

Commerce spécialisé : après une année 2023 difficile, un espoir de reprise en 2024 ? Le début d'une nouvelle ère pour l'immobilier commercial

Procos, fédération pour la promotion du commerce spécialisé a tenu sa conférence de presse annuelle pour tirer les enseignements de l'activité des différents secteurs en 2023 et sur l'immobilier commercial. La fédération a dressé les perspectives de 2024 qui débute difficilement et fait le point sur les principaux dossiers pour le commerce.

Pour 2023, le chiffre d'affaires des magasins du commerce spécialisé à surface égale affiche une hausse de + 3,5 % par rapport à l'activité 2022 (*). Une année qu'il est possible de décomposer en trois phases bien distinctes. Un début d'année plutôt positif mais la situation s'est dégradée de mois en mois jusqu'à un rebond en juin et surtout juillet (+ 9,4 %). **Tout s'est ensuite écroulé à la rentrée** avec un mois de septembre très mauvais (- 4,2 %). La fin de l'année a été poussive avec une lente reprise d'activité jusqu'à un mois de décembre légèrement positif à + 1,3 %. « *Tout s'est déroulé comme si les Français avaient décidé de se faire plaisir cet été, pris un gros coup au moral et une crise de confiance à la rentrée pour attendre décembre et à nouveau dépenser à la dernière minute avec pour objectif faire plaisir et se faire plaisir.* » indique Emmanuel LE ROCH, Délégué Général de Procos

La consommation non alimentaire a été très fortement impactée par les conséquences de la forte hausse des prix des produits alimentaires et de première nécessité depuis deux ans (+ 19,5 %). Le restant disponible pour les autres achats était faible pour les ménages les plus modestes et les autres ménages étaient très anxieux pour le pouvoir d'achat et la confiance en l'avenir s'est encore écroulé. Ajoutons également l'importante crise de la construction et de la vente de logements (coûts du crédit, effacement du pouvoir d'achat immobilier) qui impacte directement le commerce de l'équipement de la maison.

En conséquence, toutes les activités du commerce spécialisé n'ont pas vécu la même année 2023. Si la beauté-parfumerie connaît une bonne année avec une croissance en magasin de + 7,9 % par rapport à 2022, la chaussure (- 3 %), l'habillement (- 1,1 %) mais également le sport (- 1,5 %) et l'équipement de la maison (- 2,6 %) sont en baisse.

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

Évolution du CA magasins janvier 24 vs janvier 23



Évolution du CA magasins des enseignes du commerce spécialisé année 2023 vs 2022



Évolution des ventes web des enseignes année 2023 vs 2022



Évolution de la fréquentation des magasins année 2023 vs 2022



Évolution de la surface de vente autorisée en CDAC année 2023 vs 2022



Source : panel Procos,
Observatoire Procos/Stackr

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.procos.org

A noter que l'activité de l'année se termine en croissance pour l'alimentaire spécialisé (+ 3,7 %), la restauration (+ 4,5 %). Par ailleurs, compte tenu des hausses de prix en 2023, les performances en volume sont inférieures de 3 à 4 % à celles des chiffres d'affaires.

La fréquentation des magasins () est en baisse par rapport à 2022** (à - 2,3 % en moyenne, dont - 3,5 % dans les centres-villes, - 0,7 % dans les centres commerciaux et - 0,5 % dans la périphérie). Il s'agit bien ici des entrées dans les magasins, de flux efficace pour l'activité du commerçant et non de flux de passage dans la rue pour des raisons diverses (transit, travail, ...).

Sur le web, les résultats sont plus dégradés qu'en magasin puisque la croissance des ventes n'est que de + 0,5 % en valeur donc des ventes en volume qui baissent de 2 à 3 %. Ces évolutions des ventes web des enseignes omnicanales sont toutefois très légèrement supérieures à celles annoncées par la Fevad à - 1,8 % pour l'ensemble des ventes internet de produits. Cependant, les enseignes s'inquiètent beaucoup de la surperformance des plateformes internationales, Amazon bien sûr mais surtout Shein et Temu qui bouleversent les marchés avec des prix de vente totalement incompréhensibles, de véritables prédateurs sur les marchés de l'habillement mais aussi de l'équipement de la maison, voire de la beauté !

En ce qui concerne les enseignes, 2023 a été marquée par la poursuite des défaillances initiées en 2022.

