

Commerce spécialisé : report des soldes et fermeture des centres commerciaux, une baisse de - 25 % en février 2021

Report des soldes, fermeture des centres commerciaux de plus 20.000 m² ; **les deux premiers mois de l'année se terminent avec une activité très négative pour le commerce spécialisé.** Alors qu'une nouvelle décision vient fermer des magasins supplémentaires dans vingt-trois départements, il est indispensable de s'inscrire dans un processus permettant une réouverture de tous les magasins rapidement.

En moyenne, l'activité des magasins pour le mois de février 2021 est inférieure de - 25 % à celle de février 2020 (*). Bien entendu, ces chiffres sont très impactés par la fermeture de plus de 20.000 magasins dans les grands centres commerciaux.

Si l'on exclut les magasins fermés, l'activité des magasins du commerce spécialisé ouverts a légèrement progressé de + 3 %. Cette faible croissance démontre combien le transfert d'activité vers les magasins ouverts est très réduit. Pourtant, lorsque l'on analyse l'évolution de la fréquentation des magasins de l'observatoire Procos/Stackr (**), alors que la fréquentation des magasins en centres commerciaux s'écroule (- 48 % en février), les magasins en centre-ville profitent d'une augmentation de + 20 % en moyenne, en particulier dans les centres-villes de taille moyenne.

Cette fermeture des centres commerciaux produit un impact différent selon les secteurs d'activité en fonction du pourcentage de magasins présents dans ce type de lieu. Si l'on exclut la restauration à table, le cinéma, les salles de sport, déjà fermés, l'impact de la fermeture des centres de plus de 20.000 m² fait que l'activité des magasins connaît une évolution catastrophique dans les secteurs de la beauté-santé (- 40 %), la culture-jouet (- 41 %), le textile, (- 36 %) et la chaussure (- 24 %). Même le secteur de l'alimentaire spécialisé pourtant autorisé à rester ouvert est très impacté par l'écroulement des flux dans les centres commerciaux et se trouve dans l'obligation de fermer des points de vente par manque de clients (- 25 %).

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

Février 2021
vs même période 2020



1^{er} janvier au 28 février 2021
vs même période 2020



Source : panel Procos

Seul l'équipement de la maison réalise à nouveau un mois positif (+ 17 %). Le secteur est favorisé par l'appétence des Français pour des dépenses concernant leur logement, le fait d'être moins dépendants des soldes et d'être beaucoup moins présents dans les grands centres commerciaux fermés.

Le report des soldes a été une très mauvaise décision puisque, cumulé aux mesures sanitaires, il a généré un très mauvais mois de janvier suivi d'un mois de février tout aussi mauvais car fortement impacté par le couvre-feu et la fermeture des centres de plus de 20.000 m².

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.procos.org

Conséquence, en cumul sur les deux premiers mois de l'année ; l'activité des magasins du commerce spécialisé est en baisse de - 14 % par rapport à la même période en 2020. Un début d'année qui vient accroître la fragilité des acteurs déjà très impactés en 2020. Les évolutions de ces deux premiers mois sont hétérogènes selon les secteurs. Les plus touchés sont le textile (- 26 %), la beauté santé (- 20 %), les secteurs de la culture-jouet (- 19 %) et la chaussure (- 14 %). A nouveau, seul l'équipement de la maison s'en sort beaucoup mieux (+ 12 %) en cumul sur les deux premiers mois de l'année.

Une préoccupation et une inquiétude qui se poursuivent. Alors que l'on pouvait espérer que la fin des soldes marquerait le début d'un nouveau cycle, force est de constater que la crise sanitaire est toujours là et met en danger de nombreux acteurs du commerce. A la veille de l'anniversaire du premier confinement, la restauration à table, les cinémas, les salles de sport ont déjà connu huit mois de fermeture, les magasins non-alimentaires dans les centres commerciaux, cinq mois...

Et, il est à nouveau décidé de fermer les magasins non-alimentaires dans les centres commerciaux de plus de 10.000 m² et des magasins non alimentaires (bricolage, jardinerie, meubles, sport...) qui sont indispensables à la vie des habitants dans les territoires etc.

Toutes ces décisions, l'incapacité de planifier la réouverture, l'allongement des durées de fermeture malgré les aides mises en place, **chaque semaine, fragilisent les acteurs du commerce de toutes tailles.**

Il faut mettre un terme le plus rapidement possible à ces fermetures pour ne pas handicaper l'avenir. Sinon la fermeture de points de vente partout en France, d'une part, et l'amputation des moyens indispensables pour les investissements nécessaires pour se transformer, d'autre part, mettraient les acteurs dans une situation durablement très difficile (restructurations, investissements insuffisants à cause d'un endettement élevé...) avec des conséquences très importantes et durables en de très nombreux territoires.

Par ailleurs, plus cette fermeture durera, plus le sentiment d'injustice par rapport aux commerces restés ouverts, plus la peur de la perte d'emplois vont croître alors même que, cela a été largement démontré, le commerce n'a jamais été source de diffusion du virus.

(*) 80 enseignes interrogées sur leur performance en France

(**) L'observatoire de fréquentation des commerces Procos/Stackr cumule les données captées en permanence dans 13.000 points de vente sur 1.800 sites de commerce (centres commerciaux, rues...)