

Commerce spécialisé : 2020, bilan et évolutions ? 2021, principaux enjeux ?

Procos a dressé un bilan d'une année 2020 exceptionnellement bousculée pour les enseignes du commerce spécialisé.

Les enseignes du secteur ont connu deux périodes de fermeture et leur activité magasin termine l'année en moyenne (tous secteurs du commerce spécialisé confondus hors restauration) à - 18 % (*).

Il convient avant tout de mettre en évidence une très grande diversité sectorielle.

Pour l'année,

- Le sport est à - 4,5 %,
- L'équipement de la maison a connu de très forts rebonds qui lui permettent de rattraper une grande partie de l'impact des périodes de confinement et terminer 2020 à - 7 %.
- D'autres secteurs tels que l'équipement de la personne ou la beauté-santé enregistrent respectivement des chiffres à - 22,7 % et - 22 %.

La réouverture des magasins le 29 novembre a été une décision essentielle. Celle-ci a permis de réaliser une activité dynamique en magasins à + 12 % (hors restauration) et limiter les risques de défaillances à court terme en gardant espoir.

Les ventes web des enseignes ont explosé, en croissance de + 30 %. La part du web dans le chiffre d'affaires global a doublé sur l'année en passant de 6 % à 12 %.

Toutefois, cette croissance des ventes internet n'a compensé que faiblement les pertes de chiffre d'affaires dans les magasins. Elle ne permet de récupérer, selon les secteurs que 2 à 4 % des baisses d'activité magasins. (*) Source : Panel Procos

Contacts presse :

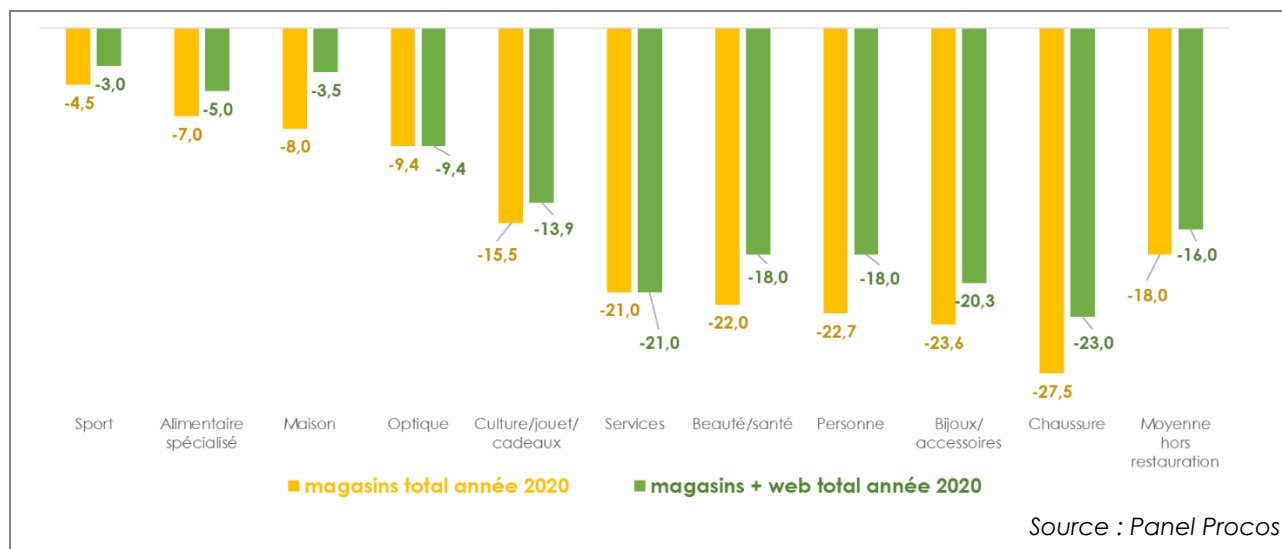
Emmanuel LE ROCH, Délégué Général - emmanuel.le.roch@procos.org – 06.07.21.57.02

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.procos.org

Evolution comparée annuelle de l'activité des ventes en magasins et des ventes cumulées magasins + internet des enseignes (cumul annuel 2020 vs 2019 en %)



Le modèle omnicanal a fait un grand bond en avant en 2020. Les enseignes ont multiplié les innovations et les nouveaux services aux consommateurs : click & collect, livraison à partir du magasin, paiement sans contact ... Une transformation accélérée qui va se poursuivre en orientant les investissements et réclamer une indispensable adaptation du modèle économique (le poids des loyers notamment).

