



Commerce de détail : 2017 termine à -0,2 %

Selon le panel de décembre de Procos (Fédération pour l'urbanisme et le développement du commerce spécialisé), l'activité du commerce de détail est en baisse de -1,4 % par rapport à un bon mois de décembre 2016 (+2 %).

En conséquence, le cumul final de l'année 2017 se termine à -0,2 % (+0,2 % en 2016). Sur le mois de décembre, l'équipement de la maison connaît un mois en retrait (-3,4 %) tout comme l'équipement de la personne (-1,8 %) et l'hygiène-santé-beauté (-1,1 %). Les centres-villes connaissent les moins bonnes performances, avec -3,8 %, alors que les centres commerciaux de centre-ville résistent mieux (-1,1 %). La périphérie est en baisse (-0,1 %). En cumul annuel, l'activité de périphérie est légèrement meilleure que celle du centre-ville (0 % contre -0,6 %).

Par ailleurs, Procos annonce la création de "l'Observatoire de la fréquentation des commerces", en partenariat avec [Stackr](#). Il a pour vocation de suivre la fréquentation des différentes polarités commerciales (centres commerciaux, rues...). En 2017, la baisse de

fréquentation se poursuit (-1 % contre -6,1 % en 2016) confirmant que cette tendance est structurelle. Le repli est plus fort pour les commerces en pieds d'immeuble et les centres-villes. Il touche également davantage les petites agglomérations que les grandes. En outre, pour 2018, l'INSEE prévoit un niveau de croissance du PIB à 1,9 %, une inflation contenue et un emploi favorable.



Cependant, la hausse du pouvoir d'achat devrait se limiter à +0,2 %, pénalisée par les augmentations des prix des carburants et de la CSG. De plus, 2018 devrait connaître la poursuite des mouvements de transformation, les rapprochements entre

opérateurs, la construction de groupes hybrides forts à la fois d'un parc de magasins adaptés aux conditions de marché et d'une présence croissante sur Internet, ainsi que la consolidation d'une stratégie omnicanale en cours de renforcement. Les ventes online continueront de croître, mais le poids des acteurs "brick and mortar" dans les ventes par Internet augmentera et

la division des canaux de vente sera de moins en moins visible au fur et à mesure du développement du "click and collect". Enfin, en 2017, le volume de surfaces commerciales autorisées est en baisse de 14,8 % par rapport à 2016, à 1 428 142 m². Le format "retail park" représente 65 % des

volumes autorisés. Le stock de surfaces commerciales projetées à cinq ans par les promoteurs progresse depuis trois ans (+7 %), mais il demeure très en deçà des niveaux enregistrés en 2009 (-35 %) et inférieur à 2015 (-8 %).