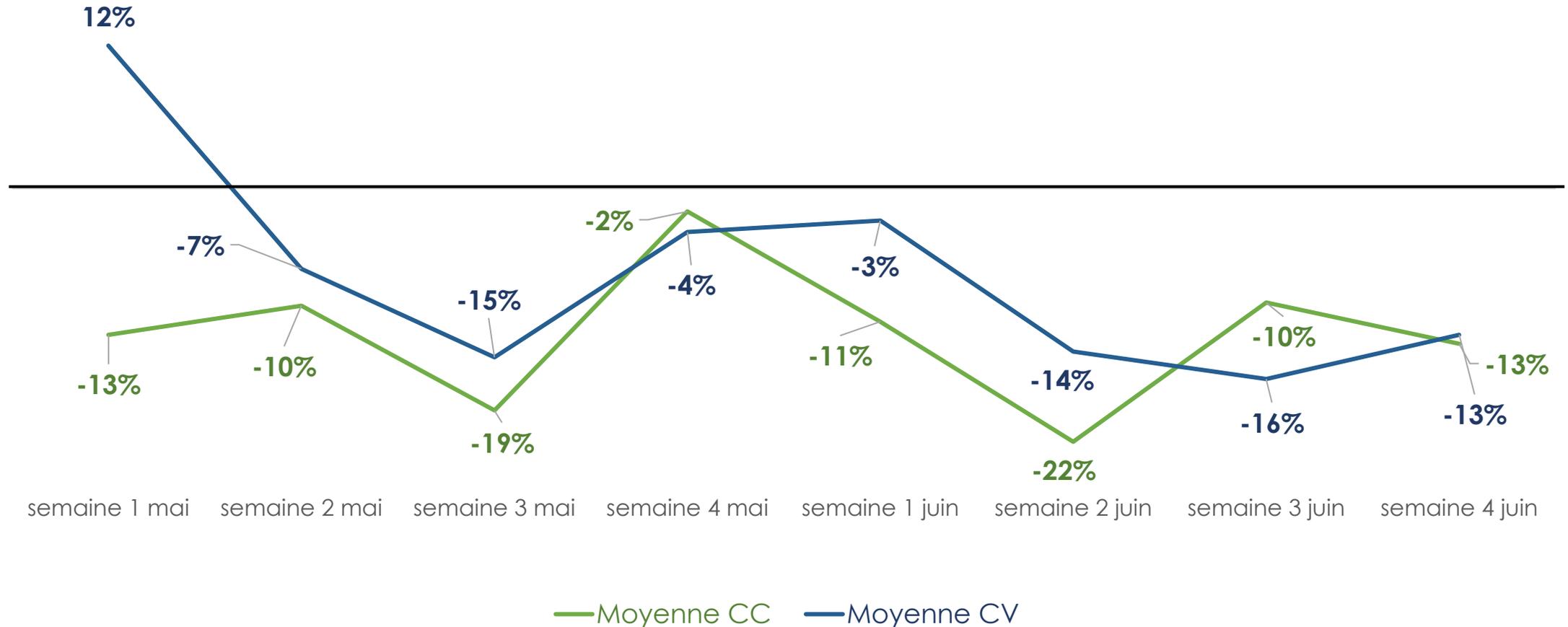
📅 1 janvier 2022 → 31 mai 2022



Source : Quantaflow

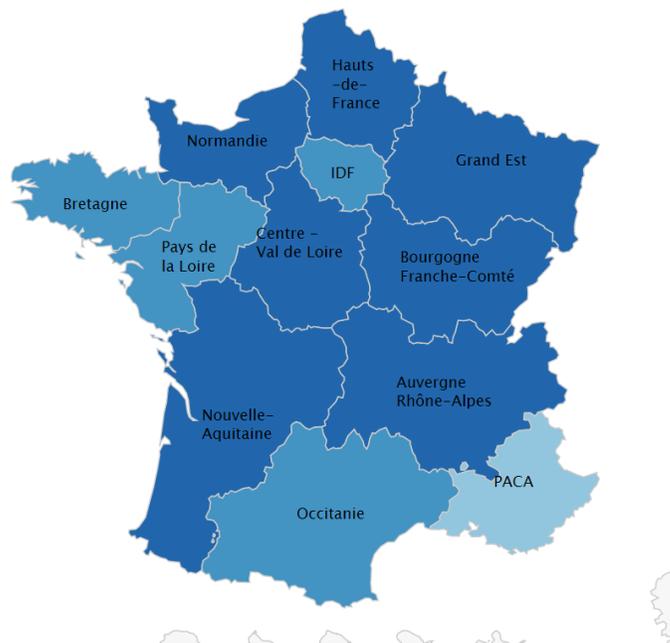
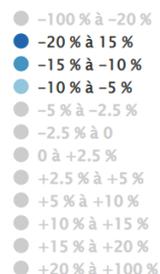


Sur mai et juin 2022, la fréquentation des magasins de CC et de CV suivent les mêmes tendances



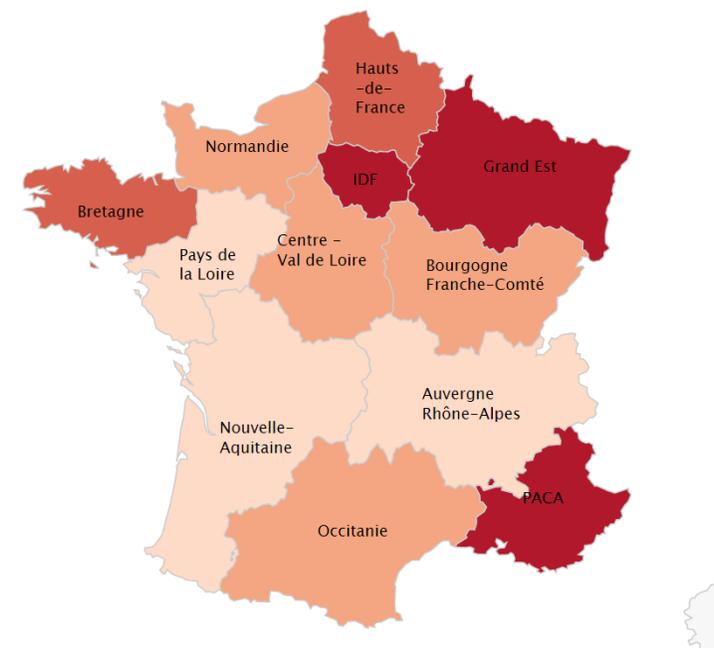
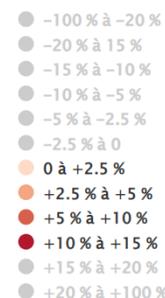
En juin 2022, la fréquentation des magasins encore très en deçà de 2019 mais au-dessus de juin 2021 : quelques différences régionales

