

Procos souhaite : « Agir pour un commerce qui donne envie », quelle que soit la conjoncture

Procos, fédération pour la promotion du commerce spécialisé a tenu sa conférence de presse semestrielle le 10 juillet ; l'occasion de faire un point sur l'activité des secteurs du commerce spécialisé au premier semestre mais surtout de rappeler sa volonté de construire une vision positive de l'avenir du commerce.

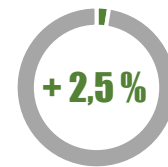


« Notre nouvelle raison d'être « Agir pour un commerce qui donne envie » s'articule autour de trois axes majeurs : donner envie aux consommateurs, donner envie aux collaborateurs et donner envie dans les lieux de commerce. Le commerce et les commerçants ont leur avenir en mains mais nous devons travailler avec les élus locaux, les fournisseurs, les bailleurs, les universités, tous ceux qui partagent notre vision et notre envie de donner envie. » rappelle **André TORDJMAN, président de Procos.**

La fédération a dressé le bilan de l'activité du premier semestre de l'année 2024. **Un début d'année fortement marqué par une météo très défavorable.** Le semestre se termine dans la difficulté pour les ventes magasins (*) avec un mois de juin en négatif important par rapport à 2023 dans plusieurs secteurs tels que la chaussure, l'habillement ou l'équipement de la maison. La fréquentation des magasins (- 6,1 % vs juin 2024) est la pire évolution depuis le début 2024 (**).

Pour le semestre, plusieurs éléments sont significatifs.

Évolution du CA des magasins des enseignes du commerce spécialisé janvier-juin 2024 vs même période en 2023



Source : Panel Procos

En moyenne, sur ce premier semestre, les ventes magasins du commerce spécialisé sont en hausse de 2,5 % en magasin, croissance qui se situe exactement au niveau de l'inflation sur la période, **l'activité stagne** donc. Les ventes web suivent une tendance légèrement supérieure à + 3,5 %. Mais, ces moyennes cachent de grandes différences sectorielles :

- ▶ **La chaussure (- 6,1 % en magasin) et l'habillement (- 4,8 %) réalisent un mauvais semestre.** « Seul mars a été positif pour l'habillement et 85 % des enseignes de notre panel constatent une baisse de chiffre d'affaires au premier semestre 2024 comparativement à 2023. » constate **Emmanuel LE ROCH, Délégué Général.**
- ▶ **L'activité est également sous forte tension dans l'équipement de la maison** en baisse de 3 % sur le semestre. Mais, certains secteurs tels que le meuble ou la décoration rencontrent des contractions encore très supérieures sous l'impact des difficultés continues du marché de l'immobilier et des tensions en relation avec le comportement des consommateurs à la suite d'une inflation élevée.
- ▶ **Le sport voit également ses ventes baisser en magasins. Mais, celles-ci sont presque compensées par la hausse des ventes sur le net** pendant la période.

Contacts presse :

Emmanuel LE ROCH, Délégué Général - emmanuel.le.roch@procos.org – tél : 06 07 21 57 02

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

- ▶ **La beauté** (+ 7,5 % en magasin), **la restauration** (+ 4,5 %), **cadeaux-culture-jouets** (+ 4,5 %) et dans une moindre mesure, **l'alimentaire spécialisé** (+ 3,5 %) réalisent un **semestre bien orienté** même si l'on enlève l'impact de l'inflation, la croissance est très faible à l'exception de la beauté.
- ▶ **La fréquentation des magasins a baissé en 2024 par rapport à 2023 avec une baisse particulièrement forte en juin (- 6,1 %).**

Le contexte actuel augmente très fortement le niveau d'incertitudes pour la consommation et le commerce dans les prochains mois.

Le baisse de l'inflation (2,1 % en juin) est en mesure de rassurer une partie des consommateurs et de lever progressivement le stress créé par la forte d'inflation de 2022/2023. **Les dépenses contraintes pèsent toujours beaucoup** sur le budget des ménages et des arbitrages existent, souvent défavorables à nos produits non alimentaires. **Les projets d'investissement (équipement maison, cuisine...) sont reportés.** Nous devons faire face, être agiles et **nous adapter en souhaitant un retour rapide à la confiance**, à une situation sereine qui nous permettra de construire l'avenir du commerce.

Pour les entreprises, l'accélération de l'augmentation des défaillances est préoccupante et pourrait entraîner un accroissement du chômage dans les prochains mois. Par ailleurs, le coût de l'accès aux financements réduira le niveau d'investissement des entreprises.

« Dans nos secteurs, **les niveaux de stocks élevés mettent sous tension les trésoreries**, et si l'on associe cette situation aux incertitudes de l'activité pour les prochains mois, il est évident que **les entreprises ont rapidement besoin que soit mis en œuvre le protocole signé entre les représentants des commerçants et des bailleurs en matière de mensualisation des loyers.** Heureusement, cet accord existe. Il ne reste qu'à le rendre opérationnel et il est nécessaire de le faire rapidement pour permettre aux commerçants d'affronter au mieux cette période et d'investir sur un commerce qui donne envie. » indique **André TORDJMAN**.

Véronique LEGER, Vice-présidente « immobilier » de Procos confirme « Nos enseignes et l'ensemble des commerçants se réjouissent que la filière se soit accordée sur ce dispositif et sont impatientes que cet accord soit mis en œuvre dans les prochaines semaines. ».

Procos rappelle que la construction d'un commerce qui donne envie réclame d'en créer les conditions.

Au lendemain des élections, la fédération souhaite rappeler :

- ▶ L'importance de travailler avec **un ou une ministre du commerce** dans le but de coconstruire une politique publique du commerce indispensable sur le plan économique, social mais aussi sociétal (place du commerce dans la vie locale).
- ▶ Sa volonté de poursuivre le rythme des travaux du **Conseil National du Commerce**, instance essentielle car elle permet le travail collectif de tous les acteurs, des pouvoirs publics et des administrations.
- ▶ L'impérieuse nécessité d'assurer **l'équité concurrentielle** entre les acteurs, en particulier vis-à-vis des grandes plateformes internationales.
- ▶ **Le caractère central des équipes et des collaborateurs** auprès desquels il faut investir, qu'il faut séduire, former, rémunérer, récompenser et faire évoluer.
- ▶ **L'importance du travail collectif sur les lieux de commerce** centres, périphéries des villes ou centres commerciaux, chacun avec ses compétences mais pour l'intérêt collectif et un commerce dynamique qui contribue à la qualité des villes et territoires.
- ▶ **Le caractère urgent de travailler sur certains éléments du modèle économique du commerce pour que le niveau de charges soit supportable**, que les capacités d'investissement et de financement soient dégagées, afin que l'énergie maximale porte sur l'innovation et **la création de valeur pour un commerce attractif et responsable ; « Un commerce qui donne envie. ».**

(*) 80 enseignes interrogées sur leur performance en France

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