

Communiqué de presse

Février 2025 sous-performant pour le commerce spécialisé, seuls habillement et culture-cadeaux-jouets évoluent mieux

Le chiffre d'affaires des magasins à surface égale des enseignes du commerce spécialisé (*) a subi une évolution négative de - 1,2 % en février 2025 par rapport à février 2024.

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

Évolution de l'activité des magasins des enseignes du commerce spécialisé en février 2025 vs 2024*



Évolution des ventes internet des enseignes du commerce spécialisé en février 2025 vs 2024*



Évolution de l'activité des magasins des enseignes du commerce spécialisé en cumul janvier - février 2025 vs 2024*



* Source : panel PROCOS

L'habillement a connu une hausse des ventes de + 3,1 % par rapport à la même période en 2024. Notons que le mois a également été légèrement positif pour le secteur service-optique (+ 1,6 %) et cadeaux-culture-jouets (+ 1,7 %). Les autres secteurs affichent des ventes magasins en baisse à surface égale par rapport à février 2025, notamment la beauté-parfumerie dont les ventes sont en baisse pour le second mois consécutif (- 1,9 %) et surtout la maison (- 3,4 %) pour lequel le contexte reste défavorable, sauf pour quelques activités moins impactées par les fortes difficultés du marché du logement.

Sur internet, les ventes des enseignes du commerce spécialisé sont légèrement mieux orientées que celles des magasins (- 0,6 % pour l'ensemble du commerce spécialisé) par exemple, dans le secteur de l'alimentaire spécialisé (+ 3,5 % sur le web contre - 1,7 % en magasins) et le sport (+ 2,7 % pour les ventes web alors qu'elles se contractent en magasins).

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

Les ventes d'habillement sur le web sont en hausse conséquente de + 8,1 %, ce qui fait de février un mois dynamique pour les enseignes d'habillement avec un cumul magasin + internet de + 4,1 %.

La fréquentation des magasins () en février 2025 est en hausse** par rapport à 2024 avec une hausse légère de + 1,2 %, tirée par la bonne orientation des activités d'habillement.

En cumul depuis de début de l'année, les ventes magasins à surface égale pour l'ensemble du commerce spécialisé sont en baisse de - 1 % et elles baissent également de - 0,4 % sur le web. Les ventes magasins sont en légère hausse sur les deux premiers mois de l'année pour l'habillement (+ 1,5 %) et cadeaux-culture-jouets (+ 2,3 %) mais en baisse par exemple pour la maison (- 1,8 % en cumul) et la restauration (- 3,1 %).

Dans ce contexte et compte tenu des risques d'impacts sur la consommation d'un environnement international sous forte tension, **il est impératif que les pouvoirs publics agissent avec énergie et volonté sur :**

- **« La mise en place de moyens permettant de soumettre les plateformes internationales aux mêmes règles que les acteurs exploitant en France afin que ces derniers ne soient pas davantage fragilisés par une augmentation de parts de marché d'acteurs qui ne paient pas de droit de douane sur les colis d'une valeur inférieur à 150 € et ne sont pas suffisamment contrôlés et sanctionnés du fait du non-respect fréquent des mêmes normes (sécurité, environnement, ...). »** Sinon, les plateformes chinoises Shein et Temu qui représentent aujourd'hui 22 % des livraisons de colis de La Poste en 2024 (5 % cinq ans plus tôt) pèseront 30 % de ceux-ci en 2025 ou 2026. Ce qui donne une idée des conséquences directes que leur développement à ce rythme à l'avenir entraînerait sur l'écroulement des ventes de nombreux acteurs, enseignes ou magasins, partout en France. **Il y a urgence !**
- **Une simplification urgente et réelle, ainsi que la volonté d'arrêter de complexifier.** Alors que les débats sur le projet de loi de simplification doivent reprendre à l'Assemblée nationale début avril après le retard pris du fait de la dissolution, le gouvernement confirme sa volonté de simplifier. Mais, c'est le moment de donner de réelles preuves de cette orientation qui réclame une vraie volonté politique de tous les instants, puisque, bien entendu, supprimer des règles ou les simplifier vient « détricoter » des réglementations antérieures ; les résistances sont forcément fortes. Seul un changement de prisme permettra réellement d'obtenir des résultats. Les échos récents ne sont pas rassurants et laissent entrevoir une certaine « frilosité ». Lorsque tout est organisé autour de la complexité, voire de la complexification, de la création de normes, si la volonté politique n'est pas suffisante et ferme, la probabilité d'aller loin et vite est très faible.
Les sujets interministériels réclament systématiquement des arbitrages politiques très volontaristes. Seront-ils présents ? C'est pourtant notre seule chance dans un moment où les moyens financiers sont très faibles de donner aux entreprises la possibilité de créer de la valeur malgré le contexte. *« Pour le commerce, les besoins de simplification sont nombreux autour de la mensualisation des loyers, du décret tertiaire, de l'obligation de mettre en place des ombrières... Ira-t-on assez loin ? Nous verrons cela dans quelques semaines mais c'est notre seule chance de créer les conditions d'un commerce qui se transforme ».*

(*) 80 enseignes interrogées sur leur performance en France

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