Par rapport à juin 2019
En moyenne – 16,6 %



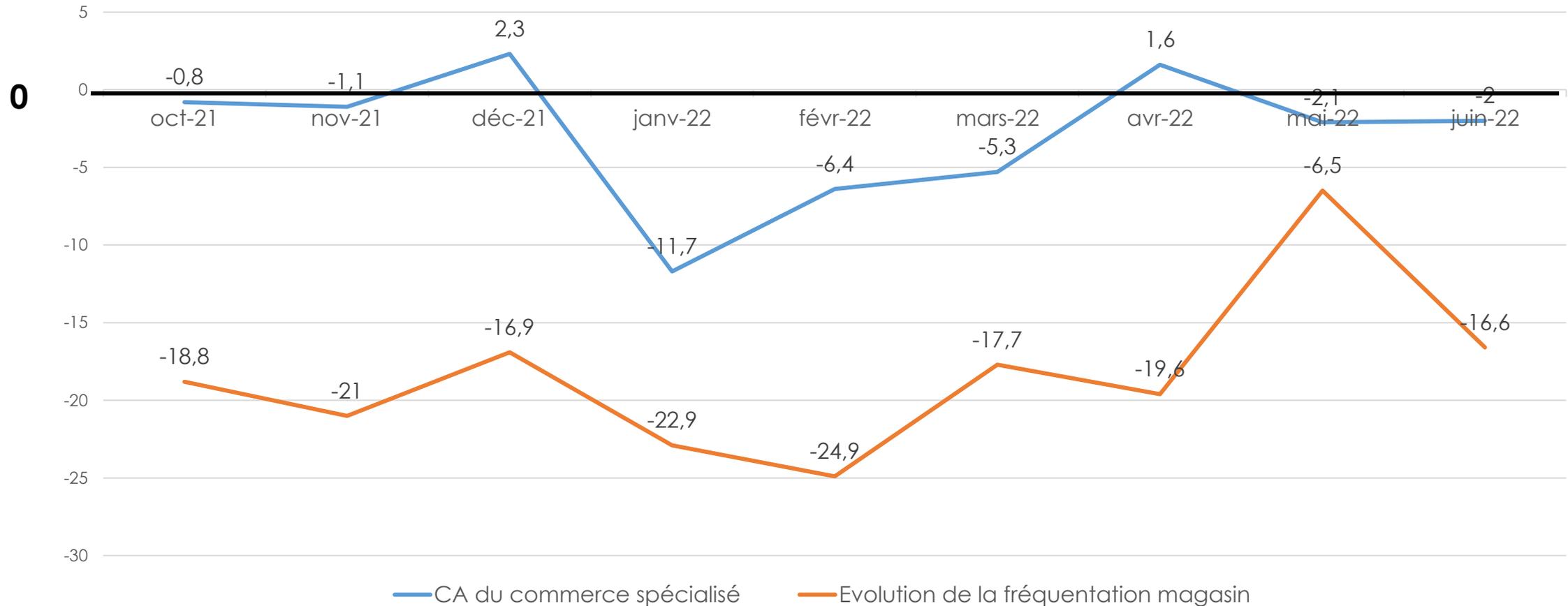
Paca entre – 5 % et – 10 %
Des régions entre – 10 et – 15 %
Les autres entre -15 et – 20 %

Par rapport à juin 2021
En moyenne 6,5 %



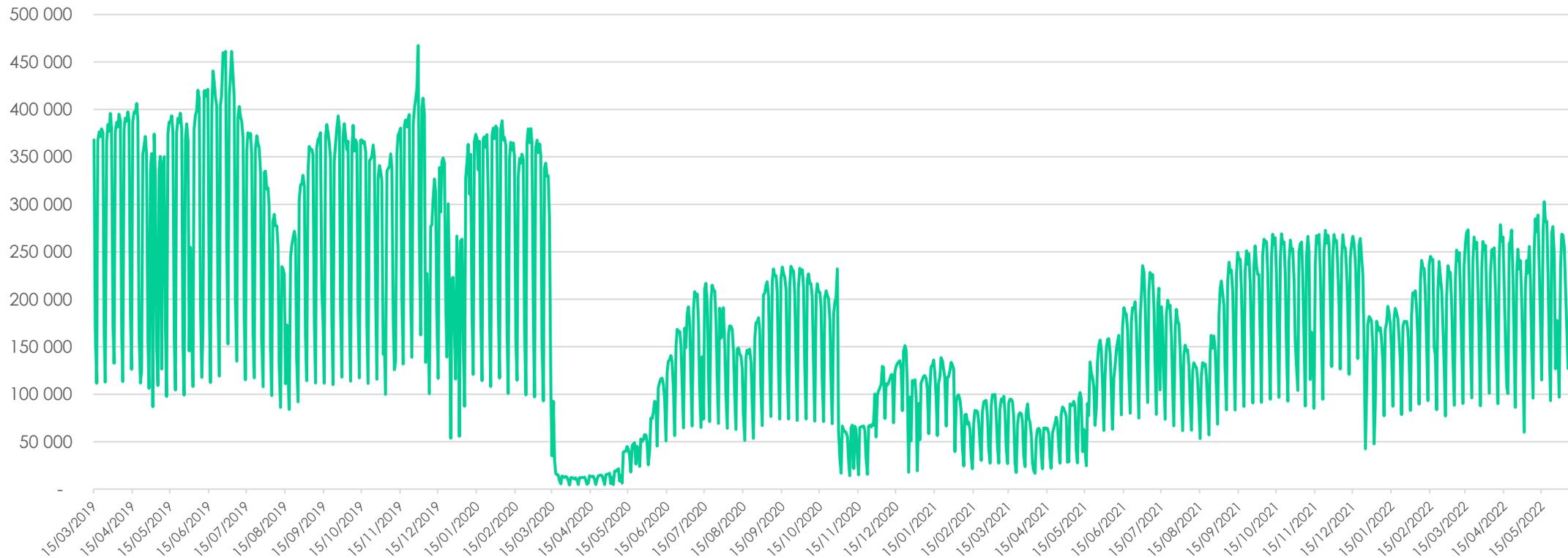
Idf, Est, Paca en positif entre + 10 % et + 15 %
Bretagne et Haut de France entre + 5 et + 10 %
Centre Val de Loire, Normandie, Bourgogne Franche Conté, Occitanie: + 2,5 % à + 5 %
Pays de Loire, Nouvelle Aquitaine, Auvergne Rhône-Alpes : 0 à + 2,5 %

Commerce spécialisé, un décrochage important entre évolution des chiffre d'affaires magasins et fréquentation des points de vente



Une partie du commerce parisien reste préoccupant - Le télétravail et ses impacts durables – Les difficultés croissantes d'accès réduisent les zones de chalandise du commerce exemple le métro de la Défense toujours à – 30 % vs 2019

RATP - Fréquentation du pôle de la Défense (Métros)
(entrants et sortants)



