

Commerce spécialisé : décembre sauvé en fin de mois, une année 2022 variable selon les secteurs et une forte dépendance à un panier moyen plus élevé

L'activité du commerce spécialisé en points de vente a été plutôt satisfaisante en décembre avec une nette accélération en fin de mois, en particulier la toute dernière semaine tous secteurs confondus.

Le mois se termine à + 6,5 % par rapport à décembre 2021 soit 10 % au-dessus de décembre 2019 (*). Un résultat réconfortant tant les inconnues concernant le comportement des consommateurs étaient nombreuses avant cette période fondamentale pour beaucoup d'enseignes.

En terme de volumes vendus, il convient toutefois de relativiser puisque ces hausses d'activité en valeur (chiffre d'affaires) doivent être réduites de 4 à 5 % pour pouvoir faire une estimation en nombre de produits.

Le mois a été particulièrement performant pour la beauté-santé, en forte hausse par rapport à décembre 2021 (+ 15,7 % en magasin) couplée avec des ventes en croissance importante sur le web (+ 24,5 %).

Les ventes d'habillement en magasin (+ 7,8 % vs décembre 2021) et de chaussures (+ 10,9 %) ont été soutenues mais compensées en partie négativement par une contraction des ventes web sur le mois (respectivement - 11,4 % et - 13,4 %).

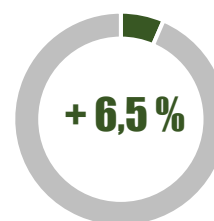
L'alimentaire spécialisé (+ 3,9 % vs décembre 2021) et surtout l'équipement de la maison (+ 2,7 %) ont connu un mois de décembre moins dynamique surtout lorsque l'on retrace l'impact de la hausse des prix.

Pour tous les secteurs, à l'exception de la restauration (- 6 %) et cadeaux-jouets (- 5 %), l'activité de décembre 2022 a été meilleure que celle de l'avant Covid en décembre 2019.

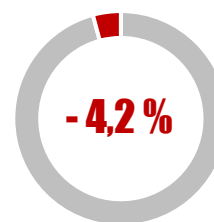
Notons que la fréquentation des magasins en décembre a été légèrement inférieure à celle de décembre 2021 (- 1,2 % en moyenne et - 2,4 % dans les centres-villes (**)).

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

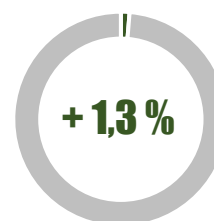
Évolution du chiffre d'affaires magasins du commerce spécialisé en décembre 2022 vs décembre 2021



Évolution des ventes web des enseignes du commerce spécialisé en décembre 2022 vs décembre 2021



Évolution du chiffre d'affaires des magasins du commerce spécialisé pour l'année 2022 vs année 2019



Source : panel Procos

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.procous.org

Procos présentera dans quelques semaines le bilan complet de l'activité de l'année 2022. A ce stade, et alors que les quatre semaines de soldes viennent de débiter, il apparaît déjà que **le total de l'activité 2022 en points de vente reste inférieur à celui de 2019 pour l'habillement (- 2,6 %), la chaussure (- 8,5 %) et la restauration.**

A ce constat, ajoutons que l'évolution des volumes vendus est plus défavorable que ce que fait apparaître l'approche par le chiffre d'affaires lorsque l'on tient compte des hausses tarifaires en 2022.

A l'inverse, plusieurs secteurs finissent l'année 2022 avec des ventes magasins supérieures à celles de 2019 : l'alimentaire spécialisé (+ 9,7 %), l'équipement de la maison (+ 6,5 %) et la beauté-santé (+ 2,3 %).

Pour les ventes web, le résultat est contrasté selon les secteurs. Si en moyenne les ventes web des enseignes ont baissé de - 12 % en 2022 vs 2021, certains secteurs ont augmenté leurs ventes web (chaussure : + 8,2 %, beauté-santé : + 7,5 %...).

Mais, pour d'autres secteurs, les ventes se sont contractées (habillement : - 13,7 %, alimentaire spécialisé : - 10,5 %, équipement de la maison : - 8,2 %) et en particulier très fortement le secteur cadeaux-jouets (- 37,3 %).

La fréquentation des points de vente en 2022 reste en retrait important par rapport à 2019, de l'ordre de - 19,6 % en moyenne sur l'année et très comparable à celle de 2021 (+ 0,3 %).

Alors que les soldes viennent de débiter, les enseignes sont particulièrement préoccupées par leur modèle économique en 2023 : effet ciseaux entre augmentation forte des coûts, écrasement des marges et risques sur la consommation.

Quelle sera la consommation dans les prochains mois après les plaisirs que se sont octroyés les Français en fin d'année ? Les dossiers en cours (retraite, inflation alimentaire, pouvoir d'achat, énergie) sont peu rassurants pour créer un climat favorable à l'acte de consommer.

Par ailleurs, les coûts d'exploitation de toutes les entreprises du commerce seront très impactés par ceux souvent insurmontables de l'énergie et une indexation élevée des loyers et des coûts de magasins (charges locatives, taxes foncières, salaires en augmentation). L'équation est très difficile à résoudre et les prochains mois sont préoccupants. **Espérons, par exemple, qu'à court terme les bailleurs accéderont aux demandes faites par leurs commerçants locataires de plafonnement de l'indexation des loyers pour 2023.** Un geste important pour toutes les tailles et profils de commerce.

(*) 80 enseignes interrogées sur leur performance en France

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