

L'événement

Les obsessions du commerce en 2025

L'année 2024 a été une nouvelle fois complexe pour le commerce. La consommation a toutefois tenu bon et le bilan est globalement positif, à part pour l'équipement de la maison. Les challenges restent néanmoins nombreux en 2025 pour aller chercher une croissance durable.

LES PRIORITÉS

- **Pousser** la loi de simplification, qui comprend la mensualisation des loyers.
- **Militer** pour supprimer les distorsions de concurrence avec les plates-formes chinoises.
- **Transformer** l'offre et les lieux de commerce pour s'adapter aux nouvelles attentes des consommateurs.
- **Mettre en œuvre** la transition environnementale avec pragmatisme.

En 2024, le commerce a encore été chahuté par le contexte économique, géopolitique et météorologique. Les consommateurs ont continué à faire des arbitrages dans leur consommation et ont été plus que jamais focalisés sur les prix. Pourtant, malgré ces vents contraires, le secteur a fait preuve de résilience. « Dans un tel contexte défavorable, nous aurions pu connaître une baisse de la consommation bien plus forte que ce qu'elle a été en réalité, observe Emmanuel Le Roch, délégué général de Procos, la Fédération pour la promotion du commerce spécialisé. Les Français n'ont pas renoncé à se faire plaisir. » L'année a été finalement plutôt correcte pour les commerçants, selon les bilans des différentes fédérations.

Du côté des bons élèves, les acteurs de la beauté affichent de fortes hausses de chiffre d'affaires avec des enseignes telles qu'Adopt' et Aroma-Zone, qui développent fortement leurs réseaux. Tout comme le secteur cadeaux-culture-jouets, qui connaît une belle dynamique, soutenu notamment par les performances des spécialistes du jouet. De même, le textile, après des années de recul, a vu ses ventes progresser entre 0,1 % et 0,3 %, selon les estimations des panels de l'Alliance du commerce, de l'Institut français de la mode (IFM) et de Procos. Ce n'est pas

l'euphorie bien sûr, et il y a encore des enseignes fragiles. Les acteurs de la mode représentant 40 % des enseignes qui ont fait l'objet de procédures judiciaires l'an passé. Mais la situation s'améliore. « Le commerce de mode relève la tête et retrouve l'équilibre », se réjouit Bernard Cherqui, président de l'Alliance du commerce et directeur général de Mondial Tissus.

Un gouffre entre les faits et le ressenti

Le seul secteur vraiment en difficulté est celui de l'équipement de la maison. Le marché de l'immobilier étant à l'arrêt, les Français ne changent pas de logement et ont donc moins besoin d'équiper ou de rénover leur habitat.



GETTY IMAGES - MONTAGE LSA

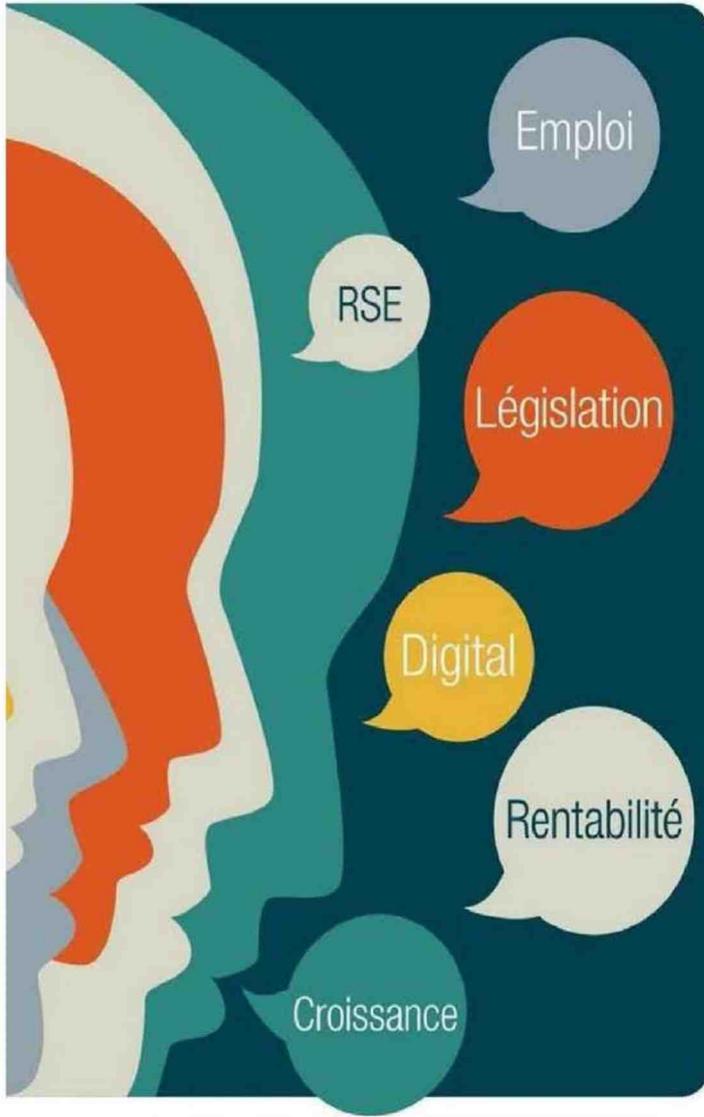
Certains acteurs du secteur estiment que les réglementations sont trop complexes et demandent une « pause normative ».



