



CONFÉRENCE DE PRESSE

BIENVENUE

12 février 2025

Ordre du jour

Une nouvelle identité visuelle pour un commerce qui donne envie

Bilan de l'activité des enseignes du commerce spécialisé (Panel Procos)

La création de surfaces commerciales

Les dossiers et enjeux principaux pour 2025

**ENRICHIR L'IDENTITÉ VISUELLE DU PROCOS ET
DONNER VIE À LA NOUVELLE RAISON D'ÊTRE**

« AGIR POUR UN COMMERCE QUI DONNE ENVIE »

Une réflexion menée avec l'agence Saguez & Associés





MES ENVIES DANS UN MAGASIN :

Envies de sourires

Envies de confort / bien être d'achat

Envies de nouveautés / d'arrivages



Envies de ne pas perdre du temps

Envies de bonnes affaires

Envies de rencontres / échanges / d'apprendre

Envies de surprises / découvertes

Envies d'ailleurs / d'une parenthèse





PISTE CRÉATIVE

“Rencontres vibrantes et vivantes”

ÉNERGIE, MODERNITÉ, ENVIES

PROCOS

FÉDÉRATION POUR LA PROMOTION
DU COMMERCE SPÉCIALISÉ

PROCCOS

AGIR POUR UN COMMERCE QUI DONNE ENVIE

IDENTITÉ VISUELLE

The image features a vibrant, abstract composition of overlapping organic shapes in various colors including red, purple, yellow, green, blue, and black. The shapes are layered, creating a sense of depth and movement. In the center, there is a white rectangular area containing text. The overall aesthetic is modern and dynamic.

**UNE IDENTITÉ VISUELLE QUI JOUE SUR LA VIBRATION
ET LA SUPERPOSITION DES COULEURS**



PROCOS

AGIR POUR UN COMMERCE
QUI DONNE ENVIE

**ENSEIGNES
QUI DONNENT ENVIE**

**DONNER ENVIE
AUX COLLABORATEURS**

**LIEUX DE COMMERCE
QUI DONNENT ENVIE**





The image shows a LinkedIn profile card for PROCOS. At the top, there is a banner with a colorful background of vertical bars in purple, red, yellow, brown, and blue. The text "AGIR POUR UN COMMERCE QUI DONNE ENVIE" is centered on the banner. Below the banner is a white box containing the PROCOS logo, which consists of the word "PROCOS" in multi-colored letters and the tagline "AGIR POUR UN COMMERCE QUI DONNE ENVIE" underneath. The main title of the profile is "PROCOS - Fédération pour la promotion du commerce spécialisé". Below the title is the tagline "AGIR POUR UN COMMERCE QUI DONNE ENVIE" in quotes. Further down, it lists the industry "Commerce et développement international", location "Paris, France", and statistics "6 K abonnés" and "11-50 employés". At the bottom of the profile card, there are three buttons: a blue button with a plus sign and the text "+ Suivre", a white button with a paper plane icon and the text "Envoyer un message", and a white circle with three dots. At the very bottom of the card, there is a navigation bar with five items: "Accueil" (highlighted in green), "À propos", "Posts", "Emplois", and "Personnes".

AGIR POUR UN COMMERCE QUI DONNE ENVIE

PROCOS
AGIR POUR UN COMMERCE QUI DONNE ENVIE

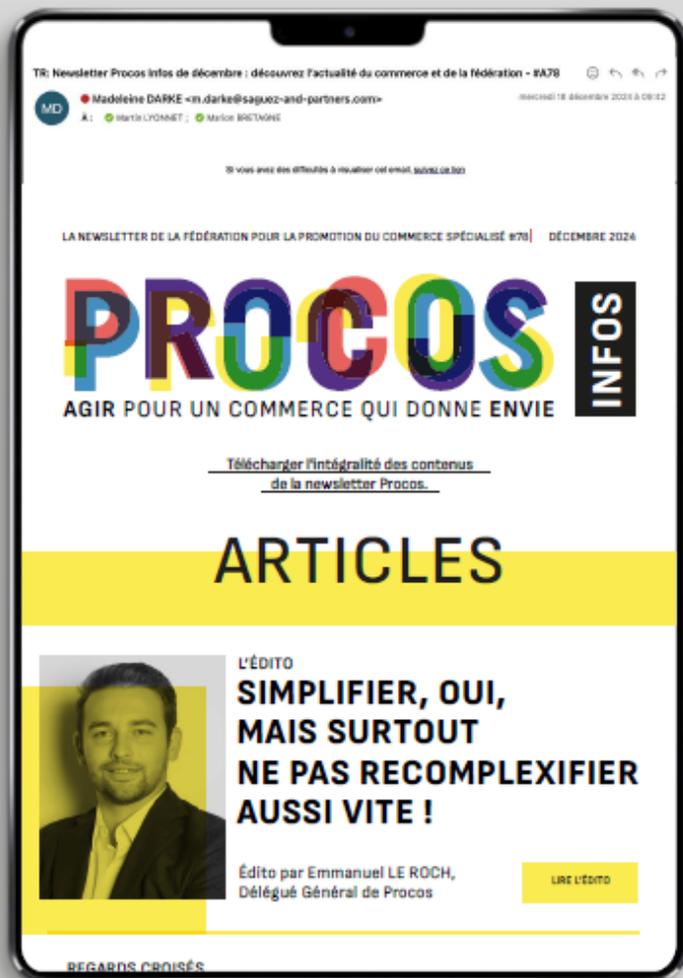
PROCOS - Fédération pour la promotion du commerce spécialisé

" AGIR POUR UN COMMERCE QUI DONNE ENVIE "

Commerce et développement international · Paris, France · 6 K abonnés · 11-50 employés

+ Suivre Envoyer un message ...

Accueil À propos Posts Emplois Personnes



PROCOS

AGIR POUR UN COMMERCE QUI DONNE ENVIE

INFOS

[Télécharger l'intégralité des contenus de la newsletter Procos.](#)

ARTICLES



L'ÉDITO
SIMPLIFIER, OUI, MAIS SURTOUT NE PAS RECOMPLEXIFIER AUSSI VITE !

Édito par Emmanuel LE ROCH, Délégué Général de Procos

[LIRE L'ÉDITO](#)

REGARDS CROISÉS

QUATRE DIRIGEANTS D'ENSEIGNES DU SECTEUR DE L'ALIMENTAIRE SPÉCIALISÉ

Alors que la fin d'année, période à très forts enjeux pour les commerçants approché, le regard croisé de quatre dirigeants d'enseignes au cœur des fêtes de Noël et leur avis sur la démarche de Procos "Agir pour un commerce qui donne envie".

[LIRE L'INTERVIEW](#)

DES QUESTIONS À...

THOMAS BEAUMANOIR

Directeur Général Délégué, Groupe Beaumanoir

Le groupe Beaumanoir distribue aujourd'hui douze marques et a intégré récemment Quiksilver et Billabong. Quelle stratégie ? Quelles priorités ? Quels enjeux de développement ?