**FÉDÉRATION POUR
LA PROMOTION
DU COMMERCE
SPÉCIALISÉ**

**Conjoncture et
perspective pour les
prochains mois**



Une économie mondiale très bousculée et incertaine



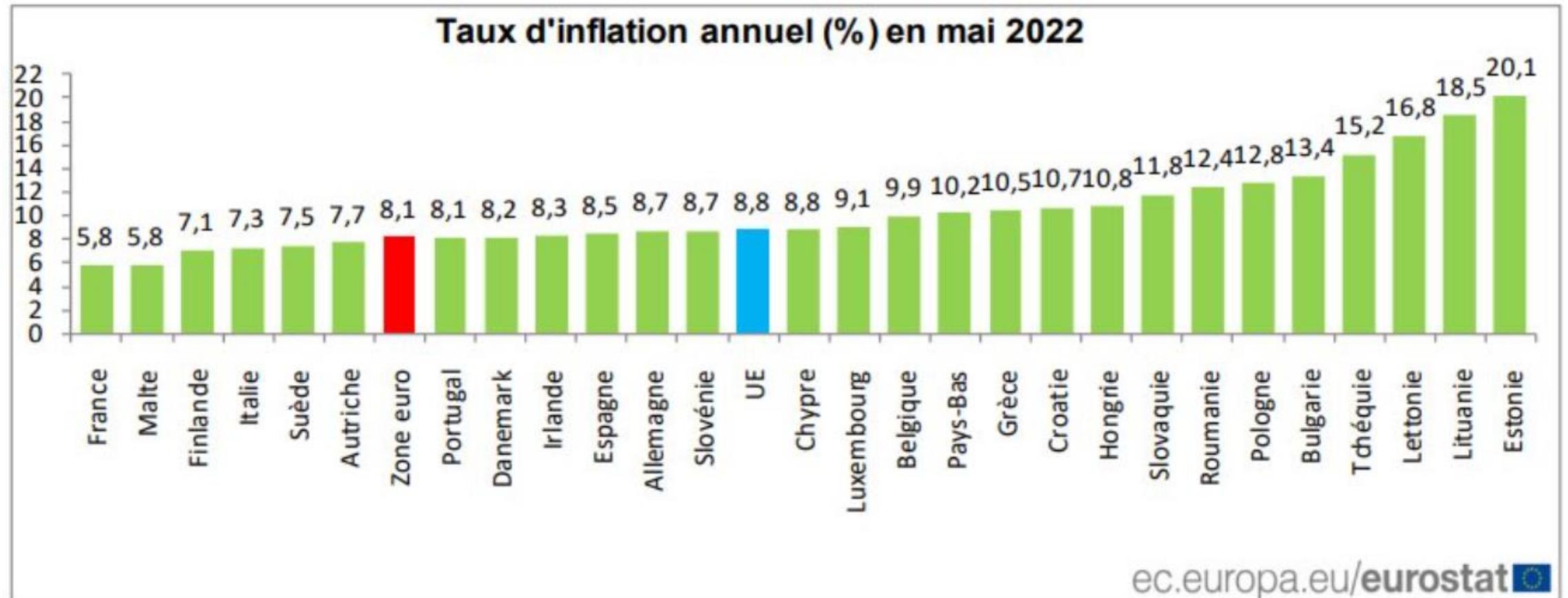
Un violent choc d'offre

- La désorganisation du commerce mondial face à une demande trop forte post-covid (relance de la demande aux USA ...)
- L'augmentation du prix de l'énergie
- La guerre en Ukraine crée une pénurie de produits alimentaires, de matières premières (Russie et Ukraine) et accélère les problèmes énergétiques (gaz, pétrole)
- Saturation du transport maritime mondial
- Sous production industrielle mondiale (zéro Covid en Chine, absence de matières premières et de composants pour produire, augmentation des coûts de l'énergie qui stoppe des usines...)

**Offre < Demande = hausse des prix des approvisionnements
puis hausse des prix consommateur**



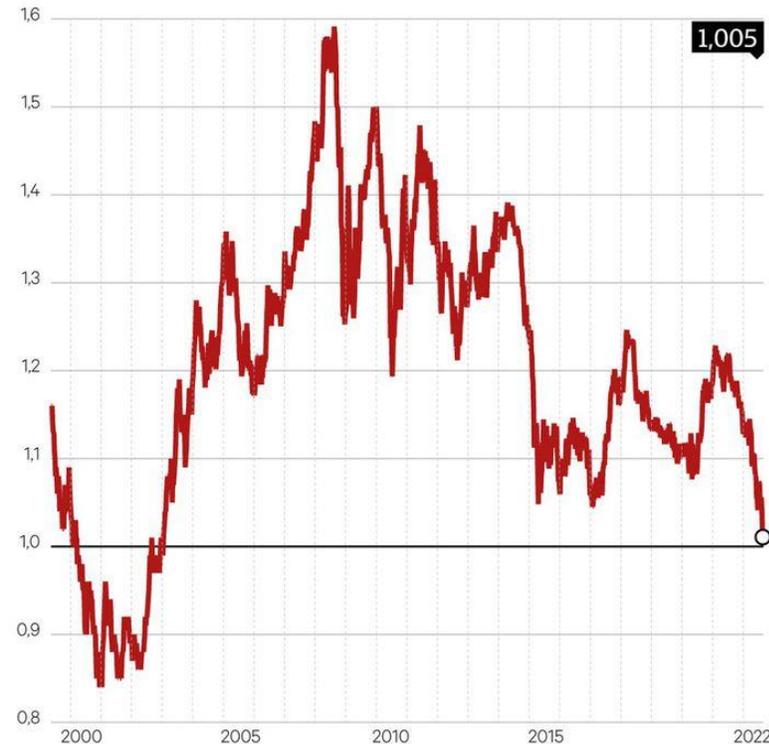
L'inflation à 8,1 % dans la zone Euro mais de grandes différences par pays – la France tempore (bouclier énergétique)



Dépréciation de l'Euro vs dollar = augmentation des coûts d'approvisionnement

L'euro s'approche de la parité avec le dollar

L'euro face au dollar



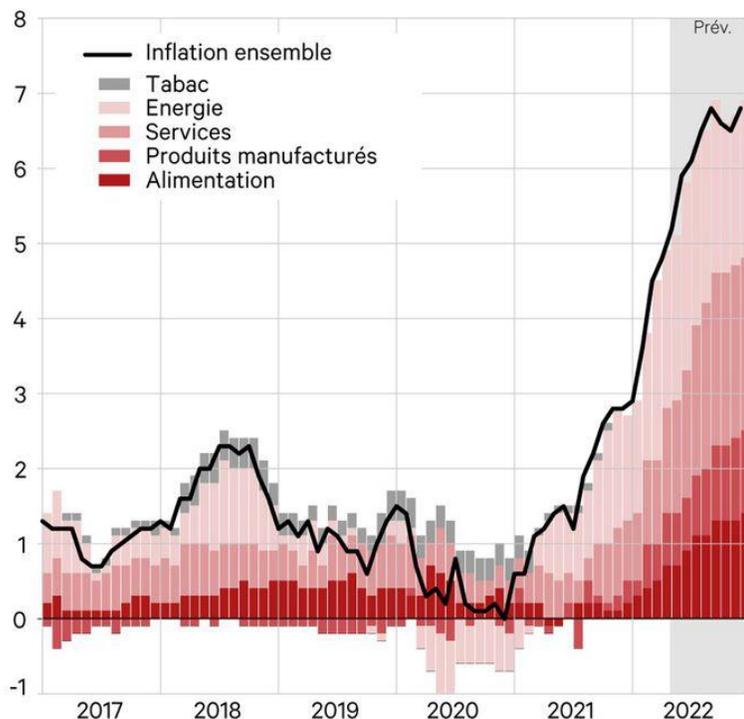
SOURCE : BLOOMBERG



En France, l'inflation accélère à 5,9 % en juin, 7 % en septembre. Une moyenne de 5,2 % sur l'ensemble de l'année 2022 (du jamais vu depuis 1985)