Au sein de chaque secteur, les performances des acteurs demeurent variables. Il est incontestable que **l'image prix a été un point fondamental** face à des consommateurs totalement orientés prix, très prudents et tentés de se faire plaisir en achetant moins cher. **Les acteurs plus discount et la seconde main ont été privilégiés par le contexte.**

Janvier 2024 s'inscrit malheureusement dans la continuité de la morosité de 2023 (-1,5 % par rapport à janvier 2023). Il faudra attendre donc pour constater une reprise espérée de la consommation. **Les soldes ont été mauvais** (- 3,5 % en magasins comparativement à la même période en 2023). Les secteurs en baisse sont les plus concernés par la période de soldes à savoir la chaussure (- 5 %), l'habillement (- 2,6 %), le sport (- 3,6 %) et la maison (-1,7 %). Notons que le mois n'a pas non plus été bon pour la restauration. A l'autre extrémité du spectre des performances, la beauté continue sa croissance d'activité à 7,7 %. Notons avec satisfaction une assez bonne performance du secteur cadeaux-jouets-culture qui a plutôt bien profité des consommations des étrennes reçues par les Français en fin d'année.

Procos a ensuite présenté les perspectives pour les enseignes et la consommation en 2024 qui devrait être une année de transition. Si plusieurs éléments tels que la réduction de la hausse des prix alimentaires, devraient donner des marges de manœuvre pour consommer aux consommateurs, le délai nécessaire à un vrai retour de la confiance n'est pas connu. Les résultats décevants de janvier ne donnent pas de signal positif pour le moment. Une certaine reprise de la consommation est toutefois pronostiquée pour 2024 mais certains facteurs continueront de produire leurs effets sur plusieurs secteurs : les tensions sur les marchés du logement, la baisse de la natalité, d'éventuels mouvements sociaux... Par ailleurs, certains facteurs exogènes tels que les élections européennes ou une inversion de la courbe du chômage pourraient repousser cette indispensable reprise de la confiance. L'augmentation de la consommation des ménages est impérative pour l'économie française qui souffrira de la baisse des investissements en 2024. Mais celle-ci profitera-t-elle à la vente de biens ou aux seuls services ou loisirs ?

Il faudra également tenir compte de la part croissance de la seconde main dont l'impact est très mal mesuré puisqu'en grande partie relevant du marché direct entre consommateurs (BtoC), non mesuré par l'Insee par exemple.

Les coûts d'exploitation des enseignes, s'ils sont un peu moins sous tension, restent élevés avec une **énergie** durablement chère, des salaires plus élevés et des coûts de transport et de frets toujours en risque (Mer Rouge) au même titre que les risques de retard sur les approvisionnements. Le **point noir des loyers** reste très présent et continuera de peser lourdement sur les comptes d'exploitation des magasins des enseignes (entre 11,5 et 13 %), une hausse déconnectée de l'activité de la grande majorité des commerçants. Bien entendu, progressivement, les indexations seront moins fortes mais le mal est fait pour 2024 dans un contexte de fragilité accrue de nombreux acteurs. « *Aucune mesure n'a été prise en faveur des enseignes sur l'indexation des loyers avec les conséquences que l'on connaît et qui ne sont pas terminées sur les risques de fermetures de points de vente.* » regrette Emmanuel Le Roch

Or l'objectif numéro un, l'urgence, est de limiter au maximum les défaillances. Ne pas laisser se poursuivre la spirale infernale de la fermeture de magasins et de la destruction d'emplois compte tenu des dangers que cette spirale représente pour le tissu commercial et territorial dans son ensemble. L'impact global ne se limite pas aux seuls acteurs concernés, ce qui représente déjà un sujet qui devrait mobiliser davantage. Ce serait le cas si l'on parlait de fermetures de sites industriels. Or l'impact, s'il semble diffus, sera très conséquent dans les territoires, en particulier les centres-villes, avec le développement de la vacance commerciale qui risque de réduire l'attractivité commerciale donc des commerçants tout autour. Ce dossier n'est pas pris en charge avec suffisamment de volonté politique et le tissu fragilisé dépasse les seuls secteurs du textile et de la chaussure, l'équipement de la maison également doit faire face à un contexte défavorable.

