



AGIR POUR UN COMMERCE QUI DONNE ENVIE

## Commerce spécialisé : dans un contexte incertain, se concentrer sur l'essentiel

PROCOS, Fédération pour le commerce spécialisé, a tenu sa conférence de presse le 12 février dernier. André TORDJMAN, président et Emmanuel LE ROCH, délégué général ont fait le point sur l'activité des enseignes du commerce spécialisé en 2024 et les perspectives pour 2025.

*« Après avoir annoncé une nouvelle ambition « Agir pour un commerce qui donne envie » en juillet 2024, nous avons souhaité définir une nouvelle identité visuelle en ligne avec un commerce qui donne envie, une communication qui mobilise autour de notre idée selon laquelle la désirabilité du commerce doit être au cœur de nos actions si nous souhaitons être dans le cœur des clients et des collaborateurs. SAGUEZ ET PARTNERS nous a accompagnés dans cette démarche créative visant à mobiliser tous nos adhérents, secteurs ainsi que l'écosystème du commerce » indique André TORDJMAN, président de PROCOS. (lire CP par ailleurs sur la nouvelle identité visuelle).*

**En ce qui concerne l'activité des enseignes du commerce spécialisé en 2024** (panel PROCOS (\*)), l'année s'est terminée en **légère hausse pour les ventes en magasins (+ 1,1 %)**, alors que les ventes **internet ont été un peu plus dynamiques à 2,1 %**.

En magasins, **les secteurs ont connu des évolutions assez différentes** dont certains avec des ventes en hausse tels que la beauté (+ 4,2 %), l'alimentaire spécialisé (+ 2,7 %) et cadeaux-culture-jouets (+ 2,9 %) par rapport à 2023.

**L'habillement** a stagné à + 0,9 % alors que **l'équipement de la maison** a vécu une année difficile (- 2,1 % en moyenne avec des baisses plus fortes dans certains sous-secteurs tels le meuble ou la décoration par exemple à - 5,1 %), compte tenu de la forte déprime de la construction de logements. La **restauration** (- 1,3 %) a également connu une année en baisse du fait des arbitrages d'une partie des Français dont le pouvoir d'achat est sous tension.

**En 2024, la fréquentation des points de vente (\*\*)** est en baisse de **- 1,6 %** marquant un redressement par rapport à 2023 qui avait connu une baisse de **- 2,3 %**.

L'activité des magasins de 2024 a été très chaotique au fil des mois, marquée en particulier par les événements politiques majeurs qui ont perturbé la confiance des Français et généré de l'incertitude défavorable à la consommation.

**Heureusement, la consommation ne s'est pas effondrée.** Même si l'activité du mois de décembre a été médiocre (- 0,7 %), la période comprise entre septembre et la fin de l'année comprenant le black Friday a été en croissance par rapport à 2023, notamment pour l'habillement qui a bénéficié d'une météo favorable.

---

Contacts presse :

**Emmanuel LE ROCH, Délégué Général** - emmanuel.le.roch@procos.org

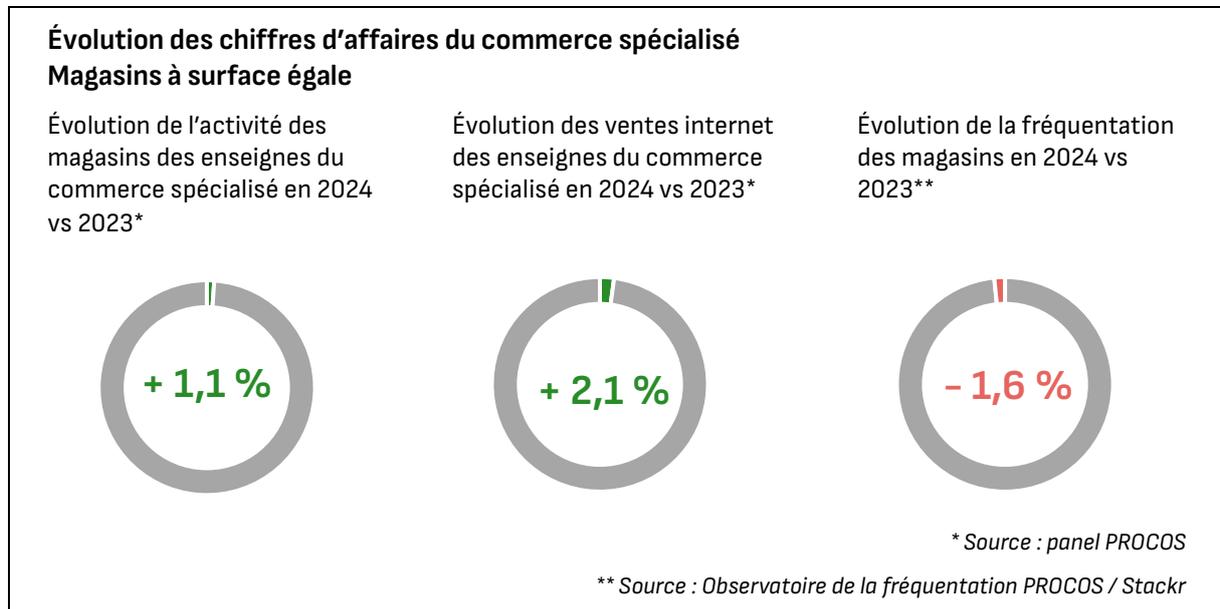
**Sophie MADIGNIER, Directrice Marketing** - sophie.madignier@procos.org

31, rue du 4 septembre - 75002 Paris - Tél. : 01 44 88 95 60

club@procos.org ■ www.prococos.org



« Dans un tel contexte défavorable, nous aurions pu connaître une beaucoup plus forte baisse de la consommation, preuve que les Français n'ont pas renoncé à se faire plaisir. Toutefois, ils sont très attentifs aux prix, au rapport qualité/prix et ont une appétence croissante pour la seconde main. » selon Emmanuel LE ROCH.