L'inflation au plus haut en fin d'année

En glissement annuel, en %

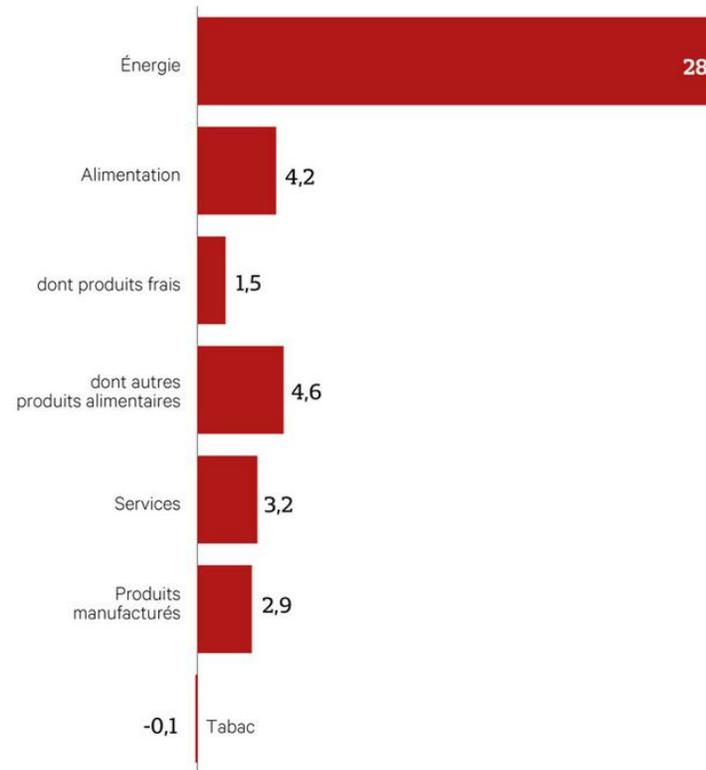


SOURCE : INSEE



Une inflation tirée par l'énergie

Variation en mai 2022, sur un an, en %



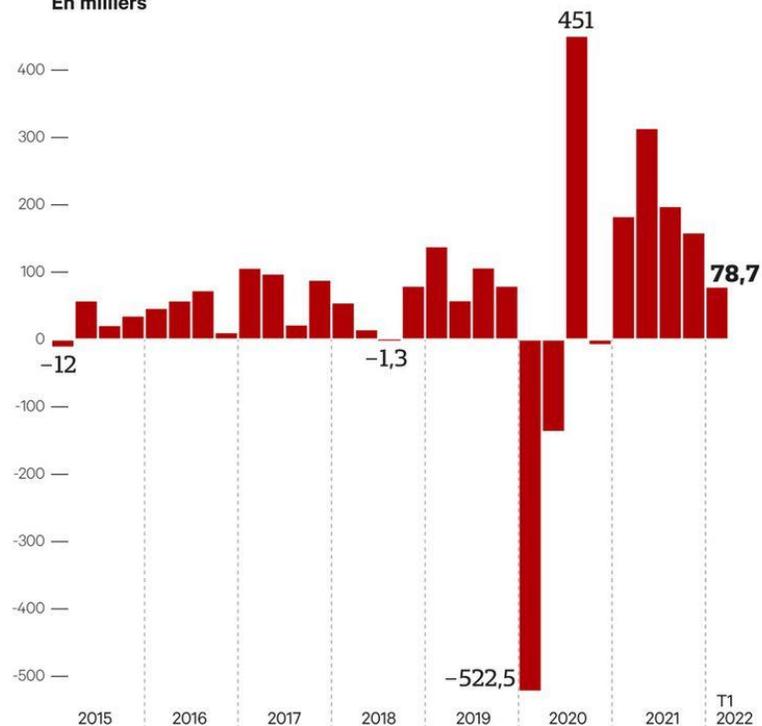
SOURCE : INSEE



Les tensions croissantes sur les salaires

Evolution de l'emploi salarié

En milliers



SOURCE : INSEE



L'inflation augmente beaucoup plus vite que les salaires depuis un an dans la zone euro

Glissement annuel, en %

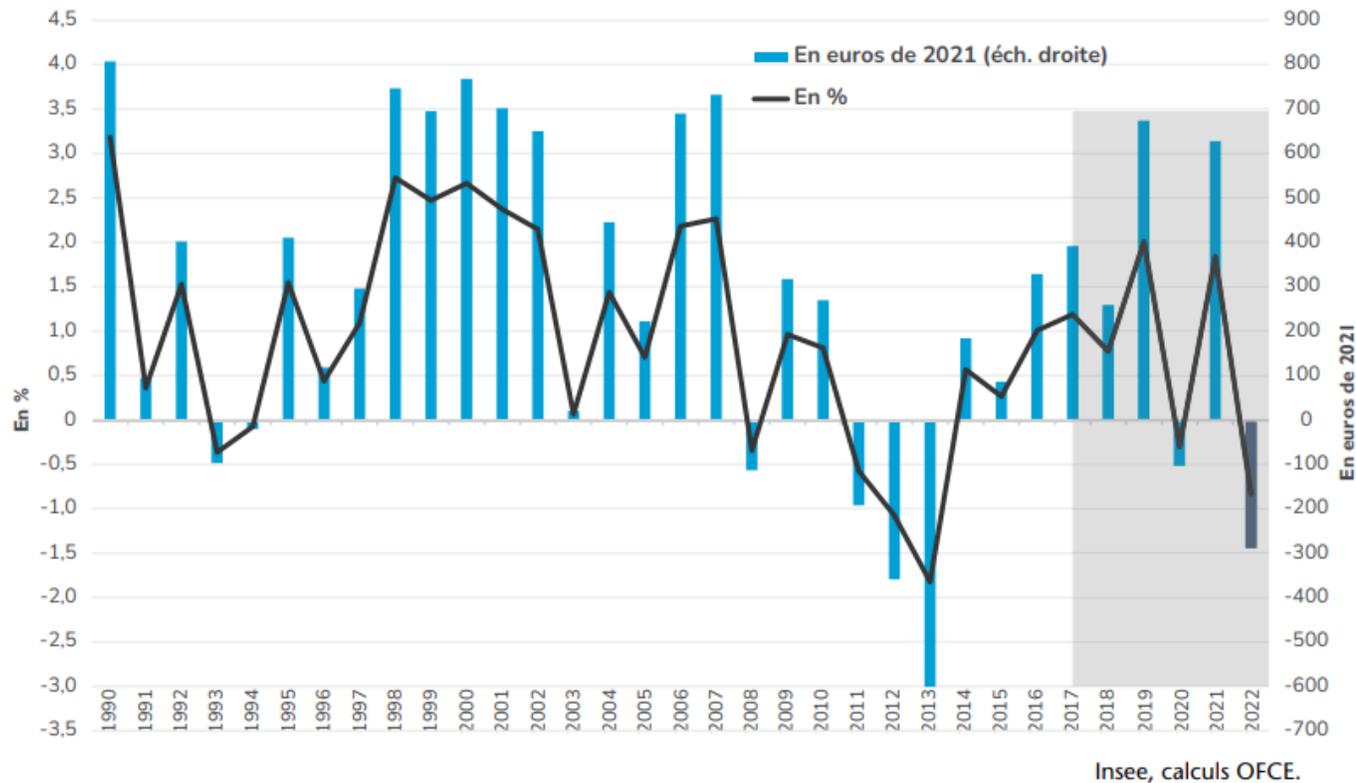


« LES ÉCHOS » / SOURCES : BCE, BLOOMBERG, EUROSTAT



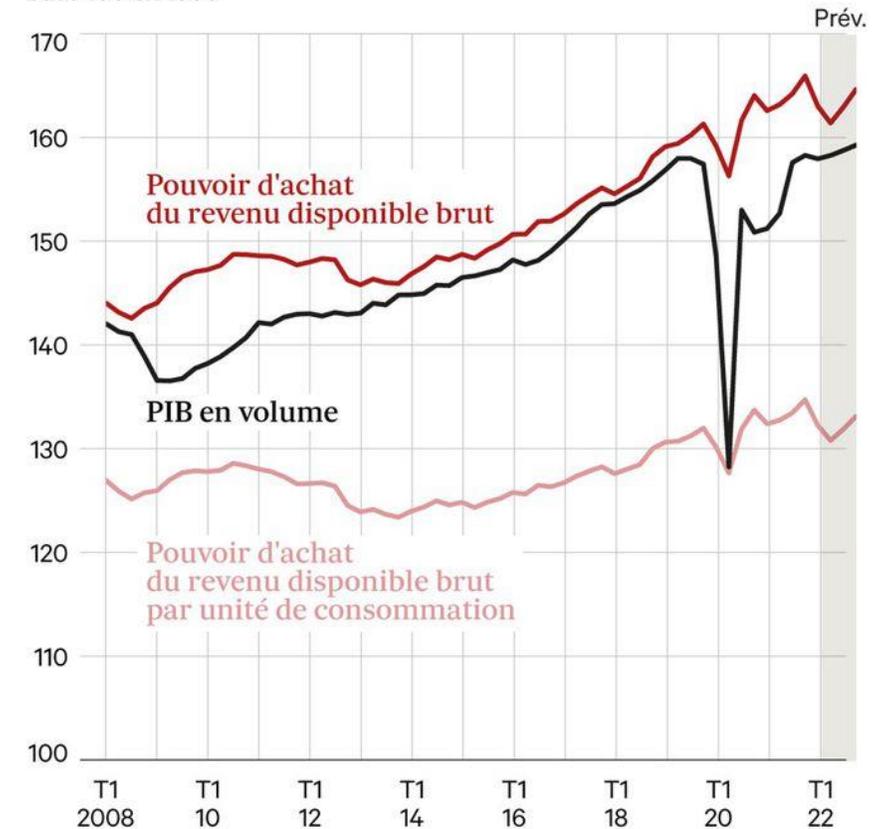
Une contraction du pouvoir d'achat en 2022, la plus forte depuis 2013 malgré les mesures d'accompagnement (-0,8 %). Une situation qui pourrait s'améliorer au second semestre selon l'INSEE