Bilan 2023 et perspectives 2024 de l'immobilier commercial : le commerce physique est entré dans une nouvelle ère

Sur l'année 2023, PROCOS relève la poursuite de la décrue des projets d'immobilier commercial. Jamais depuis le début du siècle l'immobilier commercial n'avait été si peu demandeur de foncier. Bien que les surfaces autorisées par les permis de construire se maintiennent à un niveau pré-COVID, les mises en chantier chutent et les surfaces autorisées en CDAC ont été divisées par deux. Cette divergence dénote une substitution progressive des grands projets commerciaux par des projets plus petits ou plus morcelés. Ainsi, la taille moyenne des projets poursuit sa chute et le stock des projets à cinq ans poursuit son effritement.

La Fédération PROCOS constate la remise en cause des modèles historiques de l'immobilier commercial, et estime que la filière est entrée dans une nouvelle ère, avec moins de production de m², et un pivot vers davantage d'opérations d'extension, de reconfigurations ou de recyclage de fonciers existants. L'équation économique en reste toutefois incertaine.

LES PERMIS DE CONSTRUIRE SE MAINTIENNENT, MAIS LES MISES EN CHANTIER CHUTENT LOURDEMENT.

Le timide rattrapage observé après 2020 est terminé. En 2023, bien qu'en baisse, les surfaces de locaux commerciaux autorisées par les permis de construire se maintiennent à un niveau pré-COVID. Mais les **surfaces mises en chantier chutent** de leur côté à un plancher historique, affectées par les difficultés qui touchent l'ensemble de la filière de la construction, et par un accès plus restreint au crédit bancaire.

LES CDAC A LA MOITIE DE LEUR NIVEAU DE 2019

Le volume des surfaces commerciales autorisées par les commissions départementales d'aménagement commercial (CDAC) connaît pareillement une chute en 2023 avec à peine 720.000 m² autorisés. Ce volume correspond à la moitié (55 %) de son niveau de 2019, et un petit quart (22 %) de son niveau de 2011.

En CDAC, les commerces alimentaires restent d'importants demandeurs de surfaces, mais sont **dépassés par le secteur du bricolage-jardinage**. Enfin, on note pour la première fois une forte progression des demandes de **réactivations de droits commerciaux**, conséquence d'une vacance commerciale devenue structurelle.

Au sein des CDAC, le taux d'autorisation se stabilise en 2023, autour de 89 % des dossiers et des volumes de surfaces. En CNAC, le taux d'autorisation des dossiers apparaît en baisse à 54%, avec un durcissement de l'application des critères d'écologie et de sobriété foncière, mais aussi au nom de la lutte contre le déclin des centres-villes.

LE STOCK DES PROJETS A 5 ANS EST AU PLUS BAS DEPUIS 20 ANS

Le stock de projets à 5 ans établi par PROCOS poursuit sa décrue pour atteindre un **nouveau plancher** de deux millions de mètre carrés. Ce volume représente **à peine la moitié** du niveau enregistré en 2011, et le **plus bas niveau observé** depuis la création en 2002 de l'Observatoire de la Fédération PROCOS. **Le stock se purge peu à peu** de ses grands projets, réalisés ou abandonnés, tandis que le nombre de nouveaux projets recensés chaque année se stabilise à environ la moitié de son niveau d'avant 2020. **PROCOS constate ainsi la disparition progressive des très grands projets commerciaux, confrontés à la crise et de moins en moins tolérés par les corps sociaux et politiques, au profit de projets moins nombreux, plus petits, plus mixtes ou mieux insérés dans l'urbain.**

Procos a ensuite présenté les enjeux majeurs et ses propositions pour les prochains mois.