Des secteurs toujours fermés et en danger : la restauration à table, le cinéma, les salles de sports sont fermés depuis plusieurs mois et le demeurent encore aujourd'hui. Le cinéma a, par exemple, réalisé une année 2020 à - 70 % et de très nombreuses chaînes de restaurants terminent l'année à - 50 %.

Outre une ouverture souhaitée le plus rapidement possible, toutes les entreprises doivent aujourd'hui être aidées par l'Etat, quelle que soit leur taille. Or, ce n'est, à ce jour, pas le cas compte tenu des effets de seuils et de plafonds. Les risques pour les entreprises et les salariés de ces secteurs sont devenus majeurs. Et, l'absence de visibilité les accroît. La trésorerie des entreprises fond davantage chaque jour et le danger devient de plus en plus prégnant. Les mesures d'accompagnement sont urgentes.

Hugues BORGIA, directeur général d'UGC Ciné Cité et Vice-président de Procos explique « *le cinéma est un secteur qui a su s'adapter et se transformer ces dernières années. C'est une richesse de la France, il faut la préserver et ne pas laisser se fragiliser un secteur indispensable à l'attractivité des lieux de commerce et de vie et à l'animation culturelle des territoires.* »

L'année 2020 aura accéléré de nombreuses tendances et créé de nouvelles questions qui auront un impact important sur les lieux de commerce et la stratégie de maillage des acteurs :

- Le développement du télétravail impacte très fortement les flux à Paris, dans les métropoles et les grands centres commerciaux avec des conséquences sur la fréquentation des points de vente et des chiffres d'affaires très souvent à - 30 ou - 40 % par rapport à l'avant Covid.
- L'absence durable de touristes internationaux impactera durablement certains sites : à Paris ; Champs-Élysées, Boulevard Haussmann... et d'autres grandes villes : Marseille, Nice...

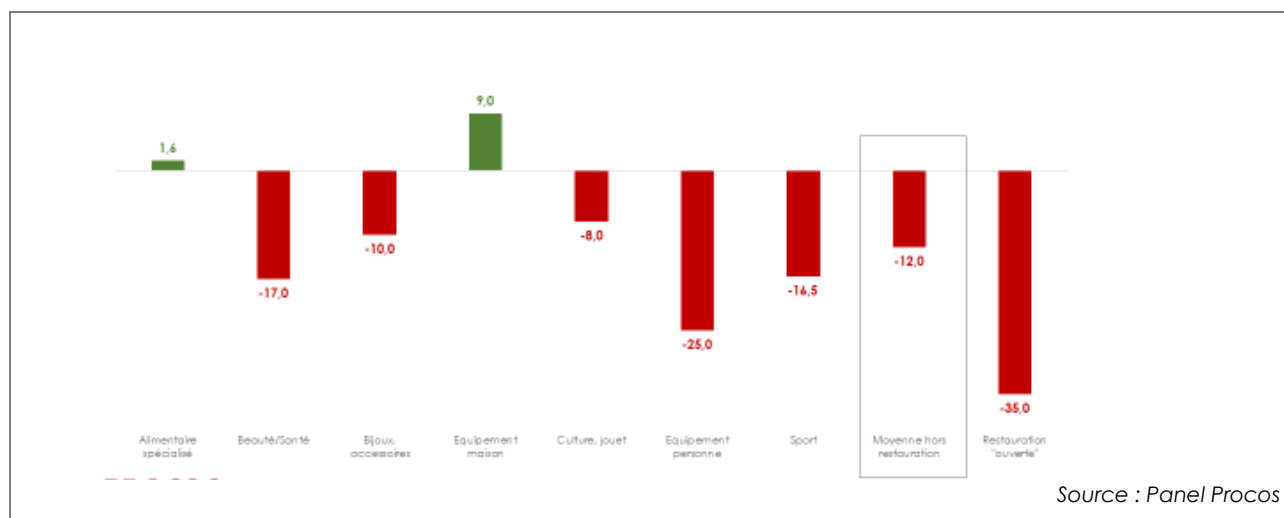
- Les nouveaux comportements des consommateurs, plus souvent en télétravail rendent plus attractifs les emplacements à proximité des lieux d'habitation.
- Les zones commerciales de périphérie, les retail parks ont été beaucoup plus résilients et beaucoup moins impactés par la mobilité et les craintes sanitaires que les grands centres villes ou les galeries marchandes.
- Une pénétration beaucoup plus grande du réflexe omnicanal dans la population, y compris la plus âgée, a transformé durablement les habitudes. Le retour aux comportements d'avant-crise ne sera pas entier.
- Ces changements d'équilibre accéléré entre magasin et internet impliqueront de nouvelles réflexions sur l'immobilier commercial (lieux...) et les coûts locatifs. Ces derniers seront probablement fortement touchés par une augmentation de la vacance commerciale qui se développera sûrement dans les 24 mois aussi bien dans les métropoles que dans les villes moyennes. Seule question, les loyers seront-ils selon les situations locales, adaptés provisoirement ou durablement pour limiter les fermetures ? Cela reste un des enjeux majeurs des mois à venir.

