

Communiqué de presse

22 juin 2018

Lors de la conférence de presse de ce jour, François FEIJOO, Président et Emmanuel LE ROCH, Délégué Général ont présenté les résultats du panel mensuel ainsi que les positions de Procos sur les principaux dossiers et enjeux du commerce.

L'activité du commerce spécialisé du mois de mai affiche des résultats négatifs (- 4,8 %) ainsi qu'un cumul janvier-mai 2018 à - 2,2 % (voir communiqué presse par ailleurs).

En complément de son analyse mensuelle, Procos a fourni une étude spécifique intégrant les ventes à surface non comparable et les ventes internet de ses enseignes. Les principaux constats sont les suivants :

- En augmentant leurs ventes Internet de 20 à 30 %, les enseignes historiques issues du commerce physique augmentent leur part de marché sur le web alors que les ventes totales web en France augmentent de 14 % par an selon la Fevad.
- La création nette de surface de vente supplémentaire ne permet pas, contrairement aux autres secteurs, aux enseignes de l'équipement de la personne de compenser la baisse de rendement à surface inégale. C'est la résultante du travail sur le maillage et des restructurations importantes de parcs de magasins dans le textile.
- La croissance des ventes sur internet ne permettant pas aux enseignes de compenser les baisses de chiffres d'affaires dans les magasins, il leur faut donc reconstituer un nouveau modèle économique.

Cette situation aboutit à une dégradation de la rentabilité des enseignes qui rend indispensable une baisse des coûts magasin. « *Nous regrettons que la prise de conscience des changements de modèle ne soit pas générale et qu'une partie des bailleurs cherchent encore à augmenter fortement les loyers au moment du renouvellement ou à refacturer de très importantes quotes-parts de travaux dans les centres entraînant ainsi des « taux d'effort » déconnectés de la réalité* » précise Emmanuel LE ROCH.

Procos souligne que les réseaux n'ont plus les moyens de poursuivre l'exploitation de magasins déficitaires, ce qui oblige bailleurs et preneurs à changer de mode de raisonnement. « *Le modèle omnicanal combinant magasins et internet est résilient mais doit tout adapter y compris ses coûts d'exploitation* » remarque François FEIJOO. A défaut, le taux de vacance poursuivra sa croissance.

Conscient du caractère imparfait de cet indicateur et en attendant la production de données par l'Administration, Procos a rappelé que l'important est de mesurer l'évolution de ce taux plus que sa valeur absolue.

Les chiffres montrent que la vacance et son évolution ne sont pas seulement une préoccupation pour les centres-villes mais également pour la périphérie et les centres commerciaux. Parmi ces derniers, les grands centres (plus de 100 magasins) apparaissent comme beaucoup plus résilients mais voient tout de même leurs taux croître, c'est donc une préoccupation.

Exposant ses positions sur les dossiers d'actualité, Procos a rappelé son engagement en faveur d'une révision de la fiscalité du commerce qui s'appuierait sur le chiffre d'affaires, non sur le magasin, et un accompagnement de la transformation numérique des acteurs (crédit d'impôt ou amortissement accéléré).

Préoccupé par l'emprise de certains acteurs du numérique tels qu'Amazon, Emmanuel LE ROCH s'interroge « *Les outils de régulation dont nous disposons permettent-ils de s'assurer que des acteurs aussi puissants ne prennent pas un poids tel que les relations normales de marché auront des difficultés à s'appliquer ? Les pouvoirs publics sont les garants de l'équité concurrentielle et de la diversité de l'offre pour le consommateur* ».

François FEIJOO a rappelé le soutien et l'engagement de Procos en faveur du commerce en centre-ville et au projet « Action cœur de ville » tout en précisant « *Il ne faudra pas s'arrêter aux 222 villes ou au centre-ville, le commerce de périphérie devra également se moderniser. Elus, bailleurs, enseignes doivent y travailler ensemble.* ».

Enfin, Procos a indiqué les éléments qui seront un gage de succès du projet de loi ELAN en matière de commerce tels que, par exemple :

- Le partage d'une vision commune et durable entre public et privé
- Ne pas confondre commerce (flux) et immobilier commercial
- Ne pas opposer centre et périphérie...

En conclusion, les dirigeants de Procos ont réagi à quelques propositions du projet de loi du Sénat en faveur de la dynamisation des centres-villes et centres-bourgs en rappelant leur opposition à toute augmentation de la fiscalité mais en se prononçant favorablement au fait que les SCOT intègrent un document obligatoire d'orientation du territoire en matière de commerce. Quant à la taxe sur la livraison du dernier km, la Fédération a exposé les effets pervers potentiels d'une idée qui pouvait être intéressante mais n'aboutirait pas aux objectifs recherchés car « *Elle ne répond pas aux objectifs, serait très complexe en termes de mise en œuvre. Les grands pure players pourraient contourner le dispositif sans difficulté en achetant un réseau de magasins. Mettons globalement à plat la fiscalité du commerce pour l'adapter à notre nouvel environnement* ».