[LIRE L'INTERVIEW](#)

AGENDA

10 DÉC. 2024

CLUB DÉVELOPPEMENT & IMMOBILIER
Programme : Atude Pau et Pays Basque, Invité : Carmilla
09:30-12:30 / Musée de la Chasse / Paris

[PROGRAMME & INSCRIPTIONS](#)

14 JAN. 2025

MATINÉE "COMMERCE SPÉCIALISÉ : BILAN 2024 ET PERSPECTIVES 2025"
09:30-12:30 / Musée de la Chasse / Paris

[PROGRAMME & INSCRIPTIONS](#)



15 JAN. 2025

CLUB RESTAURATION
Programme en cours d'élaboration
14:30-17h / Locaux de Procos / Paris

[PROGRAMME & INSCRIPTIONS](#)

FORMATION

1ER SEMESTRE 2025

1ER AVRIL 2025

Urbanisme commercial et nouvelles règles affectant le commerce (loi Climat, AER...), les territoires dérogatoires (DRT, 3 DS, Gou)

3 AVRIL 2025

Initiation aux principaux éléments du bail commercial

1ER AVRIL 2025

Perfectionnement au bail commercial

3 AVRIL 2025

Renouvellement d'un bail commercial
* Réservées aux enseignes

**PROCOS est déclaré comme dispensateur de formation auprès de la DIRECCTE de France sous le n°12 75 43442 75.

[PROGRAMME & INSCRIPTIONS](#)

TALKS



PARLONS COMMERCE, CHRONIQUE "RADIO IMMO" D'EMMANUEL LE ROCH DU 3 DÉCEMBRE 2024

* Commerce : les enseignes continuent d'investir sur les magasins malgré un contexte peu lisible *

[ÉCOUTER](#)