Pour 2021, Procos a présenté les différents facteurs favorables ou non à la consommation. Dans l'immédiat, c'est la situation sanitaire qui prime sur l'économique. En ce début d'année, **Procos regrette le report des soldes qui a mis en danger l'activité du mois de janvier et augmenté les risques.**

Au 24 janvier, après un premier week-end de soldes, les enseignes du secteur textile ont, par exemple, une activité en baisse de - 25 % par rapport à janvier 2020.

Janvier 2021 évolution magasins vs 2020

Evolution des chiffres d'affaires en % magasin du 1^{er} au 24 janvier 2021 vs 2020



Les magasins doivent rester ouverts, une question de survie économique et sociale. L'évolution sanitaire entraînera des décisions gouvernementales dans quelques jours. Il est essentiel que tous les magasins restent ouverts, les protocoles sanitaires sont maîtrisés et appliqués. Les dérogations doivent

permettre, sous contrainte de nombre d'heures dans la semaine, d'aller faire des achats de tous ordres. En parallèle, il faut mettre en place les aides, pour toutes les tailles d'entreprises, permettant de faire face aux baisses de chiffres d'affaires : aide aux frais fixes et adaptation des loyers à la réalité du chiffre d'affaires. Fermer ferait prendre un risque social majeur au commerce en France, C'est déjà le cas, entre autres, pour la restauration. Ne multiplions pas ses risques !

A court terme, le gouvernement doit aider les entreprises de toutes tailles.

- La prise en compte des frais fixes à hauteur de 70 % sans plafond,
- Le report automatique des PGE pour les entreprises du commerce spécialisé,
- La mise en place des prêts participatifs pour toutes les entreprises.
- Il faut que l'Etat s'engage à nouveau pour aider les bailleurs à adapter d'urgence les loyers à la réalité des chiffres d'affaires réalisés dans les magasins

Pour l'avenir, un plan de relance qui place le commerce au cœur des transformations sociétales est indispensable. La baisse des impôts de production n'est pas une mesure suffisante pour faire face aux enjeux.

« Le commerce spécialisé est une chance pour la France et ses enseignes doivent être des moteurs de la transformation sociétale, il faut créer les conditions pour qu'elles dégagent les moyens indispensables après crise pour ces investissements de transformation et d'engagements positifs pour la société de demain » **déclare Laurence PAGANINI, présidente de Procos et directrice générale de Kaporal.**

Procos défend la nécessité d'un **Plan commerce 2030** et d'une approche dynamique **« Territoires de commerce »**.

- **Le plan de relance doit contribuer à la transformation digitale** et numérique des commerçants de toutes tailles. Les actuelles mesures sont insuffisantes et réservées aux TPE.
- **Le commerce est au cœur de la transformation de la société.** Il est vital pour la vie des Français dans les territoires. La politique gouvernementale doit dynamiser et **accompagner la transformation RSE**, les investissements pour la baisse de consommation d'énergie autour d'une vraie trajectoire de transformation du commerce et de ses acteurs.
- **Partager une vision sur le commerce en 2030** sans opposer les uns aux autres avec la volonté de comprendre les transformations, de mesurer et de prévenir les impacts. C'est indispensable pour établir d'urgence une politique volontariste pour le commerce.
Procos attend la sortie du rapport du CESE en espérant qu'il constituera **une première étape d'une volonté politique et des acteurs de construire demain ensemble.**

- **Pour une dynamique « Territoires de commerce.** La transformation du commerce, sa modernisation et son attractivité, ne passeront pas par le blocage, le coercitif ou les oppositions simplistes. Les approches de restrictions actuelles autour de la réflexion négative de type moratoire, interdictions... ne peuvent que faire perdre du temps à une transformation urgente et indispensable des lieux de commerce, centre-ville comme périphérie. Une dynamique et une volonté partagées sont indispensables.