Graphique 6. Variation du pouvoir d'achat par unité de consommation



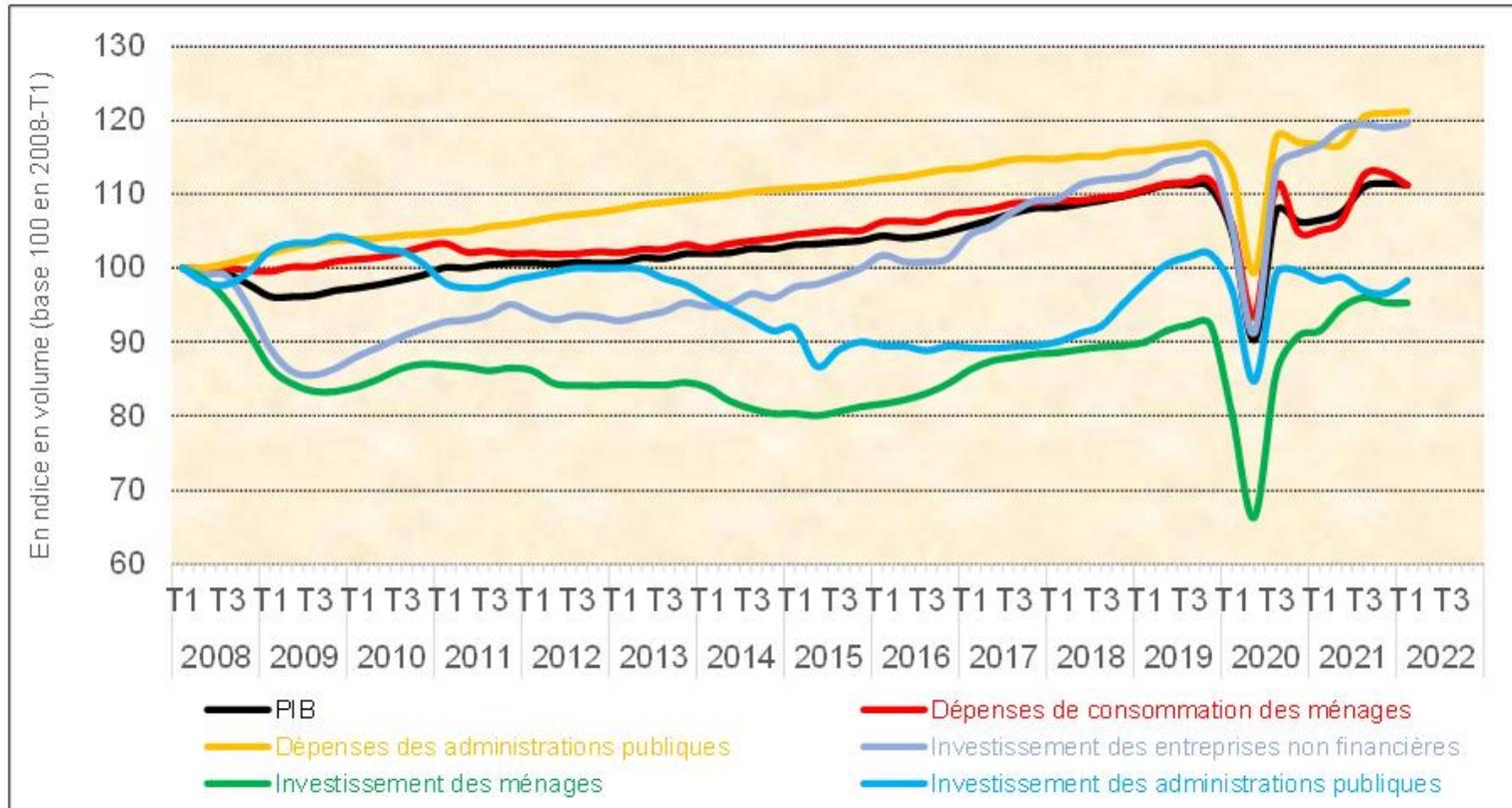
Le pouvoir d'achat augmenterait au second semestre

Base 100 en 1990



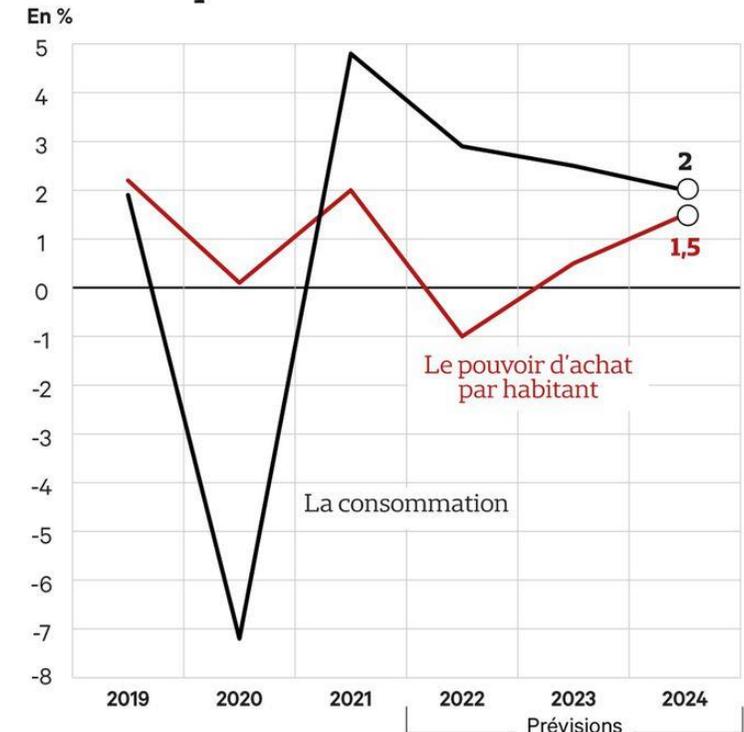
SOURCE : INSEE

La consommation se contracte durablement



Source : FFB d'après Insee

Les prévisions de la consommation et du pouvoir d'achat par habitant de la Banque de France