AGENDA



Conférence de presse

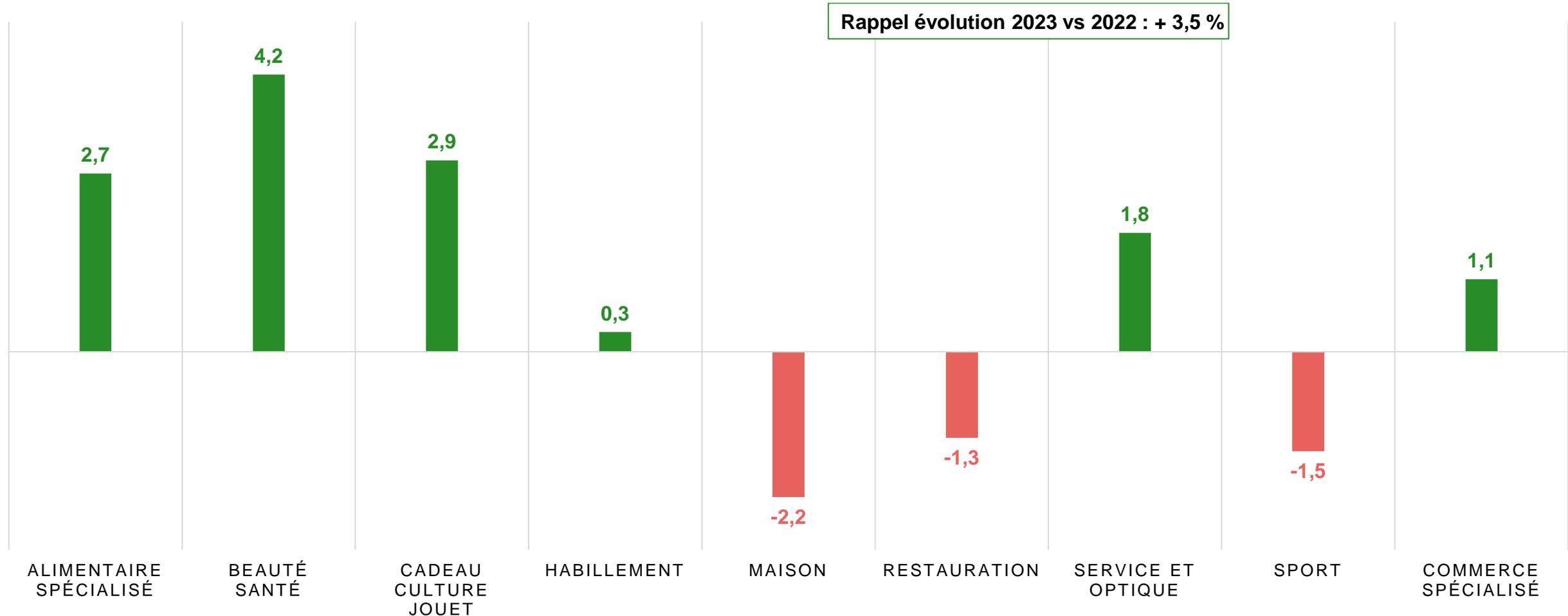
12 février 2025

Panel Procos

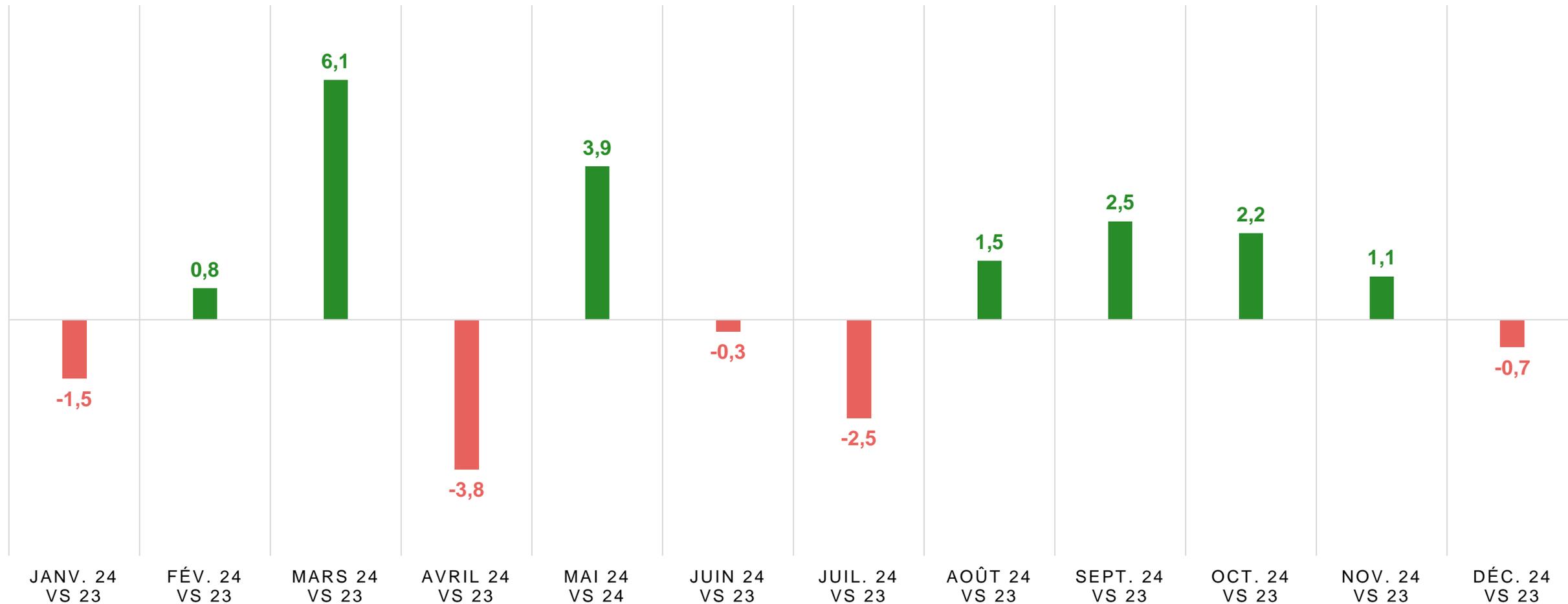
Activité janvier- décembre 2024



Évolution en % des ventes magasins des enseignes du commerce spécialisé par secteur sur la période janvier-décembre 2024 vs 2023



Commerce spécialisé - Évolution des chiffres d'affaires magasins par mois en % 2024 vs 2023



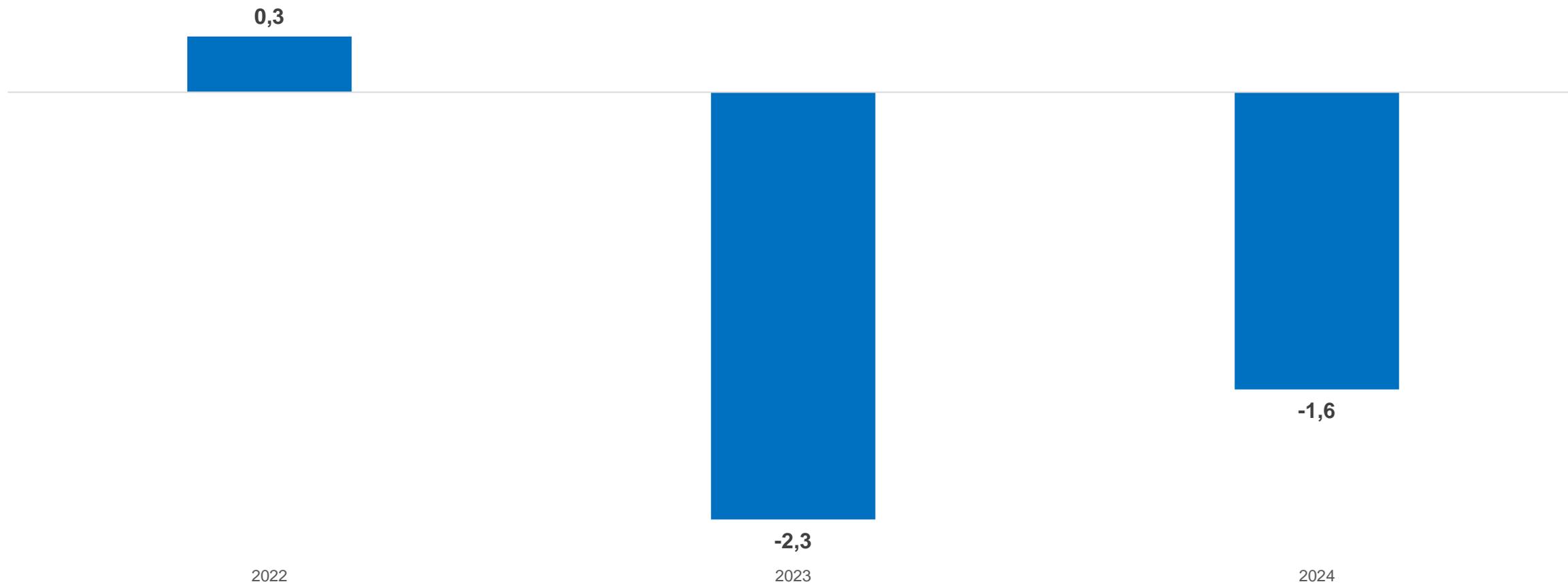
Évolution en % des ventes magasins des enseignes du commerce spécialisé par secteur entre janvier 2024 vs janvier 2025



La fréquentation des magasins



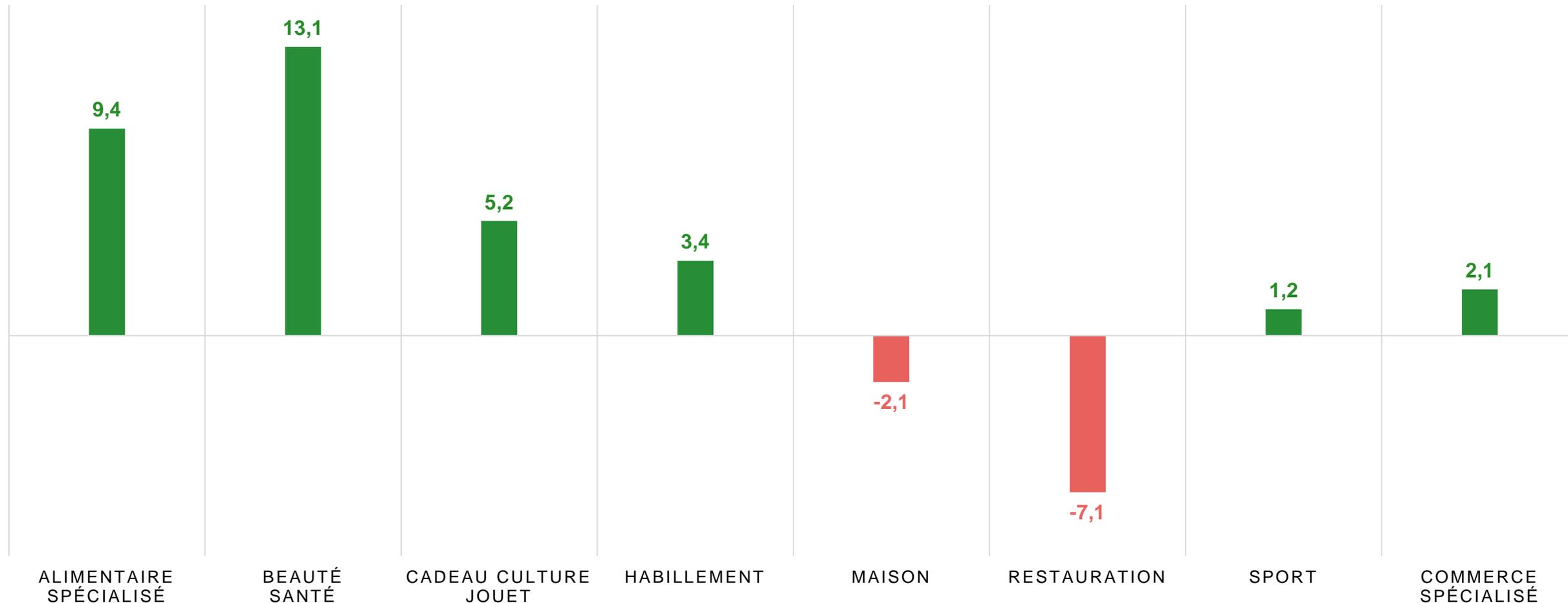
La fréquentation des magasins évolution annuelle en % année N vs N-1