- ▶ **Le remboursement des PGE** par un étalement généralisable à toute taille d'enseignes.
- ▶ **L'évolution des loyers** et les relations entre bailleurs et commerçants : les échanges entre représentants des bailleurs et preneurs doivent viser à construire un modèle relationnel en phase avec le commerce actuel et futur (flexibilité, relation entre coût et activité, obligation de délivrance continue des locaux loués (mise aux normes, conformités...)).
- ▶ **La protection contre des acteurs tels que Shein et Temu** par le respect strict des règles et normes mais aussi actions coordonnées entre l'Etat Français et acteurs du commerce auprès de l'Europe pour une politique qui sorte de la naïveté et accompagne les acteurs européens du commerce dans les ambitions de décarbonation en les protégeant d'acteurs dont l'environnement est loin d'être la priorité.
- ▶ **Programme ambitieux d'aides aux financements des transformations des acteurs du commerce de toute taille** (décarbonation, décret tertiaire...).
- ▶ **Simplifier** : faire en sorte que les travaux actuels du Conseil National du Commerce en termes de simplification soient suivis d'effets rapidement pour favoriser la transformation plus rapide et moins onéreuse des enseignes du commerce. Des propositions à la fois sur l'exploitation, les autorisations et les déclarations. Mais également des propositions portant sur l'urbanisme commercial dans le but d'accélérer et de simplifier la mise en œuvre de la modernisation et de l'adaptation de l'outil magasin (mise au format, transferts d'autorisation, sécurisation administrative et politique des projets...). Si le stock de surface n'augmente pas, il faut accélérer sa transformation au commerce et à la société de demain. L'Etat doit gérer la dépense publique, alors qu'il simplifie la vie des acteurs pour les inciter à investir plus vite et réduire les risques.
- ▶ **Arrêter d'empiler de nouvelles contraintes et apporter de la cohérence** : loi Agec, loi climat et résilience, loi Aper... directives européennes nouvelles... Alors que la simplification est annoncée à grand renfort de communication, les normes, la complexité, les obligations contradictoires (exemple : installer des ombrières sur tous les parkings et pousser à la densification des zones commerciales)... les acteurs sont noyés sous les obligations nouvelles et les coûts qui s'accumulent avant même d'investir sur la décarbonation de l'offre commerciale. Il est urgent d'apporter de la cohérence interministérielle et de définir des priorités en accord avec les entreprises concernées.

Alors qu'Olivia GRÉGOIRE vient d'être confirmée dans le nouveau gouvernement, il est évident que la disparition du terme « commerce » dans son titre n'est pas sans inquiéter les acteurs d'un secteur qui est pourtant le premier employeur privé de France. Quelle sera la volonté de faire du commerce un axe central d'une politique publique ambitieuse pour transformer la consommation mais aussi pour promouvoir la place du commerce et de ses acteurs dans la société de demain ? La promesse de Bruno LE MAIRE de mettre en place une véritable politique publique du commerce sera-t-elle tenue ? Espérons-le. « *Procos est à la disposition d'Olivia GRÉGOIRE et de ses équipes pour travailler dès ce jour et faire avancer les travaux du Conseil du Commerce de France pour finaliser les propositions.* » rappelle Emmanuel LE ROCH.

Faire des Jeux Olympiques et Paralympiques, une fête pour les commerçants. A cinq mois des Jeux, les commerçants s'inquiètent toujours par manque de visibilité des impacts possibles. Des règles complexes, par exemple sur l'ouverture du dimanche à Paris qui ne serait possible que dans quinze arrondissements sur vingt et pour certains secteurs seulement. C'est trop complexe et trop rigide. « *Procos demande que tous les commerçants parisiens qui le souhaiteront, quel que soit leur secteur d'activité puissent ouvrir le dimanche entre le 15 juin et le 15 septembre; la seule manière d'être lisibles pour les commerçants, les touristes et les consommateurs.* » conclue Emmanuel LE ROCH.

En résumé

LES ENJEUX ET DIFFICULTÉS

- ▶ **2024, année de relance de la consommation** grâce à la baisse de l'inflation **mais année de transition** du fait de nombreuses inconnues (confiance des ménages, environnement sociétal, géopolitique, jeux olympique)
- ▶ **L'évolution des coûts reste très préoccupante**
- ▶ **La tension sur les capacités d'investissement**
- ▶ **Immobilier commercial, changement de paradigme** : réduction de la taille des projets, mixité urbaine, réorganisation/rénovation vs création

LES PROPOSITIONS

- ▶ **Jeux Olympiques** : en faire une fête pour le commerce - simplifier et soutenir les acteurs impactés (chômage partiel, ...)
- ▶ **Éviter la poursuite des défaillances**
- ▶ **Simplifier** et ne pas créer de nouvelles obligations
- ▶ **Protéger les acteurs** contre le développement inconsidéré de plateformes internationales (contrôle, règles européennes)
- ▶ **Définir des modalités de fonctionnement de l'immobilier commercial** en phase avec le commerce du futur et ses transformations
- ▶ **Accompagner, soutenir et inciter les investissements et les innovations** du secteur commerce de détail (mise aux normes environnementales, décarbonation, décret tertiaire, ombrières, IA, digitalisation...)
- ▶ **Lutter contre le développement de la vacance commerciale** en centre-ville et dans l'urbain
- ▶ **Impulser une nouvelle manière de penser la périphérie** avec ses acteurs du commerce