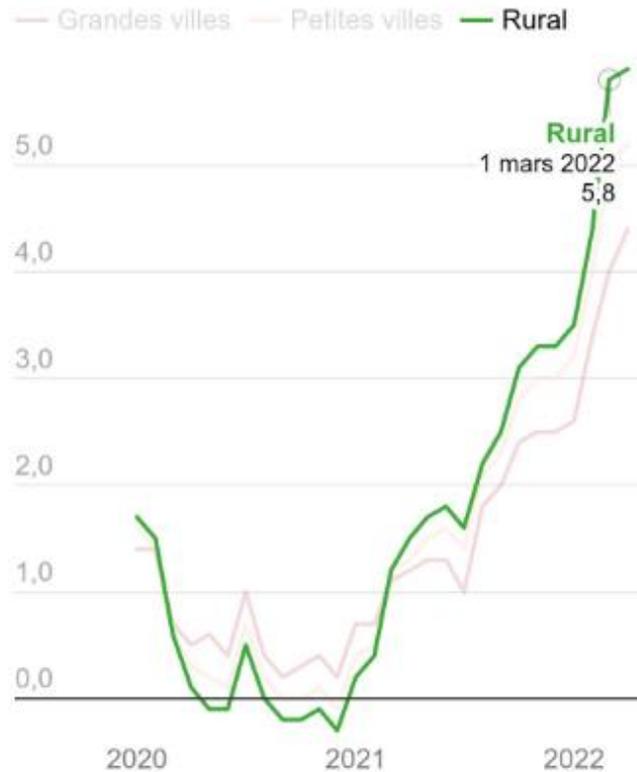


SOURCE : BANQUE DE FRANCE



Des impacts inégaux de l'inflation sur les français selon les lieux d'habitation

Évolution de l'inflation estimée selon la commune de résidence

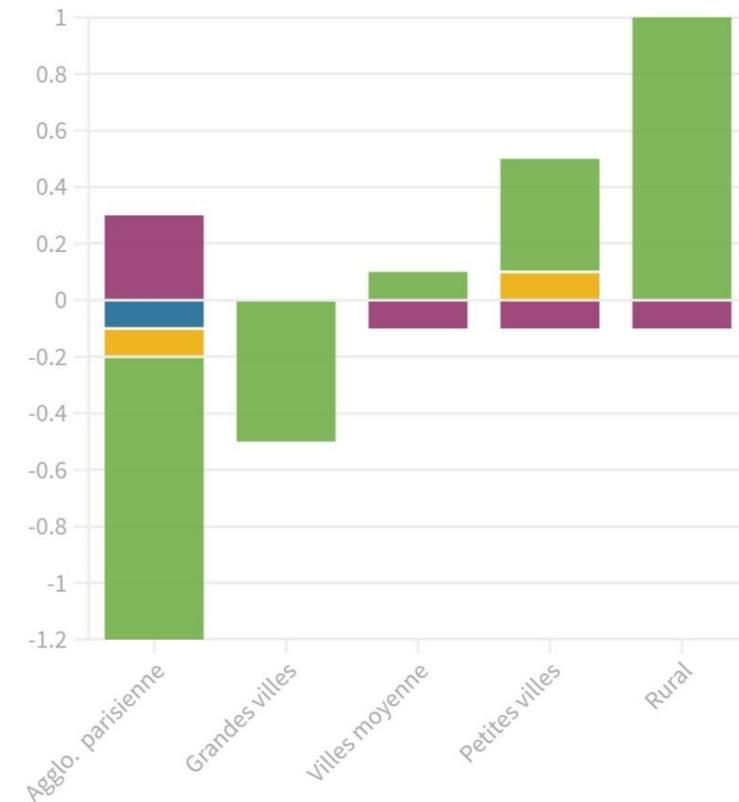


Graphique: Ouest-France • Source: Insee - Juin 2022

Ainsi, en avril 2022, l'inflation estimée sur

Contributions de différents postes à l'écart d'inflation en avril 2022, par commune de résidence

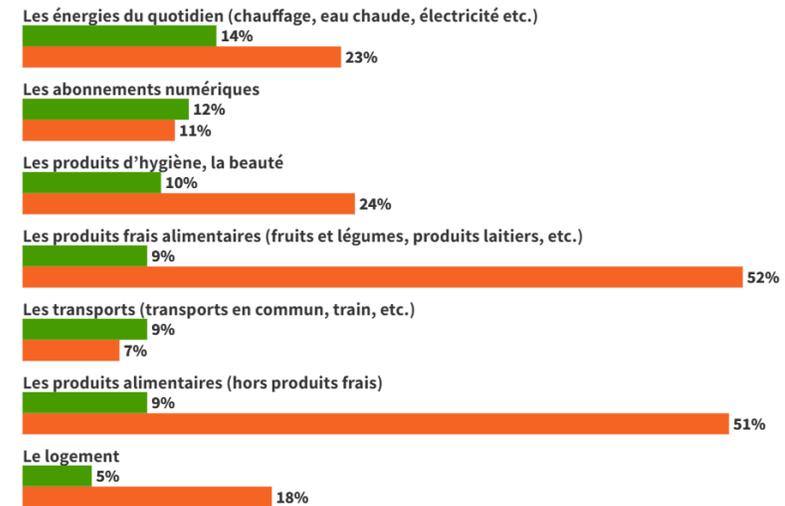
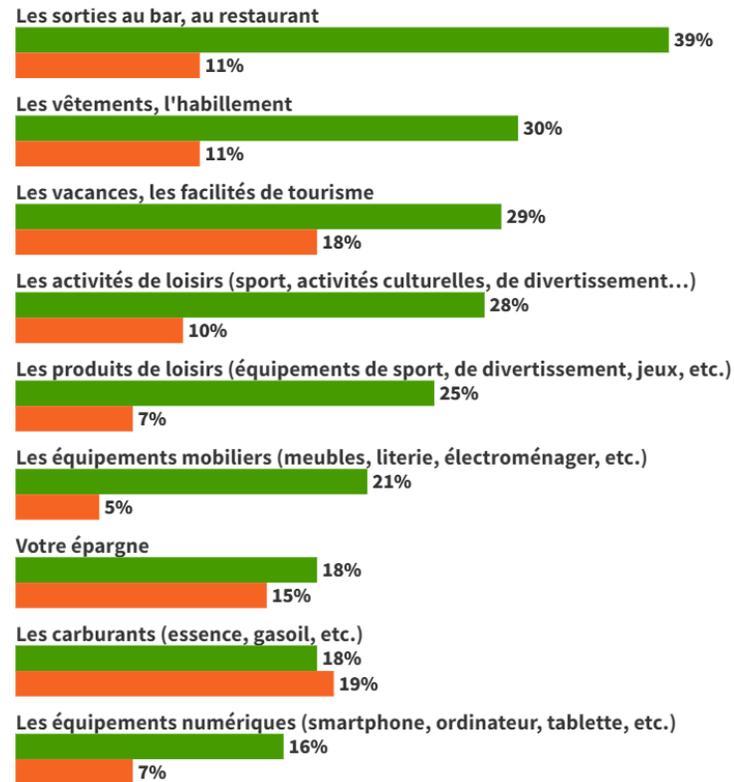
● Alimentation ● Biens manufacturés ● Énergie ● Services



Source : Insee - Juin 2022

Les dépenses qui sont réduites en priorité : le restaurant/bar, l'habillement, les vacances, les loisirs

- A réduire en priorité
- A ne pas réduire



Harris interactive pour Casino • juin 2022

franceinfo:

● A Flourish chart





les entreprises sous pression face à l'incertitude et aux chocs simultanés d'offre et de demande