2020 marque l'entrée dans une phase nouvelle marquée par des modifications importantes des lieux de commerce et des marchés de l'immobilier commercial.

En premier lieu, une rupture en matière d'autorisation de création de surfaces de vente.

- Les demandes d'autorisation concernant les surfaces faisant l'objet d'un examen en CDAC ont connu cette année une chute brutale. Elles passent à 763.211 m² en 2020, soit moitié moins qu'en 2019.
- Le stock de surfaces commerciales projetées à 5 ans par les promoteurs était descendu pour la première fois en 2019 sous la barre des 5 millions de m² (4,1 millions). En 2020, il poursuit sa décroissance pour atteindre un volume plancher de 3,6 millions de m².
- En 2020, le marché de l'immobilier commercial connaît un coup d'arrêt brutal. Toutefois, cette chute s'inscrit dans un ralentissement structurel du marché de l'immobilier commercial arrivé à maturité depuis plusieurs années.

Paris et les métropoles au cœur des turbulences, des villes moyennes impactées en risque également.

- Le développement du télétravail et la suspension du tourisme international ont affecté drastiquement les flux dans les grands lieux de commerce, centres-villes comme centres commerciaux. Champs-Élysées à - 60 % de fréquentation des magasins en janvier, Boulevard Haussmann à - 45 %, grands centres commerciaux entre - 35 et - 45 % (**). L'impact sur les chiffres d'affaires des magasins est très conséquent. Le retour à la normale n'est probablement pas pour demain et les solutions d'adaptation des loyers seront indispensables pour plusieurs mois voire années.
- La vacance commerciale va se développer dans de nombreux lieux de commerce aussi bien dans les grandes villes que les petites. Les zones commerciales sont plus résilientes et retrouvent plus rapidement leur activité. Les risques principaux pèsent sur les centres-villes et les galeries marchandes plus impactés par les restrictions de flux.
- Les villes moyennes, même si elles ont bénéficié d'un gain d'attractivité pendant la période ne sont toutefois pas à l'abri des défaillances et du développement du taux de vacance, en particulier dans les centres-villes. Phénomène qui pourrait réclamer de revoir à la hausse les moyens financiers prévus dans des plans tels qu'Action Cœur de Ville.

(**) L'observatoire de fréquentation des commerces Procos/Stackr cumule les données captées en permanence dans 13.000 points de vente sur 1.800 sites de commerce (centres commerciaux, rues...)

Des valeurs locatives à la baisse ?

- Le marché de l'immobilier commercial sera affecté par le développement de la vacance commerciale. La durée de la crise sanitaire aura beaucoup de conséquences sur l'impact final, les défaillances et les restructurations de groupes.
- Malgré tout, grâce à la durée des baux et au fait qu'il y ait beaucoup d'argent disponible à des taux bas, la situation pourrait inciter certains bailleurs à attendre des jours meilleurs en espérant un retour à une certaine normalité. Mais, durant combien de temps ?
- Dans de nombreux lieux, la baisse provisoire ou définitive des loyers sera toutefois impérative pour faire face à une nouvelle situation, une nouvelle répartition du chiffre d'affaires (plus de local, plus de e-commerce). Reste à savoir si l'adaptation se fera dans un traitement constructif entre les parties et lissé dans le temps ou si cela passera par la multiplication des fermetures.

Emmanuel LE ROCH, délégué général de Procos affirme « *La crise de la Covid accélère les transformations. En premier lieu le télétravail et le développement de l'omnicanal obligent à une lecture nouvelle des lieux de commerce. Les gros sites sont en difficulté et vont devoir s'adapter provisoirement ou durablement. Les questions de loyer et de modèle économique sont encore plus criantes. Passera-t-on par une phase de crise profonde ou les loyers vont-ils s'adapter suffisamment vite pour limiter la vacance, une question cruciale pour l'avenir des commerçants et des sites ?* »