Evolution des ventes internet des enseignes



Évolution en % des ventes web des enseignes du commerce spécialisé par secteur sur la période janvier-décembre 2024 vs 2023

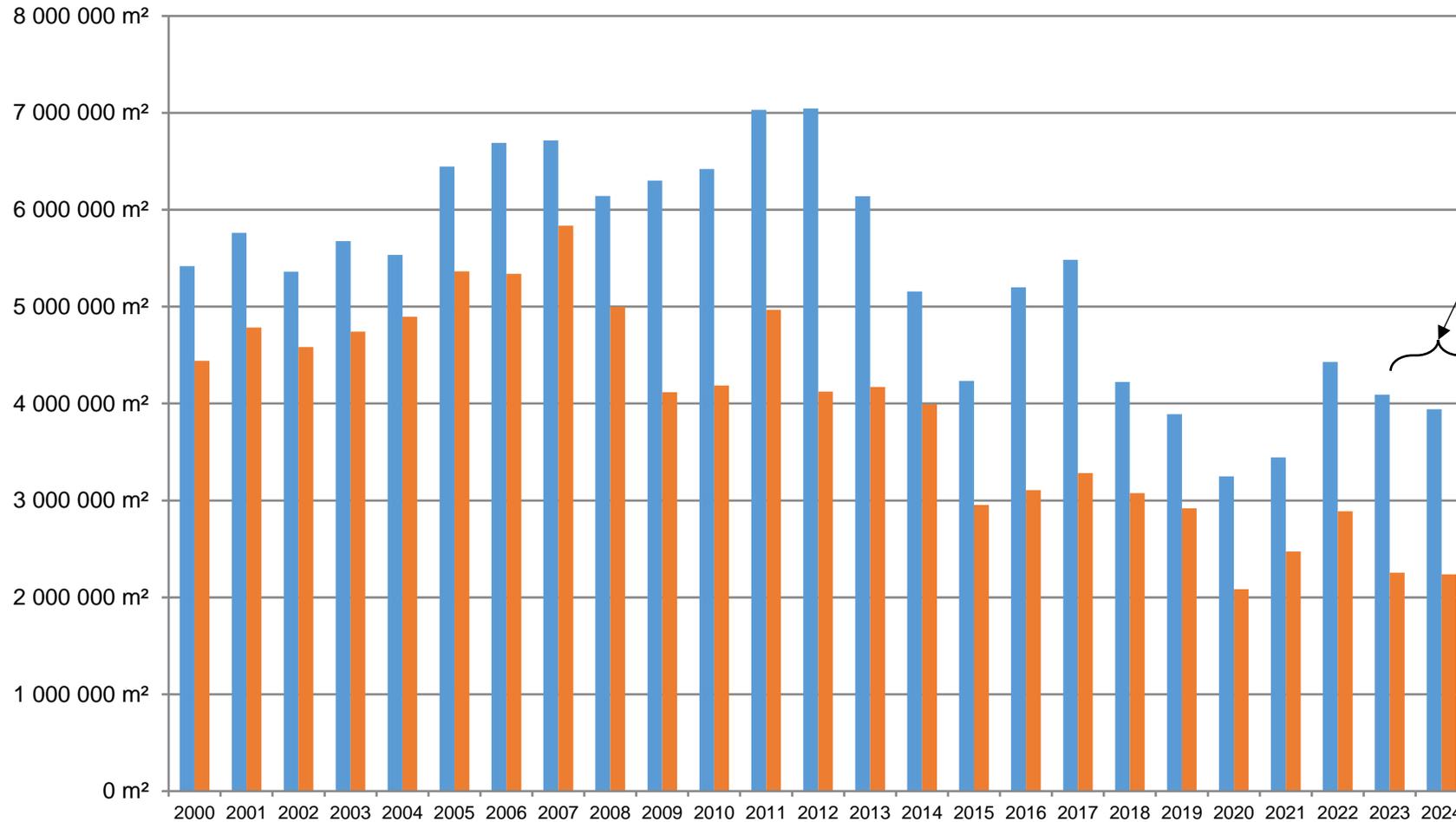


Créations de surfaces commerciales



Commerce : les permis de construire

Un maintien relatif sur deux ans



2024...	vs. 2023	vs. 2019
Surfaces autorisées	- 4 %	+ 1 %
Surfaces commencées	- 1 %	- 23 %

■ Surfaces autorisées
■ Surfaces commencées

Source : Sitadel
Chiffres de janvier à décembre
Commerce de détail + Gros

Les CDAC : un plancher historique

CDAC : Commissions départementales d'aménagement commercial

Surfaces demandées et surfaces autorisées en CDAC

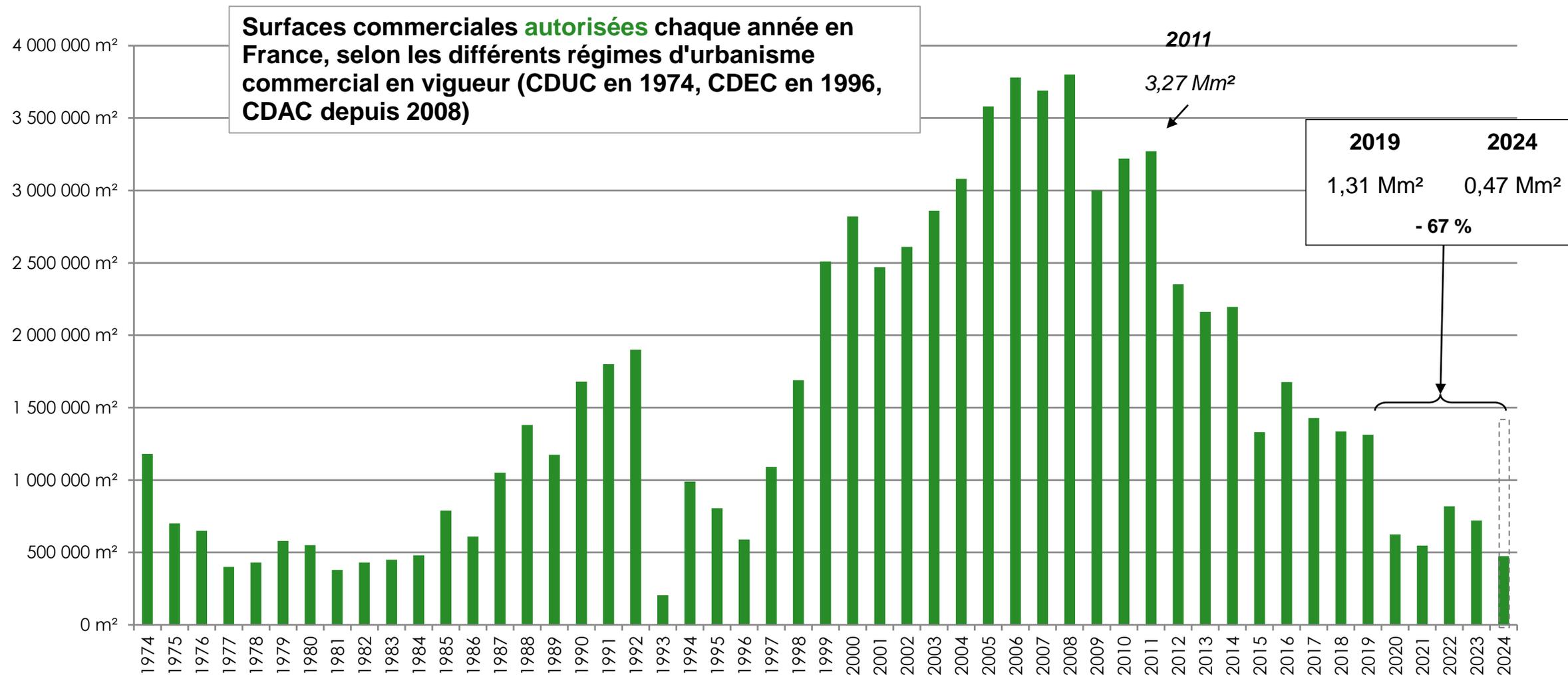
	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Nbre de dossiers examinés	813	548	525	633	552	406
Nbre de dossiers autorisés	703	460	465	562	500	355
Surfaces examinées*	1,55	0,76	0,62	0,92	0,81	0,54
Surfaces autorisées*	1,31	0,62	0,55	0,82	0,72	0,47
Taux d'autorisation*	85 %	82 %	88 %	89 %	89 %	87 %