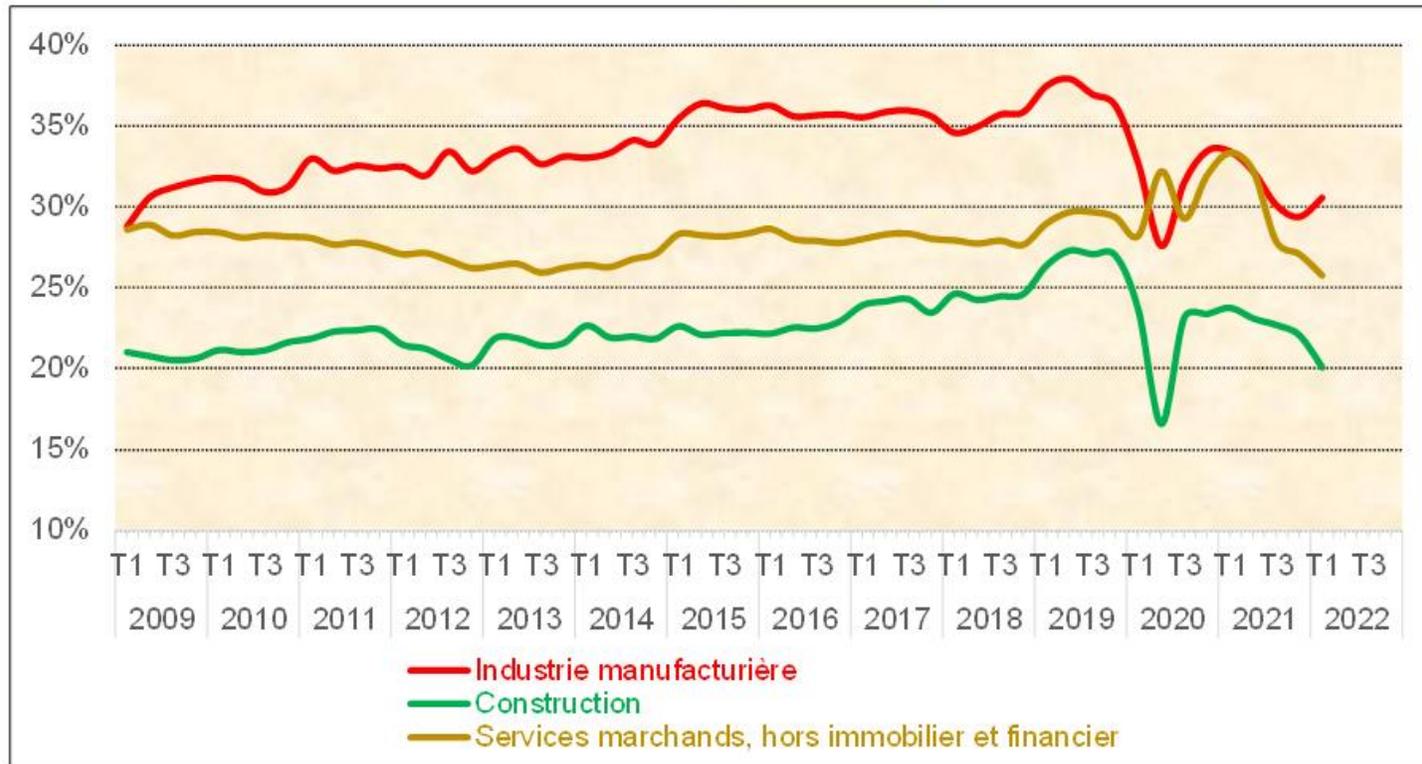
Les incertitudes multiples et le cumul de difficultés

- **L'investissement ne croit plus, la hausse des taux va amplifier le phénomène**
- **Les perspectives d'activité dans le commerce de détail se dégradent**
- **Des taux de marge écrasés**
- **Des difficultés de recrutement : une double pression sur les salaires**
 - Le pouvoir d'achat
 - Recruter et fidéliser
- **Les loyers, charges locatives et impôts continuent d'augmenter**
- **Les évolutions de la demande au cœur des préoccupations**
 - Pression sur les prix donc les marges et la rentabilité
 - Baisse de fréquentation
 - Rupture d'investissement
 - Tensions sur le parc de magasins et l'emploi



Les taux de marge des entreprises sous tension

Graphique 23 – Taux de marge opérationnelle corrigé de la rémunération des chefs d'entreprise non salariés



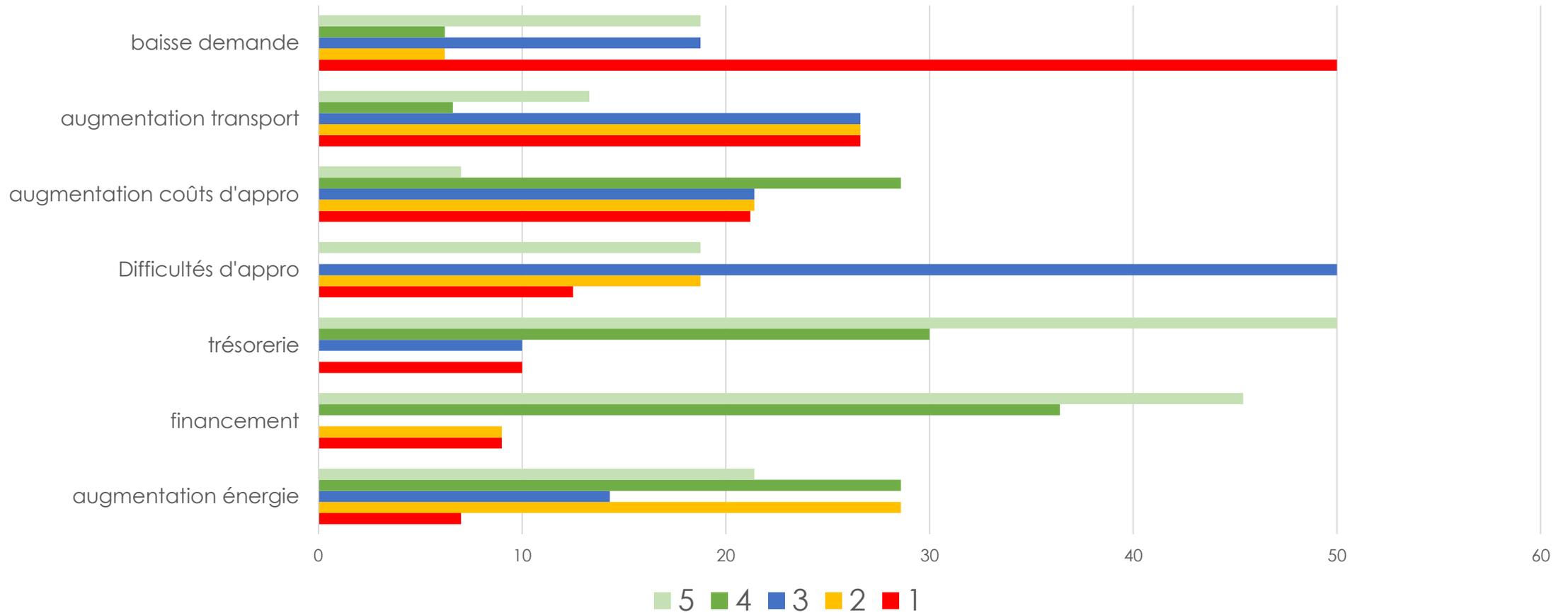
Source : Insee

Enquête Procos : La baisse de consommation, première inquiétude des enseignes suivi par les coûts de transports et d'approvisionnement

- 1 Baisse de la demande
- 2 Augmentation des couts de transport
- 3 Augmentation des coûts d'approvisionnement
- 4 Difficultés d'approvisionnement
- 5 Difficultés de trésorerie
- 6 Problèmes de financement
- 7 Augmentation du coût de l'énergie

Les difficultés d'approvisionnement préoccupant tout de même pour 50 % des enseignes. Trésorerie et financement sont des préoccupations plus secondaires

1 est considéré comme plus important et 5 moins important



Des coûts d'exploitation qui explosent

Matières premières ↑↑
Approvisionnement ↑↑
Transport ↑↑
Prix de l'énergie ↑↑↑
Loyer commerciaux ↑↑

Personnel

Difficultés de recrutement ↑↑↑
Salaires ↑

Incertitude sur les approvisionnements

Covid en Chine
Désorganisation mondiale
Restriction de consommation d'énergie (réduction de production, fermeture d'usine)

D'importants risques sur la demande

Baisse de pouvoir d'achat
Arbitrage en défaveur des achats non alimentaires. Baisse de fréquentation, report, baisse de panier moyen
Augmentation des loyers
Incertitude politique en France
Risques Covid au second semestre
Risque restriction électricité (fermetures magasins)
Flexibilité de la consommation aux évolutions de prix
Baisse du budget disponible pour les dépenses non alimentaires après augmentation des dépenses contraintes

Quelle politique de prix ?

