



PROCOS LANCE UN OBSERVATOIRE DE LA FRÉQUENTATION

Faute de partage des données avec les propriétaires et du manque de statistiques en centre-ville, Procos crée un «Observatoire de la fréquentation des commerces». Le dispositif, annoncé jeudi dernier, consiste à mesurer avec une précision incontestable les flux et les entrées en magasins et à les regrouper par types de sites. Le but serait moins de peser sur les négociations immobilières que de disposer d'un outil d'exploitation performant. C'est en tout cas un gage de transparence dans un domaine d'une opacité historique. La première

livraison nous apprend d'ailleurs que sa baisse ressort d'un mal structurel : l'an dernier, le footfall des pieds d'immeubles a baissé de 1,6 % (sur - 7,2 % en 2016), quand celui des centres commerciaux affichait - 0,8 % (sur - 5,4 %) et celui des centres de marques + 2,6 % (sur - 3,3 %). La bonne nouvelle, c'est que les chiffres cessent de se creuser. Partout, le nombre de visiteurs a baissé de 1,3 % à 7,5 % depuis 2013, les plus affectés étant Paris (- 25,6 % cumulés), puis le centre-ville de province (- 23,5 %), la périphérie de province (- 14,3 %) et enfin la périphérie parisienne (- 12,5 %). La gestion du système, qui fera l'objet de publications régulières, a été confiée à la société Stakr, déjà fournisseur de 200 enseignes (dont 60 % adhérentes à Procos).

Fréquentation des sites France entière

Emplacement	2013	2014	2015	2016	2017
Pied d'immeuble	- 6,3 %	- 4,0 %	- 4,4 %	- 7,2 %	- 1,6 %
Galerie marchande	- 3,8 %	- 4,8 %	- 1,9 %	- 5,4 %	- 0,8 %
Village de marques	nd	nd	+ 0,2 %	- 3,3 %	+ 2,6 %

Source Procos