*Surfaces en millions de m²
(hors retraits de dossiers et divers non-lieu)

Source : Kyriss / Procos

Les CDAC : un plancher historique

CDAC : Commissions départementales d'aménagement commercial



La CNAC : une chance sur deux

CNAC : Commission Nationale d'Aménagement Commercial

Nombre de dossiers examinés en CNAC

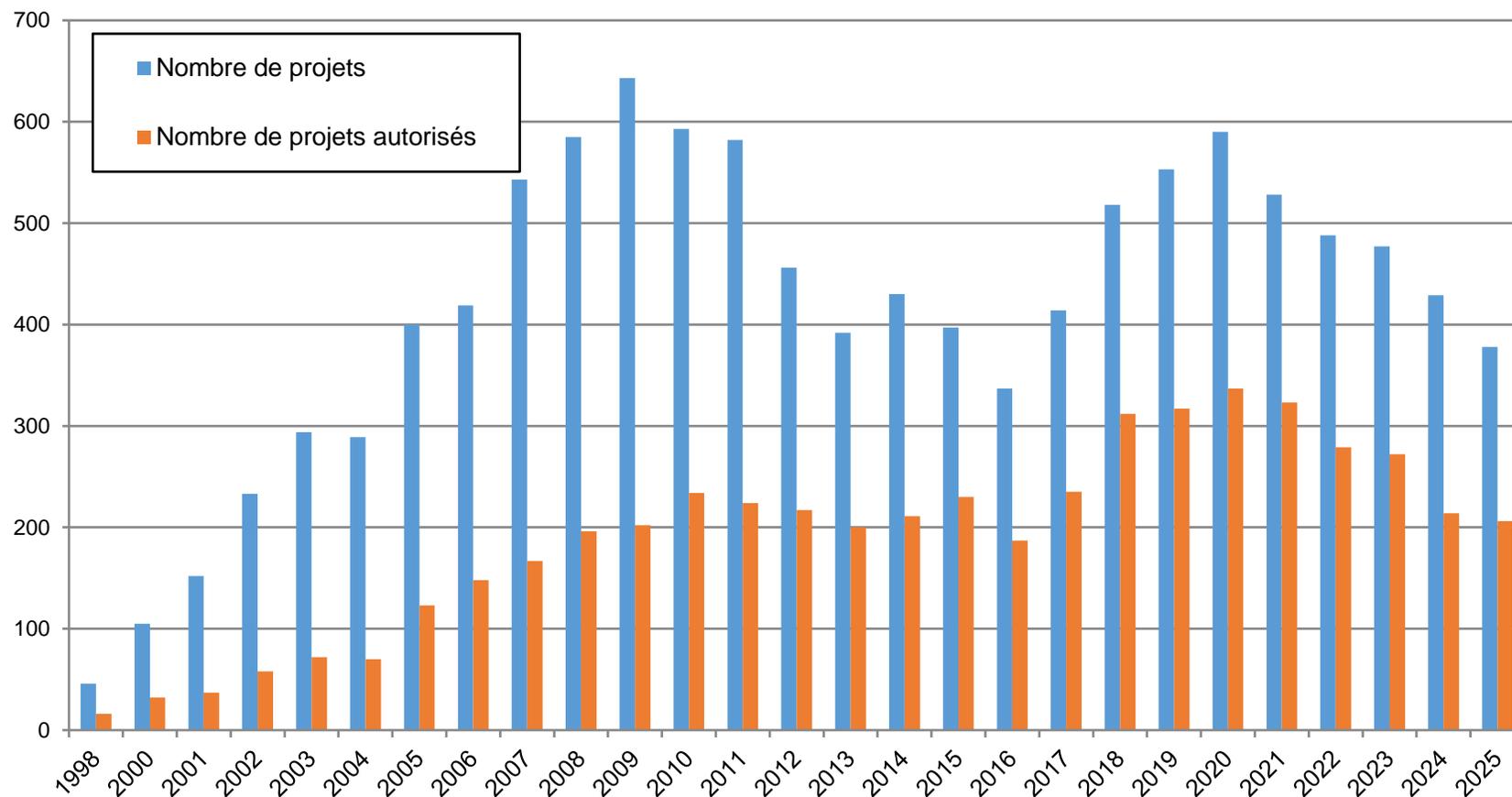
	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Nombre de dossiers examinés en CNAC	251	194	221	249	169	183
Taux d'autorisation CNAC	59 %	52 %	46 %	59 %	54 %	52 % (95/183)
<i>Nombre de dossiers examinés par les CDAC</i>	829	548	525	633	552	406
<i>Comparaison volume dossiers CNAC vs. CDAC, par année</i>	30 %	35 %	42 %	39 %	31 %	45 %

Source : CNAC / Procos
Nombre de dossiers examinés, hors retraits et divers non-lieu

Observatoire de l'immobilier commercial

Projets recensés par PROCOS au 1^{er} janvier

Stock de projets à 5 ans recensés par PROCOS au 1^{er} janvier



STOCK À 5 ANS
à janvier 2025
376 projets
dont **206** autorisés

dont Île-de-France :
104 projets (25 % du total)
dont 49 autorisés.