Conséquences sur la rentabilité, le volume d'activité, les marges

Conséquences sur la trésorerie, les capacités d'investissement et le financement

Comment accompagner le commerce dans les prochains mois

Le pouvoir d'achat

Accompagner **les ménages défavorisés** → Etat

Etre en capacité d'**augmenter les salaires** → Empêcher que l'augmentation des coûts fixes (ex. loyer) ne le permette pas → **cf. loyer ci-contre**

Limiter l'indexation des loyers de logement → Ne pas réduire le disponible pour consommer → **Etat et bailleurs**

Faciliter et favoriser le retour à l'emploi du plus grand nombre (apprentissage, seniors, personnes éloignées de l'emploi) : augmenter le nombre de personnes en emploi est le plus sûr moyen de soutenir la consommation et la croissance → **Etat**

Les coûts d'exploitation

Limiter l'évolution des loyers (l'indexation) → Etat et bailleurs → Plafonner l'indexation en 2023

Limiter l'augmentation des charges locatives (consommation d'énergie...) → avec les bailleurs en particulier dans les grands centres commerciaux

Fiscalité : empêcher le transfert par les bailleurs de fiscalité relevant de leurs obligations (taxes foncières)

Porter une attention particulière à ce que la réforme des valeurs locatives n'entraîne pas d'augmentation des taxes foncières qui, pour l'instant, est supportée par les exploitants le plus souvent → Etat et collectivités locales

Trésorerie et financements

Mobiliser le système bancaire et l'assurance crédit pour qu'ils accompagnent le retail → **Etat, banque, système financier et assurance**

Accompagner les capacités de financement → **Allongement des remboursements des PGE** → Etat

Financer les transformations

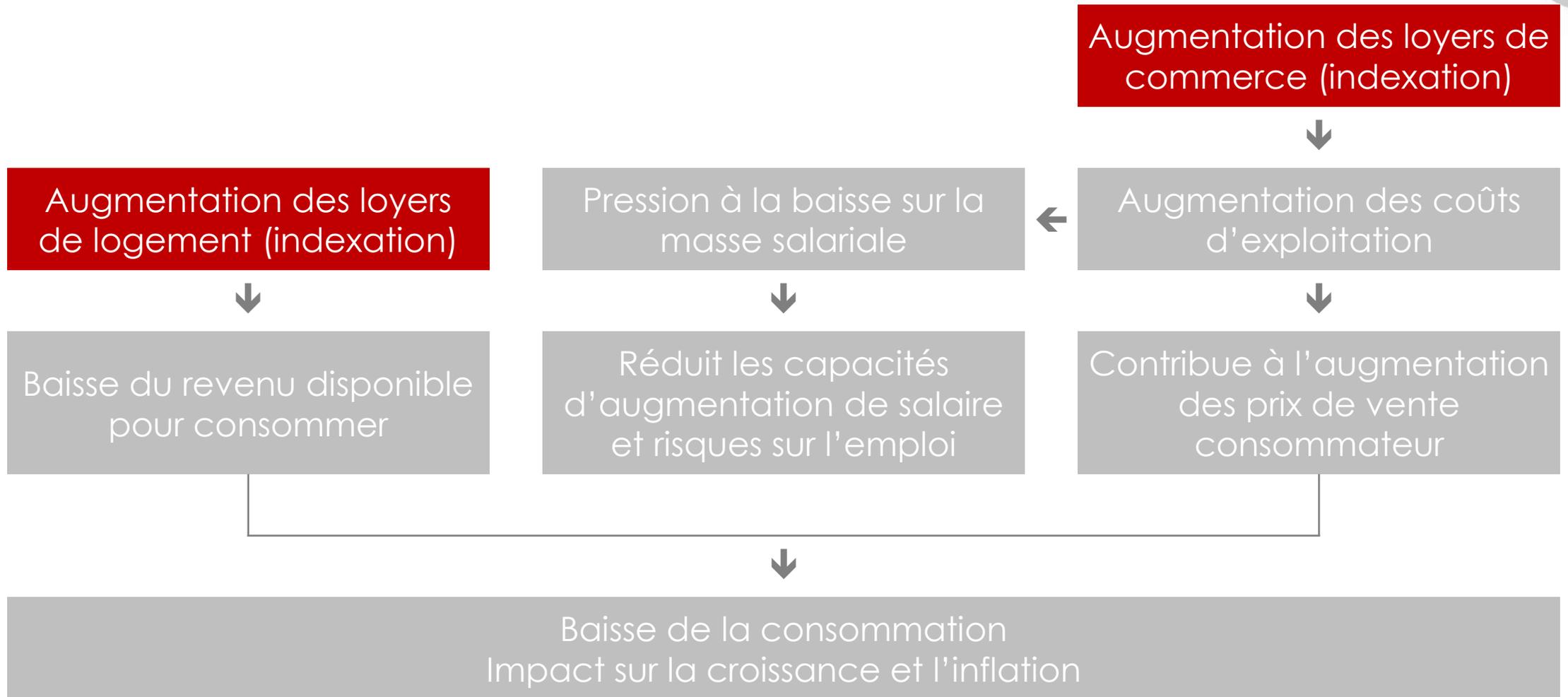
Accompagner les transformations digitales et environnementales : suramortissement, subvention, crédit d'impôt → **Etat**

Accélérer les investissements sur la **baisse de consommation d'énergie des magasins** → **Etat** (suramortissement, subvention...) → Empêcher la refacturation par les bailleurs des coûts relevant de leurs obligations

Immobilier de commerce:

- **L'indexation des loyers et les coûts immobilier au cœur des problématiques majeures du modèle**
 - Baisse de fréquentation
 - Indexation automatique → plafonner l'indexation
 - Taux d'effort (loyer+ charges + taxe foncière) qui peuvent devenir insupportable
- **Les décisions de la Cour de Cassation sur les loyers Covid**
- **Un enjeu de baisse de consommation d'énergie accélérée**
- **Parc de magasins : les lourds enjeux des mois à venir : fréquentation, activité vs loyer**
 - des enseignes en développement et des secteurs dynamiques
 - mais des arbitrages probables si la crise dure
- **Zéro Artificialisation Nette (ZAN)**

Les loyers au cœur de la spirale d'inflation et de baisse de consommation



ECHANGES/QUESTIONS-REPONSES



Télécharger l'intégralité des contenus de la newsletter Procos.

À la une



Avec l'inflation, l'indexation de l'immobilier à nouveau au cœur de la consommation et du commerce

Édito par Emmanuel LE ROCH,
Délégué Général de Procos.

[Lire la suite](#)



Pourquoi une partie du commerce parisien est-elle réellement en danger ?

Vers quel Paris veut-on aller ? Les changements sociétaux structurants et les décisions de la ville mettent-ils en danger le commerce parisien ?

[Lire la suite](#)



Rénover les entrées de ville commerciales

Enjeu sociétal majeur à condition de coconstruire sans stigmatiser les acteurs en place et la situation de départ. L'avenir se construit ensemble.

[Lire la suite](#)

Études & clubs



Nantes, un commerce en mouvement au sein d'une métropole en expansion

Retour sur les ambitions de la Métropole et Ville de Nantes, en lien avec la CCI, sur l'avenir des pôles commerciaux nantais.

[Lire la suite sur l'espace adhérents](#)



Saint-Nazaire, entre deux eaux

Souffrant d'une image de ville industrielle peu attractive, la Ville a engagé une stratégie de redynamisation de son centre-ville.

[Lire la suite sur l'espace adhérents](#)



Logistique internationale & supply chain

Quelle stratégie pour optimiser la supply chain quand l'accès aux marchandises et la production sont perturbés ?

[Lire la suite](#)



Points de contact client en magasin

Points de contacts et interactions avec le client se multiplient. Quelles sont les attentes prioritaires des consommateurs et le rôle des écrans digitaux dans leur comportement ?

[Lire la suite sur l'espace adhérents](#)

**MERCI A TOUTES ET TOUS
EXCELLENTE JOURNÉE
ET
TRES BEL ÉTÉ**

