

Le chiffre d'affaires des centres commerciaux résiste à - 0,9% sur l'année 2016, selon le CNCC

DANIEL BICARD |

CNCC (Conseil National des Centres Commerciaux), Magasins & Enseignes, Centres commerciaux

Publié le 08/02/2017

La consommation des ménages a été fortement perturbée, en 2016, par les attentats terroristes et le climat sécuritaire défavorables au tourisme, par les dérèglements météorologiques et les mouvements sociaux. Pourtant l'impact sur les centres commerciaux est resté circonscrit aux sites de cœur de villes historiques (-6%). Si le secteur de l'équipement de la personne a été le plus atteint (-3,8%), de même que l'équipement du ménage (-2,3%) et l'alimentation-restauration (-0,2%), en revanche, l'offre de divertissements (dont cinémas) a résisté (+9%), tout comme la santé-beauté (+1,9%) et le secteur culture-cadeaux-loisirs (+0,9%).



Les centres intercommunaux ont été les plus épargnés par les perturbations sécuritaires, sociales et météorologiques de 2016 (ici le centre l'EssenCiel de Dinard-Pleurduit (35))

Et pourtant, ils résistent ! C'est ce que le Conseil National des Centres Commerciaux (CNCC) tient à souligner dans son communiqué titré "**Année 2016 : en dépit de facteurs conjoncturels défavorables, les centres commerciaux font preuve de résilience**". Une année où les perturbations n'ont certes pas manqué pour altérer la consommation des ménages. **En mai-juin 2016**, la France subissait des **mouvements sociaux**. En **juillet**, le pays était traumatisé par **les attentats de Nice**. Sans parler d'une **météo en opposition de phases** avec les moyennes saisonnières "normales", des plus délétères sur les ventes textiles. Ni de la **baisse de fréquentation touristique** historique, notamment liée au climat sécuritaire des grandes villes. Autant d'impacts focalisés sur **les ventes d'équipement de la personne** et **les centres commerciaux de centre-ville**. "*Ces derniers ont en effet été particulièrement touchés et leurs sous-performances ont eu un impact fort sur l'ensemble du secteur*" commentent les experts du CNCC.

Stabilisation jusqu'en juin

Malgré ces événements, "*les centres commerciaux dans leur ensemble ont réussi à **stabiliser leurs chiffres d'affaires jusqu'en juin** et sont parvenus à contenir la baisse sur le second semestre pour terminer à **- 0,9%** sur le cumul de l'année 2016*" précise la note du CNCC. En rappelant que les **achats click & collect, en forte progression** pour certaines enseignes de biens culturels ou d'habillement, ne sont pas pris en compte dans ce chiffre. "*De plus, l'évolution du chiffre d'affaires des enseignes des centres commerciaux est calculée à périmètre comparable, c'est-à-dire hors progression des centres rénovés ou ayant fait l'objet d'extension depuis moins de 2 ans*".

	INDUSTRIE DES CENTRES COMMERCIAUX	CENTRES D'ATTRACTIONS RÉGIONALES	CENTRES INTERCOMMUNAUX	CENTRES DE CŒUR DE VILLE HISTORIQUE
Indice centres	99,1	99,9	100,0	94,0
Indice alimentation et restauration	99,8	100,0	99,9	97,4
Indice équipement de la personne	96,2	97,2	95,3	92,4
Indice équipement du ménage	97,7	102,9	93,1	75,4
Indice culture, cadeaux, loisirs	100,9	101,8	102,9	96,4
Indice beauté & santé	101,9	102,4	103,1	95,3
Indice services	99,3	96,3	105,2	95,1
Indice divertissements	109,0	105,1	118,7	NS

NS : Non-significatif (moins de 5 boutiques)

Source : CNCC – Indices annuels 2016

Plus de 3 milliards de visites par an

L'examen du tableau récapitulatif du CNCC – ci-dessus – montre (en retraduisant l'écart à l'indice 100 en évolution) que **les centres de cœur de villes historiques** ont le plus souffert, avec une activité à **- 6%**. Concernant les secteurs, on remarquera que les **divertissements** (dont cinémas) ont, de loin, le mieux résisté à indice **+ 9%**. De même que la **santé-beauté** à **+1,9%** et le secteur **culture-cadeaux-loisirs** à **+ 0,9%**. Alors qu'à l'inverse, **l'équipement de la personne** a subi une **baisse de 3,8%**, spécialement dans les centres de **cœur de villes historiques** (**- 7,6%**). **L'équipement du ménage** a globalement régressé de **2,3%** et **l'alimentation-restauration** de **0,2%** (avec un impact certainement plus fort en restauration). Mais, finalement "*en renforçant leurs mesures de sécurité, en renouvelant en permanence leur offre commerciale et en dynamisant leur communication, les centres commerciaux continuent à démontrer leur capacité à générer des niveaux élevés de trafic, soit plus de 3 milliards de visites par an. Au bénéfice des commerçants et des consommateurs*", conclut le communiqué du CNCC.