PIERRE GONZALES/FACT

« Les sites commerciaux participent au dynamisme des territoires, au lien social et au renouveau du commerce. Des atouts que n'ont pas certaines plates-formes qui créent une concurrence déloyale. »

Marie Cheval, présidente de la Fact



L'événement

10,64%

Le taux de vacance commerciale en 2024
versus 9,73% en 2023

-1,6%

L'évolution du taux de fréquentation des magasins
du commerce spécialisé en 2024 vs 2023

Sources : Codaifa, Procos

Malgré ce bilan honorable, les distributeurs abordent de façon prudente 2025. La baisse des taux d'intérêt et de l'inflation sont a priori favorables à la consommation et à l'investissement des ménages. Mais il y a les faits, et il y a la perception des Français. Ainsi, selon une étude Bonial, ceux-ci estiment que les prix ont augmenté de 16% en 2024, alors qu'en réalité ils n'ont crû que de 1,3%, selon l'Insee! «*La croissance de la consommation devrait être faible cette année*», prédit Emmanuel Le Roch.

Le photovoltaïque dans le viseur

Au-delà des préoccupations propres à chaque secteur, un certain nombre de sujets communs demeurent prioritaires pour le commerce. Tous, y compris les bailleurs, souhaitent notamment que le projet de loi de simplification de la vie économique soit enfin voté. Pour rappel, le texte prévoit, entre autres, la mensualisation des loyers tant attendue par les commerçants. Ce projet de loi, déjà adopté par le Sénat, devrait être soumis au vote de l'Assemblée nationale au printemps. «*Nous aimerions aussi une forme de pause normative. Nous devons déjà faire face à de nombreuses réglementations dont les mises en application sont très complexes, notamment parce que les décrets d'application mettent un temps fou à suivre le vote de la loi et surinterprètent la loi*», déplore Christophe Noël, délégué général de la Fédération des acteurs du commerce et des territoires (Fact).

Dans la ligne de mire des fédérations : l'article 40 de la loi Aper (Accélération de la production d'énergies renouvelables) sur le développement du photovoltaïque sur les parkings. «*Le décret d'application empêche, en raison d'une lecture extensive de la loi, toute utilisation des*



L'événement

Concurrence

■■■■■ *parkings pour d'autres projets de réaménagement, pourtant essentiels à la transformation des villes», regrette Christophe Noël. Onze fédérations ont engagé un recours devant le Conseil d'État. «Il faut rendre plus réalistes certaines obligations telles que la mise en œuvre du décret tertiaire ou les obligations en termes de CSRD [Directive relative à la publication d'informations en matière de durabilité, NDLR] par les entreprises, d'énergie renouvelable, et assouplir les obligations trop souvent excessives et complexes pour la majorité des assujettis. Les enseignes ont parfaitement conscience des enjeux, notamment environnementaux. Elles souhaitent contribuer aux démarches favorables et transformer leurs modèles, mais dans des cadres qui ont du sens», réaffirme Emmanuel Le Roch.*