Observatoire de l'immobilier commercial

Projets recensés par PROCOS au 1^{er} janvier

71 projets terminés en 2024

Année	Nombre de projets terminés	Surface de vente m ² (1)
2020	65	390 595 m ²
2021	93	527 550 m ²
2022	76	303 579 m ²
2023	71	251 257 m ²
2024	71	301 520 m ²
TOTAL 5 années	376	1 774 501 m²



RAPPEL JANVIER 2018
Stock à 5 ans
518 projets
5,4 millions de m²

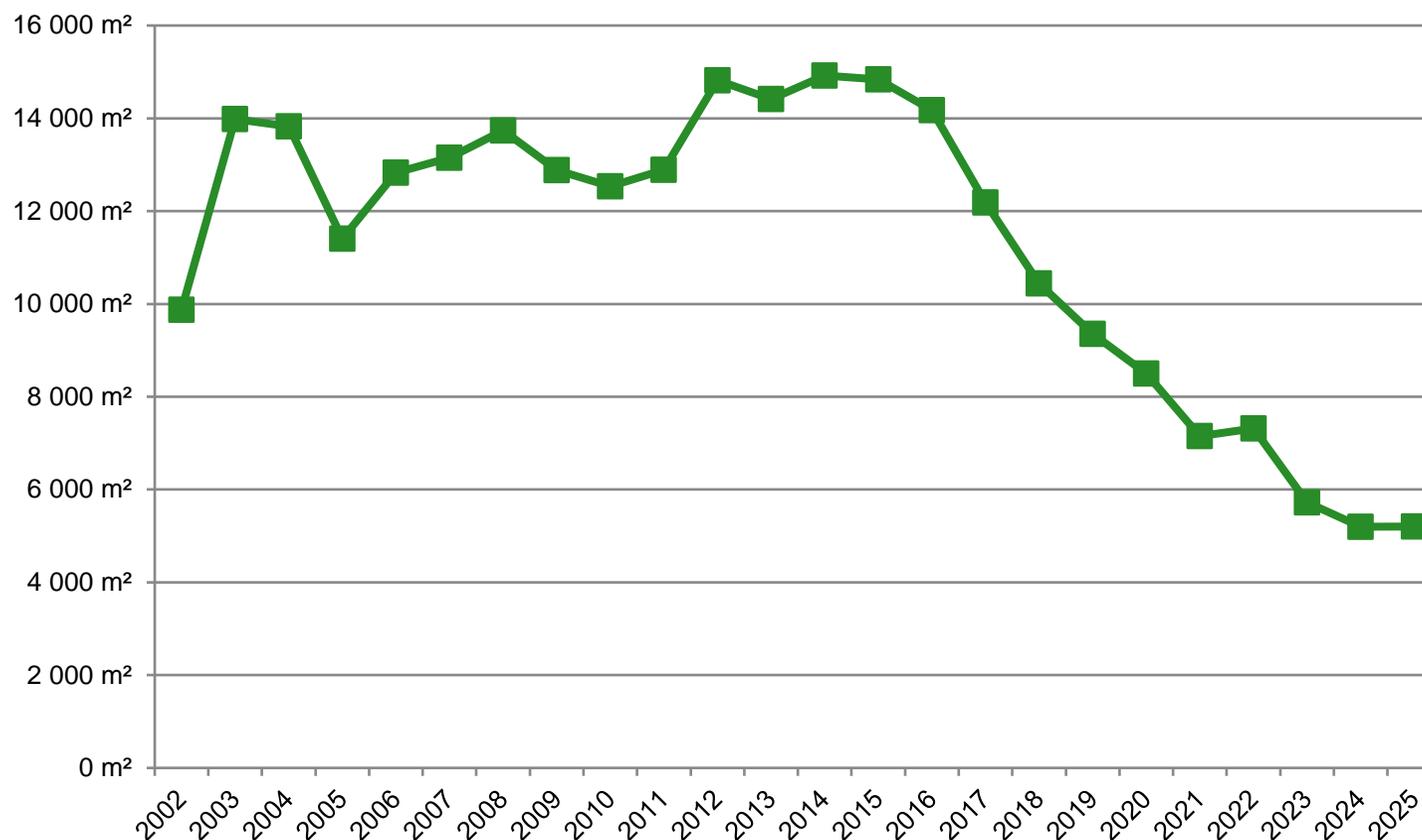
(1) Surface de vente CDAC, hors alimentaire, hors restauration et loisirs

Source : Procos (au 1^{er} janvier 2025)

