



[VIDEO] Une année 2017 atone pour le commerce spécialisé (Procos)



© pictarena / Fotolia

Le commerce spécialisé a enregistré un léger recul de -0,2 % au cours de la dernière année, rapporte le Procos dans son bilan de l'activité du commerce de détail 2017, une performance tirée vers le bas par un 4 e trimestre en chute de -3,4 %.

« Le commerce est atone et ne progresse pas, malgré les efforts des différentes enseignes qui ont déployé toutes leur énergie pour faire progresser leurs nombres de clients et d'articles vendus, avance André Tordjman , président de Little Extra et administrateur de Procos. Face aux évolutions de la consommation et de la distribution, seuls les retailers qui ont atteint le niveau d'excellence dans les domaines de la marque, de l'organisation et du management peuvent prétendre progresser durablement. Ce n'est plus un examen, c'est un concours. »

À -1,2 %, le commerce de rue en centre-ville a connu la plus forte baisse de son activité en 2017, suivi par le centre commercial de périphérie, à -0,3 %. Celles-ci ont de plus connu un dernier trimestre particulièrement difficile, à -5,2 % et -3,6 %. Malgré un recul de -2,8 % au 4e trimestre, le centre commercial de centre-ville résiste mieux et termine l'année avec une légère hausse de son activité, à 0,2 %.

Le commerce de services est le secteur s'étant le plus démarqué en 2017, avec une activité en hausse de 1,6 %, suivi par l'alimentaire (1,3 %), les loisirs (0,7 %), la restauration (0,5 %) et l'équipement de maison (0,2 %). En revanche, l'équipement de la personne (-0,9 %) et l'hygiène santé (-0,4 %) ont enregistré une performance en déclin.

www.businessimmo.com

Pays : France

Dynamisme : 23

[Visualiser l'article](#)

Vidéo: <https://www.businessimmo.com/contents/93830/video-une-annee-2017-atone-pour-le-commerce-specialise-procos>

Le ralentissement de l'immobilier commercial se confirme

Selon l'Observatoire de l'immobilier commercial, le volume de surface de plancher commercial autorisé à travers les permis de construire augmente de 5,49 %, pour 5,48 millions de m². Sur la durée, ce niveau reste bas par rapport à ceux enregistrés au début des années 2010 (- 30 % à - 35 %). Le volume de surfaces commencées est aussi en légère hausse (+ 5,6 %) par rapport à 2016, mais demeure à un niveau faible, à 3,28 millions de m². Aussi, 1,43 million de m² de surfaces commerciales ont été autorisés par les Commissions départementales d'aménagement commercial (CDAC) et la Commission nationale d'aménagement commercial (CNAC) en France métropolitaine, contre 1,68 million de m² l'année dernière.

« Nous sommes depuis trois ans sur une baisse continue, avec des niveaux de création de m² beaucoup moins importants qu'au milieu des années 2000, explique Alexandre de Lapisse , directeur des études chez Procos. Il y a des variations annuelles, mais la tendance longue montre une baisse structurelle du nombre de m² autorisés. »

La périphérie reste toujours autant plébiscitée et attire plus de 87 % des surfaces en projet, soit 4,7 millions de m². Les opérations de parcs d'activités commerciales dominent (2,8 millions de m²), suivies de celles de centres commerciaux (1,7 million de m²). Les projets de centres commerciaux de centre-ville restent, pour leur part, toujours en retrait et ne représentent que 4,3 % des surfaces en projet, soit 232 000 m².

En termes de secteur, les jardineries (+ 46 %), l'équipement de la maison (+ 25 %) voient leur nombre d'autorisations augmenter alors qu'il se réduit dans d'autres secteurs tels que l'équipement de la maison (- 41 %) ou le sport. Le format retail park représente 65 % des volumes autorisés, contre 50 % en 2011. Les créations l'emportent sur les extensions (respectivement 68,5 % et 26,6 % des autorisations). Les mises en chantier de projets sont comparables à 2016 et se situent à 3,28 millions de m², soit un niveau relativement faible. En stocks (projets annoncés à cinq ans par les promoteurs), le volume augmente légèrement (+ 7 % en surface).

Une fréquentation en baisse

Utilisant des capteurs installés sur 13 000 sites et analysant 2,5 millions données de fréquentation piétons par jour en France, l'Observatoire de la fréquentation des commerces Procos/[Stackr](#) remarque une nette érosion de la fréquentation des magasins depuis 2015, en passe de se stabiliser en 2017. La fréquentation dans les commerces spécialisés a ainsi poursuivi son recul l'an dernier (-1 %) mais, après des chutes de -6,1 % en 2016 et de -3,1 % en 2015, ce résultat représente cependant la plus faible baisse observée depuis cinq ans.

La province est la principale victime de ce repli, les commerces de centre-ville enregistrant une baisse de -2 % et ceux de périphérie une baisse de -0,7 %. Pour la première fois en cinq ans, le commerce parisien connaît en revanche une hausse de sa fréquentation, tant en centre-ville (0,7 %) qu'en périphérie (0,5 %). La région Île-de-France est d'ailleurs la seule à avoir connu une évolution positive en 2017. Le commerce en

www.businessimmo.com

Pays : France

Dynamisme : 23



[Visualiser l'article](#)

pieds d'immeuble (-1,2 %) et la galerie marchande (-0,8 %) connaissent un repli de leur fréquentation, alors que l'outlet center a gagné en popularité (2,6 %).