Mode, meubles et jouets attaqués

Autre obsession des fédérations : défendre l'équité entre toutes les formes de commerce. Shein et Temu sont visés. Ces trois dernières années, ces plates-formes chinoises ont pris un poids considérable dans la mode. En se basant sur des données Euromonitor, l'IFM estime qu'elles ont réalisé près de 1,2 milliard d'euros de chiffre d'affaires en textile-habillement sur le marché français en 2024. Shein aurait une part de marché de 3 %, contre moins de 2 % en 2021. «Si on fait l'hypothèse d'un prix moyen à 10 € pour Shein, le distributeur chinois serait le leader en termes de volumes vendus», assure Gildas Minvielle, directeur de l'observatoire économique de l'IFM. Selon l'institut, 35 % des consommateurs ont déjà acheté des articles chez Shein. «Ces plates-formes prennent des parts de marché sans créer d'emplois en France et sans être soumises aux réglementations et taxes qui s'imposent à tous les acteurs du commerce. L'impact environnemental, social et concurrentiel de leur développement soulève de nombreuses préoccupations», souligne Christophe Noël.

Et il n'y a pas que le marché de la mode qui est touché. Les acteurs du meuble et ceux du jouet sont aussi inquiets. «Simultanément confrontés à un marché intérieur atone et à un protectionnisme douanier américain accru, les producteurs chinois d'ameublement sont soutenus par leur gouvernement pour trouver des débouchés alternatifs par un développement agressif et déloyal de leurs exportations à destination de l'Europe via quelques sites de vente en ligne chinois», accuse L'Ameublement français. Selon cette fédération, les importations de produits finis d'ameublement en provenance

Des enseignes qui sont obligées de renouer avec la rentabilité...

Selon Newmark, 43 enseignes ont fait l'objet de procédures judiciaires (sauvegarde, redressement et/ou liquidation) en 2024. C'est moins qu'en 2023 (49 enseignes), mais cela reste élevé. Les défaillances risquent de se poursuivre cette année. D'ailleurs, l'enseigne d'ustensiles de cuisine Alice Délice a été placée en redressement judiciaire début février. Beaucoup se concentrent sur la rentabilité et rationalisent leurs réseaux. C'est le cas des Galeries Lafayette qui ferment leurs deux magasins marseillais.



Alice Délice a été placée en redressement judiciaire par le tribunal de commerce de Lille Métropole, en février.

+1,3%

L'évolution du CA
des centres
commerciaux en 2024

Source : panel Fact

de Chine ont progressé en valeur de 10 % sur les dix premiers mois de 2024 vs la même période en 2023, alors que le marché français a régressé de 5,6 % sur la même période. En volume, leur gain est de 22 %. La fédération constate que les prix pratiqués par ces acteurs sont plus agressifs et ont baissé de 10 %, pour se retrouver à un niveau équivalent à 2019 alors, que sur la même période au niveau mondial, les prix ont augmenté d'au moins 25 %, surtout à cause de l'inflation des cours des matières premières. «De nombreuses infractions aux réglementations européennes et françaises de ces sites sont constatées : pratiques commerciales



SYLVIE HUMBERT

« Les concepts vieillissent plus vite qu'autrefois. Les enseignes doivent se transformer pour ne pas être dépassées, mais je reste positif quant à la capacité du commerce à se réinventer. »

André Tordjman, président de Procos

... et d'autres qui doivent trouver des moyens pour rester dynamiques

Sur des marchés compliqués, des acteurs surperforment quand même, comme Action, Du Bruit dans la cuisine ou Ikea. Pour croître, ils doivent prendre des parts de marché, notamment en développant leurs réseaux. Ainsi, Kiabi, en croissance d'environ 5% alors que le marché textile est atone, veut inaugurer une vingtaine de magasins dans les deux prochaines années. Maxi Zoo, avec un CA 2024 à +12% sur un marché à +2%, a prévu 60 ouvertures cette année. Et 91% des adhérents Procos disent vouloir ouvrir des points de vente en 2025.



