



Procos passe la fréquentation des magasins à la loupe

La Fédération du commerce spécialisé vient de créer un observatoire du trafic en magasin.

PROCOS scrute un peu plus attentivement la fréquentation des centres-ville, des centres commerciaux et des zones d'activités périphériques. La Fédération du commerce spécialisé vient, en effet, de développer un observatoire avec *Stackr* (également connu sous le nom *Easy Comptage*), une entreprise spécialiste du comptage de piétons, avec plus de 13.000 sites connectés à ses capteurs.

A travers ce partenariat, les deux acteurs cherchent non seulement à comptabiliser le trafic mais aussi à fournir aux enseignes une analyse de leur activité, en tenant compte des taux de transformation, du panier moyen des visiteurs ou encore de l'inflation, qui fait augmenter mécaniquement les chiffres de ventes. «*La fréquentation de chaque point de vente est, bien sûr, liée au flux passant devant un magasin, mais s'en différencie pour plusieurs raisons. Le taux de captation, c'est-à-dire la part du flux devant la boutique qui entre réellement dans le point de vente, la multifréquentation ou les horaires d'ouverture et de fermeture des points de vente sont autant d'éléments qui impactent la fréquentation des magasins et créent des écarts avec le flux passant*», soulignent les responsables de Procos.

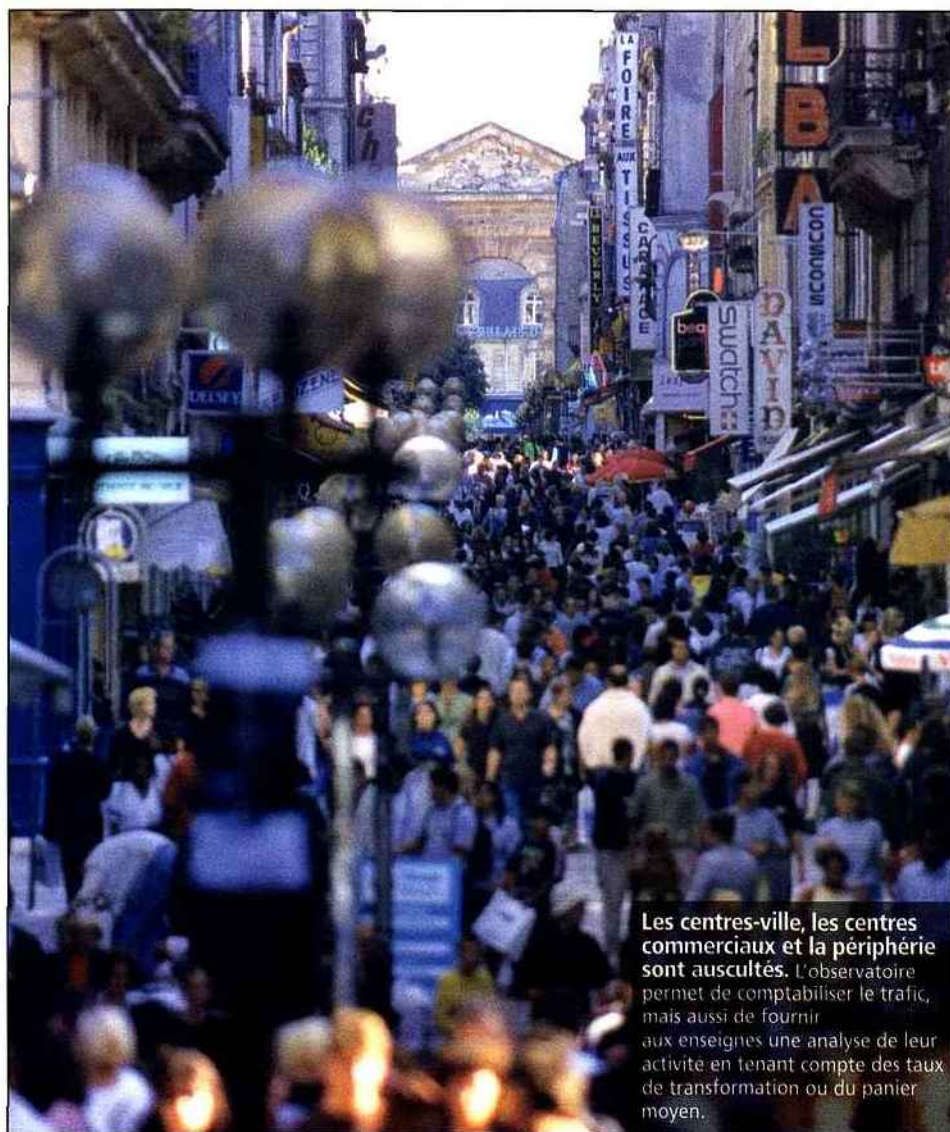
Les indicateurs mutualisés et anonymisés rassemblés dans cet observatoire se-

ront remis mensuellement aux adhérents de la Fédération. Ils leur permettront de comparer la variation d'un de leurs commerces au type de site commercial correspondant à son implantation.

En 2016, la fréquentation commerciale avait chuté en raison des attentats. En 2017, cette baisse s'est poursuivie, avec un taux de -1%. «*Cette baisse est cependant la plus faible observée depuis cinq ans, ce qui peut donner quelques motifs d'espoir.*» Tous les types de site ne connaissent pas les mêmes évolutions. Ainsi, la baisse de fréquentation est plus importante pour les commerces en pied d'immeuble et les centres-ville, notamment les plus petits d'entre eux (de 150 à 250 magasins). Elle touche également davantage les petites agglomérations que les grandes. A l'inverse, les galeries marchandes, notamment celles de périphérie, résistent mieux. Après la chute généralisée de 2016, la courbe s'inverse à Paris. Cette tendance sera-t-elle durable ?

TC Group Solutions, autre prestataire qui analyse le comportement du trafic piéton, note de son côté que les premières semaines de soldes dans la capitale ont été marquées par une diminution généralisée de ce trafic. Celui-ci a diminué de 1,54% par rapport à la même période de l'an dernier.

CATHERINE PETIT ●



Les centres-ville, les centres commerciaux et la périphérie sont auscultés. L'observatoire permet de comptabiliser le trafic, mais aussi de fournir aux enseignes une analyse de leur activité en tenant compte des taux de transformation ou du panier moyen.