Comme chaque année, PROCOS a présenté le bilan de la création de m<sup>2</sup> commerciaux autorisés et les perspectives pour les prochaines années. Le bilan 2024 est très parlant, le **nombre de dossiers autorisés baisse fortement** (- 26 % en 2024 vs 2023), et la **surface moyenne autorisée par projet est de plus en plus faible** (1 320 m<sup>2</sup> en 2024). En 2024, 71 projets ont été terminés pour 301 000 m<sup>2</sup> de vente, il y en avait eu 527 000 en 2021 par exemple. En ce qui concerne les projets autorisés pour les cinq prochaines années, PROCOS en recense 206 pour une surface totale de 1 million de m<sup>2</sup> (220 000 m<sup>2</sup> par an), dont 25 % en Ile-de-France.

### Quelles sont les perspectives pour l'activité du commerce spécialisé en 2025 ?

Certains paramètres sont a priori favorables à la consommation et l'investissement des ménages, en particulier la baisse de l'inflation et des taux d'intérêt. Toutefois, les inconnues restent nombreuses et l'appétence des Français pour l'épargne reste soutenue. La croissance de la consommation devrait être faible en 2025, notamment parce que le marché de l'emploi pourrait se dégrader avec son caractère préoccupant. Il faudra sans doute attendre un peu plus pour retrouver un marché du logement qui dynamise l'équipement de la maison et que les Français prennent réellement conscience que le pouvoir d'achat s'améliore du fait d'une inflation plus contenue, retrouvant ainsi la confiance indispensable à une augmentation des dépenses.

Notons que le **début de l'année 2025 connaît un démarrage très médiocre avec pour janvier 2025 vs 2024 une baisse de - 0,8 % en magasins et - 0,2% sur le web ; la fréquentation des points de vente est en baisse à - 2,1 %.**

**Dans un tel contexte, il faut continuer d'avancer, innover collectivement** « PROCOS souhaite continuer d'impulser les initiatives et innovations de ses adhérents et se concentrer sur l'essentiel pour préparer l'avenir, engager des actions pour travailler sur les sujets essentiels et la collaboration avec l'écosystème » déclare André TORDJMAN.

PROCOS sera un acteur central pour accompagner ses adhérents et « Agir pour un commerce qui donne envie » D'abord, en travaillant sur **deux thématiques majeures qui font l'objet d'une étude** avant la fin du premier semestre 2025 :

- La première avec la société Diamart pour identifier les conditions de rentabilité du modèle retail, ses transformations, les maillages de magasins, les formats...
- La seconde avec la société D Little afin d'identifier les impacts potentiels de l'Intelligence Artificielle pour améliorer la performance de la chaîne de valeur du retail.

Ensuite, les travaux de **trois comités** autour de l'offre des enseignes, les collaborateurs et les lieux qui donnent envie et des actions sur la RSE dans le retail. « *C'est un travail important qui est porté par les membres de notre conseil d'administration pour enrichir la réflexion des commerçants. Des comités qui présenteront leur travail à la fin du second semestre.* » conclut **André TORDJMAN**.

**Enfin, PROCOS a présenté les principaux dossiers sur lesquels la fédération entend agir avec les pouvoirs publics, les parlementaires et l'administration dans les prochains mois.**

En premier lieu, **le projet de loi de simplification** afin de faciliter la vie des commerçants et contribuer à la dynamique de leur modèle économique. Il est urgent par exemple que le règlement mensuel des loyers soit réellement mis en place. Il faut également parvenir à simplifier et rendre plus réalistes certaines obligations telles que la mise en œuvre du décret tertiaire ou les obligations en matière de CSRD, d'énergie renouvelable, avec une priorité : rendre réalistes les plannings de mise en œuvre et assouplir les obligations trop souvent excessives et complexes pour la majorité des assujettis. Les enseignes ont parfaitement conscience des enjeux, notamment environnementaux, elles souhaitent contribuer aux démarches favorables et transformer leurs modèles mais dans des cadres qui ont du sens.

**PROCOS participe à l'action collective des représentants du commerce pour que soient rapidement mise en place les mesures et contrôles assurant l'équité entre les acteurs, en particulier le respect de toutes les normes par les plateformes internationales.** C'est urgent et vital pour ne pas fragiliser davantage le tissu commercial partout en France. La France et l'Europe doivent s'en donner les moyens.

En matière de commerce, **les enjeux territoriaux restent très importants** avec le développement de la vacance en 2024 (un point d'augmentation en un an) : il faut continuer d'agir pour le fonctionnement du commerce dans les cœurs de ville et l'urbain (accessibilité, fonctionnement des marchés immobiliers...) et dans les périphéries des villes « *Faire en sorte que les commerçants soient impliqués dès l'amont lors des réflexions menées localement autour des projets pour faire évoluer, transformer, densifier les zones et périphéries commerciales.* » indique **Emmanuel LE ROCH**.

(\*) 80 enseignes interrogées sur leur performance en France

(\*\*) Observatoire PROCOS/Stackr de la fréquentation des magasins