DAVIDA GROSSMANN / KIMBI

illégales, non-respect du RGPD [Règlement général sur la protection des données, NDLR], non-respect des réglementations environnementales et violation de la propriété intellectuelle», liste L'Ameublement français.

Du côté du jouet, ce sont les vendeurs tiers des marketplaces, dont celles des plates-formes chinoises, qui inquiètent. Selon une enquête réalisée par les fédérations européennes, 86% des jouets achetés auprès de ces vendeurs ne respectent pas les normes et 80% sont même dangereux pour les enfants. Les fédérations demandent que les plates-formes internationales soient soumises aux mêmes exigences réglementaires et fiscales et qu'elles soient contrôlées. Elles exigent aussi la fin de l'exonération de droits de douane pour les produits d'une valeur inférieure à 150 euros. L'Europe l'envisage en 2028. Mais « si on attend trois ans, ce sera trop tard : on sera tous morts », confie un distributeur. La bonne nouvelle est que le gouvernement français semble avoir pris conscience du problème. « Nous portons notre voie auprès de la Commission européenne pour accélérer la réforme de l'union douanière au sujet de la taxation des

Après des années de recul, le textile se redresse. Kiabi se porte bien et veut ouvrir une vingtaine de magasins d'ici deux ans.

+12%

L'évolution des dépenses des Français sur **Shein** en 2024

+11%

L'évolution des dépenses des Français sur **Temu** en 2024

Source : Circana

colis pour les plates-formes étrangères et pouvoir agir dès 2026. C'est complexe, car il faut faire intervenir les 27 États», a expliqué Véronique Louwagie, ministre déléguée chargée du Commerce, de l'Artisanat, des PME et de l'Économie sociale et solidaire, lors de la présentation du bilan de la Fevad, la Fédération du e-commerce et de la vente à distance, le 13 février. Quant au respect des normes, « ce qui est interdit hors ligne doit l'être en ligne. C'est pourquoi j'ai déjà demandé à la DGCCRF une hausse des contrôles », a annoncé par ailleurs la ministre.

Un parc rationalisé mais pas immobile

Autre priorité des enseignes cette année : continuer la transformation des magasins et des sites commerciaux pour que les consommateurs aient envie de venir. Selon Procos, qui évalue le nombre de clients entrant dans les magasins du commerce spécialisé, la fréquentation a baissé en 2024. Selon la Fact, qui évalue les flux de visiteurs dans les centres ou les rues commerçantes, la fréquentation est en hausse. « Chaque jour, 7 millions de Français passent la porte d'un centre commercial. Le chiffre d'affaires des commerçants dans les centres a augmenté de 1,3% en 2024. Ces résultats positifs mettent en lumière la puissante transformation de nos sites, commencée il y a plusieurs années et qui va se poursuivre », indique Marie Cheval, présidente de la Fact et PDG de Carmila. Selon Codata, la vacance a augmenté l'an passé en centre-ville et dans les zones commerciales. Pour les acteurs du commerce, il est important de poursuivre les projets qui ont été mis en œuvre via les plans Action cœur de ville ou celui sur la transformation des zones commerciales afin de lutter contre ce fléau. Du côté des commerces, si, pour des raisons de rentabilité, les enseignes ont eu tendance à rationaliser leurs parcs ces dernières années, elles ouvrent tout de même de nouveaux points de vente et rénovent leurs magasins existants. « Prenez les grands magasins centenaires, est-ce qu'une enseigne d'aujourd'hui aura la même longévité ? Je ne le pense pas. Les concepts vieillissent plus vite qu'autrefois. Pratiquement toutes les enseignes sont confrontées à ce sujet-là. Elles doivent se transformer pour ne pas être dépassées, mais je reste positif quant à la capacité du commerce à se réinventer », déclare André Tordjman, président de Procos et dirigeant Du Bruit dans la cuisine. Mais pour se transformer, il faut avoir la capacité d'investir. Un défi quand les ventes sont poussives. ■

MIRABELLE BELLOIR