Observatoire de l'immobilier commercial

Projets recensés par PROCOS au 1^{er} janvier

Évolution de la surface moyenne des projets en stock



**STOCK À 5 ANS
à janvier 2025**
Taille moyenne :
5.202 m² de vente

Observatoire de l'immobilier commercial

Projets recensés par PROCOS au 1^{er} janvier

GLOSSAIRE

PAC : parc d'activités commerciales

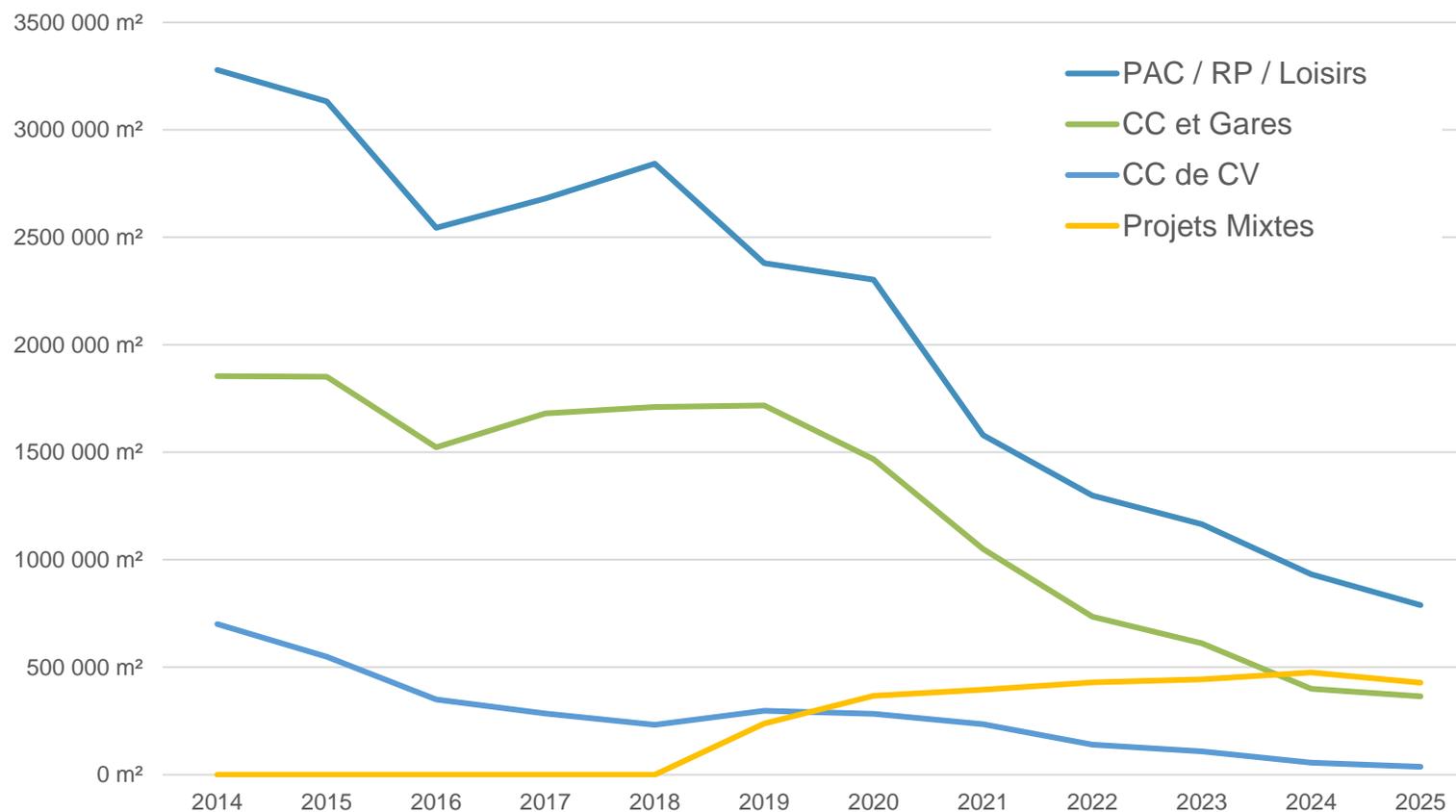
RP : retail park

CC : centre commercial / galerie

CC de CV : centre commercial de centre-ville

Projets mixtes : commerces intégrés dans un projet de logements

Évolution des types de projets en stock



Nos enjeux pour 2025 et les années suivantes



Une consommation 2025 sous contraintes

- L'inflation fortement réduite
- mais
- De fortes incertitudes politiques et économiques
 - Les Français ne perçoivent pas d'amélioration de leur pouvoir d'achat
 - Le prix critère s'est imposé comme le critère N°1
 - La seconde main poursuit son développement
 - Le taux d'épargne reste très élevé
 - L'inquiétude sur l'évolution de l'emploi et du chômage va croître
 - Les tensions sur les marchés immobiliers de logement impactent l'équipement de la maison

Priorités et enjeux pour les enseignes

- Faire face à l'émiettement de la consommation
- Séduire le consommateur : se différencier, créer la préférence, innover, augmenter la création de valeur
- Maîtriser les coûts : charge immobilière croissante,...
- Attirer et fidéliser des équipes de qualité et engagées
- Progresser sur la durabilité et la seconde main en créant des modèles économiques opérants
- Dégager les capacités d'investissement : dégager une rentabilité suffisante
- Préoccupation sur les approvisionnements (dollar, taxes sur les marchés internationaux)

Les dossiers du commerce

Simplifier vraiment et rapidement

- Règlement mensuel des loyers des magasins
- Une adaptation plus rapide des surfaces commerciales (division, regroupement,...)
- Rendre plus réalistes les transformations énergétiques (décret tertiaire, ombrières)
- Des normes plus simples et dans un planning supportable : CSRD

Assurer l'équité concurrentielle : le cas très préoccupant des plateformes asiatiques

- Mettre en œuvre des contrôles volontaristes et des moyens adaptés

Poursuivre le travail sur les lieux de commerce

- Zones commerciales : assurer l'intégration du commerce et des commerçants dans la définition des projets de transformation
- Centre-ville : lutter contre la vacance, poursuivre la pédagogie pour assurer la pérennité de l'activité (accessibilité, coûts d'exploitation)



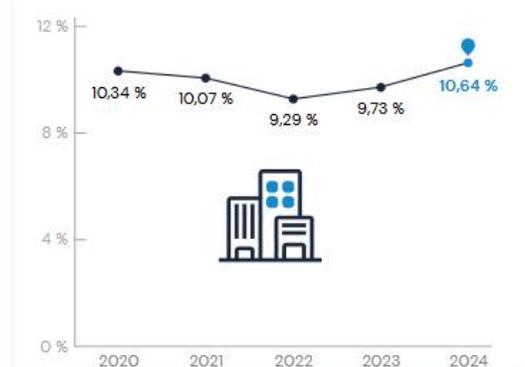
Le taux de vacance a augmenté en 2024

COdata Digest | France | 2025

La vacance commerciale

Taux de vacance par type de site

Tous sites confondus

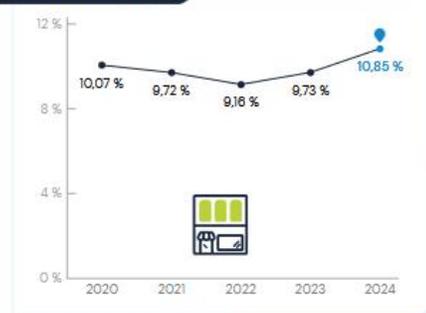


Pour la deuxième année consécutive, le taux de vacance commerciale augmente en France.

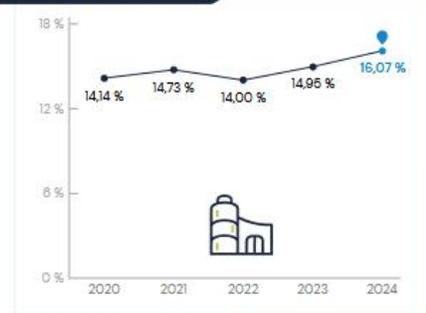
Les centres commerciaux sont particulièrement impactés.



