

Commerce spécialisé : l'activité moyenne de juillet négative à - 2,5 %, mais Paris et le nord de la France en baisse beaucoup plus forte

L'activité des magasins des enseignes du commerce spécialisé au mois de juillet se termine en baisse de - 2,5 % par rapport à juillet 2023 (*).

Le mois a surtout été très négatif pour plusieurs secteurs tels que l'équipement de la maison (- 7,5 %) et l'habillement (- 6 %) qui terminent le mois avec une très forte baisse d'activité en magasins. L'activité de l'habillement a été fortement marquée par la mauvaise météo dans le nord de la France alors que l'activité a été meilleure dans le sud. Les différences régionales sont très fortes : alors que **la fréquentation des magasins est en baisse** moyenne de - 0,7 % sur l'ensemble de la France (**) elle été marquée de très fortes baisses en Normandie (- 8,8 %), dans les Hauts de France (- 5,4 %) ou en Bretagne (- 3,1 %).

Le secteur cadeaux-culture-jouet termine le mois en baisse significative (- 4,5 %), **les enseignes très présentes dans Paris ont été fortement pénalisées** par les fortes difficultés de trafic client notamment (absence de touristes à l'approche des jeux et impacts très forts sur la mobilité des clients).

L'activité de la restauration est négative en juillet (- 1,4 %) avec une très forte baisse à Paris (- 8,7 %) et **l'alimentaire spécialisé** (- 0,5 %) a été confronté aux problèmes météorologiques et de trafic à l'approche des JO également

Le secteur de la beauté termine avec une activité légèrement positive (+ 5,2 %)

En effet, l'activité des magasins parisiens est très en retrait du fait des impacts très importants de la préparation des jeux olympiques et du déroulement de la cérémonie d'ouverture. L'activité des magasins du commerce spécialisé subit **une baisse moyenne de - 9 % à Paris** (contre - 2,5 % sur l'ensemble de la France) soit un écart négatif de 6,5 % en comparaison de l'activité France.

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

Évolution des ventes magasins du commerce spécialisé
juillet 2024 vs juillet 2023 *



Évolution cumulée du CA magasins du commerce spécialisé
janvier à juillet 2024 vs 2023 *



Évolution de la fréquentation des points de vente juillet
2024 vs juillet 2023 **



* Source : panel Procos

** Source : observatoire Procos/Stackr
de fréquentation des points de vente

Les baisses d'activité de - 30 % sont très fréquentes dans les lieux de commerce parisien comparativement à juillet 2023.

Bien entendu, il faudra faire un bilan final à l'issue de l'été. Quels auront été les impacts des jeux olympiques sur le comportement des consommateurs et dans quelles régions ?

Les jeux auront-ils générés un état d'esprit favorable, une période suffisamment positive pour donner envie de se faire plaisir autour des jeux ou sur les lieux de vacances.

L'impact sur les activités dans Paris ont été plus fortes que prévues lors des semaines qui ont précédés l'ouverture des jeux du fait d'une forte baisse de tourisme et des décisions de favoriser le télétravail dans de nombreuses entreprises. Quelle sera l'évolution cumulée fin août sur l'ensemble de l'été, sachant que ce mois pèse de manière très différente selon les secteurs et selon les régions ?

Quels seront les activités et acteurs gagnants et ceux qui, malheureusement, auront été fortement impactés, en particulier dans certains sites et rues de commerce ceci d'autant plus que les stratégies des acteurs auront été différents certains auront décidé de fermer certains points de vente, d'autres non ou d'adapter les jours d'ouverture en fonction du trafic constaté. Nul doute que la météo des semaines à venir aura également des conséquences.

« Aujourd'hui, les inconnues et inquiétudes principales demeurent celles portant sur la situation politique des prochaines semaines et l'impact du déroulement des JOP sur l'activité de septembre, mois très important pour le commerce avec la rentrée scolaire. Quel sera donc l'état d'esprit des consommateurs lors de cette rentrée et souhaitons que les entreprises ne poursuivent pas leur politique privilégiant le télétravail qui ne pourrait qu'avoir des impacts négatifs sur le chiffre d'affaires des magasins et des restaurants. » conclue la Fédération du commerce spécialisé Procos

(*) 80 enseignes interrogées sur leur performance en France

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