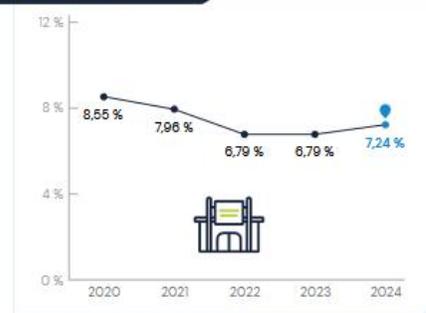
Pieds d'immeubles



Centres commerciaux



Zones commerciales

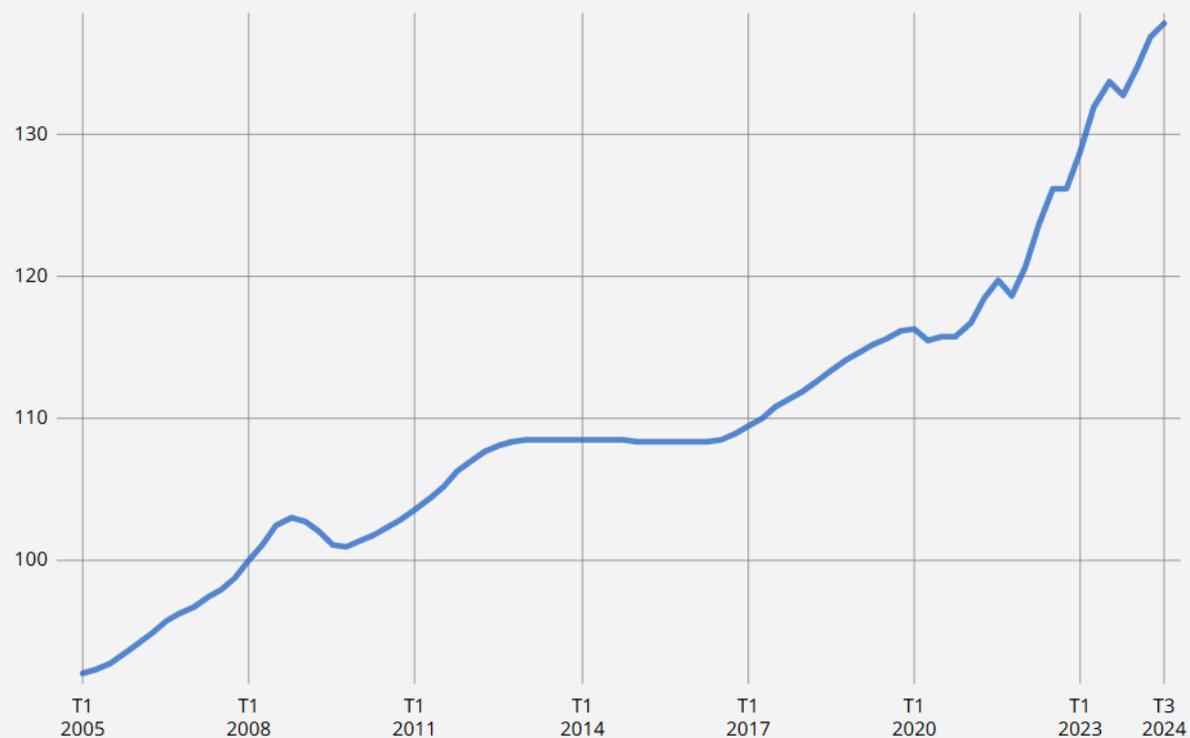


Copyright 2025. All Rights Reserved. Codata Services SA

Les loyers continuent de croître

Indice des loyers commerciaux (ILC) - Base 100 au 1er trimestre 2008

3e trim. 2024 : 137,71



PROCOS : se concentrer sur l'essentiel

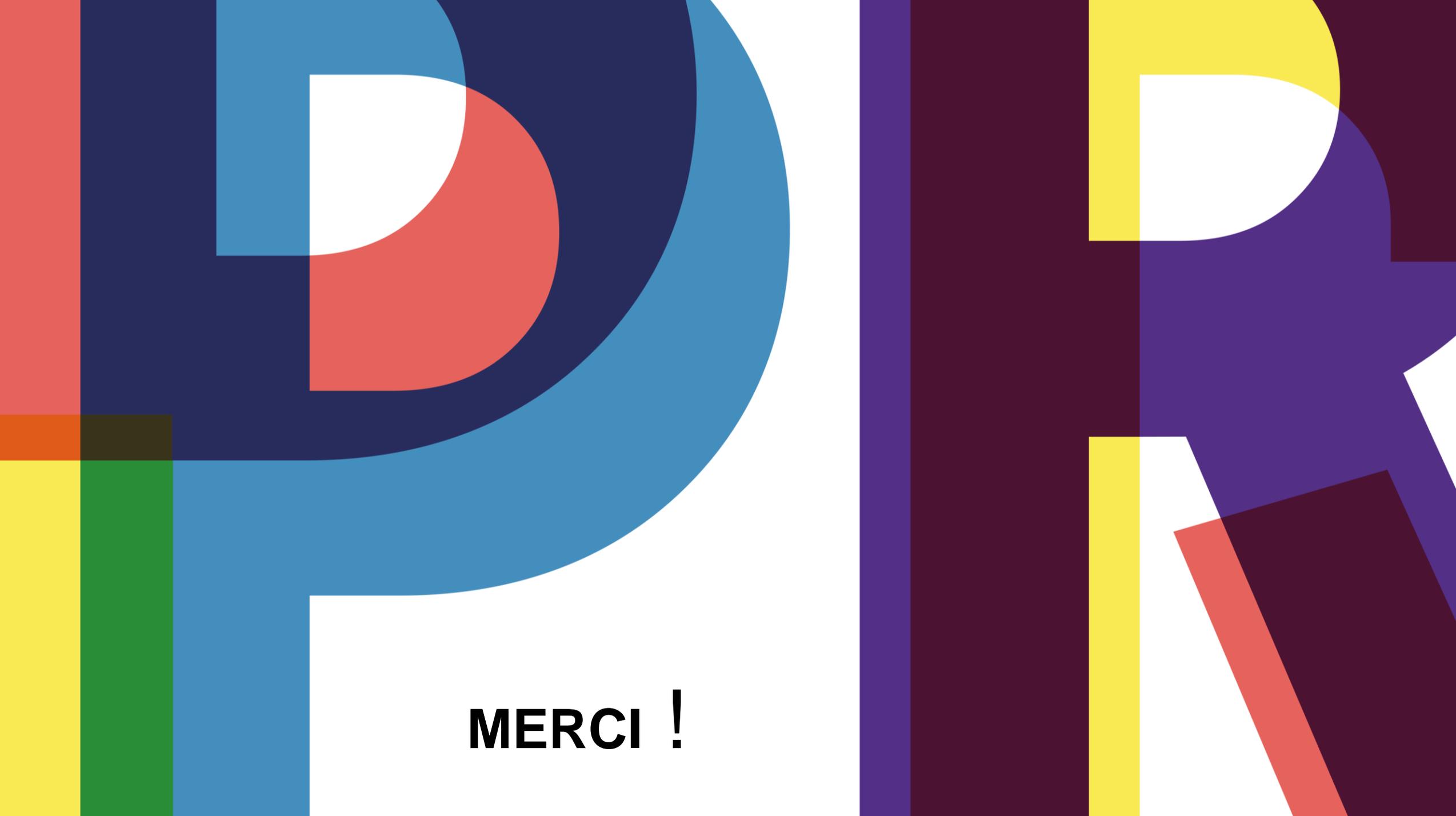
« Agir pour un commerce qui donne envie »

- Construire le modèle économique retail de demain en créant de la valeur : étude avec Diamart
- Innover : l'IA au service de la création de valeur dans le commerce : étude D Little
- Mettre en avant les initiatives de lieux visant à « donner envie aux collaborateurs »
- Accompagner le commerce dans ses actions RSE
- Convaincre l'écosystème d'avancer collectivement autour de cet objectif partage



QUESTIONS ET ÉCHANGES



The image features a vibrant, abstract background composed of overlapping geometric shapes. On the left, there are vertical bars of red, orange, yellow, and green. A large blue shape, resembling a stylized letter 'P', dominates the center-left. To its right, a red semi-circle overlaps a dark blue shape. On the far right, a yellow semi-circle overlaps a purple shape, which in turn overlaps a dark purple shape. A white semi-circle is visible within the yellow shape. The overall composition is dynamic and colorful.

MERCI !