



Après le confinement, le rebond! nos prévisions 2020 pour le commerce

MISE A JOUR AU 10 juin 2020

LILLE

23, rue de la Performance
59650 Villeneuve-d'Ascq
+33 (0)3 20 81 58 20

PARIS

18 rue Gérando
75009 Paris
+33 (0)1 44 85 01 86

DUBAÏ

Parkside Retail Level
DUBAI – U.A.E
+971 (0) 52 961 8840

Les 5 infos à retenir

-57 Milliards €

c'est le chiffre d'affaires de manque à
gagner par le commerce
durant les 5 premiers mois de 2020

-95 à -100 Milliards €

de chiffre d'affaires qui seront perdus par le
commerce
en 2020

+6 Milliards €

de chiffre d'affaires qui seront gagnés par
les commerces alimentaires
en 2020

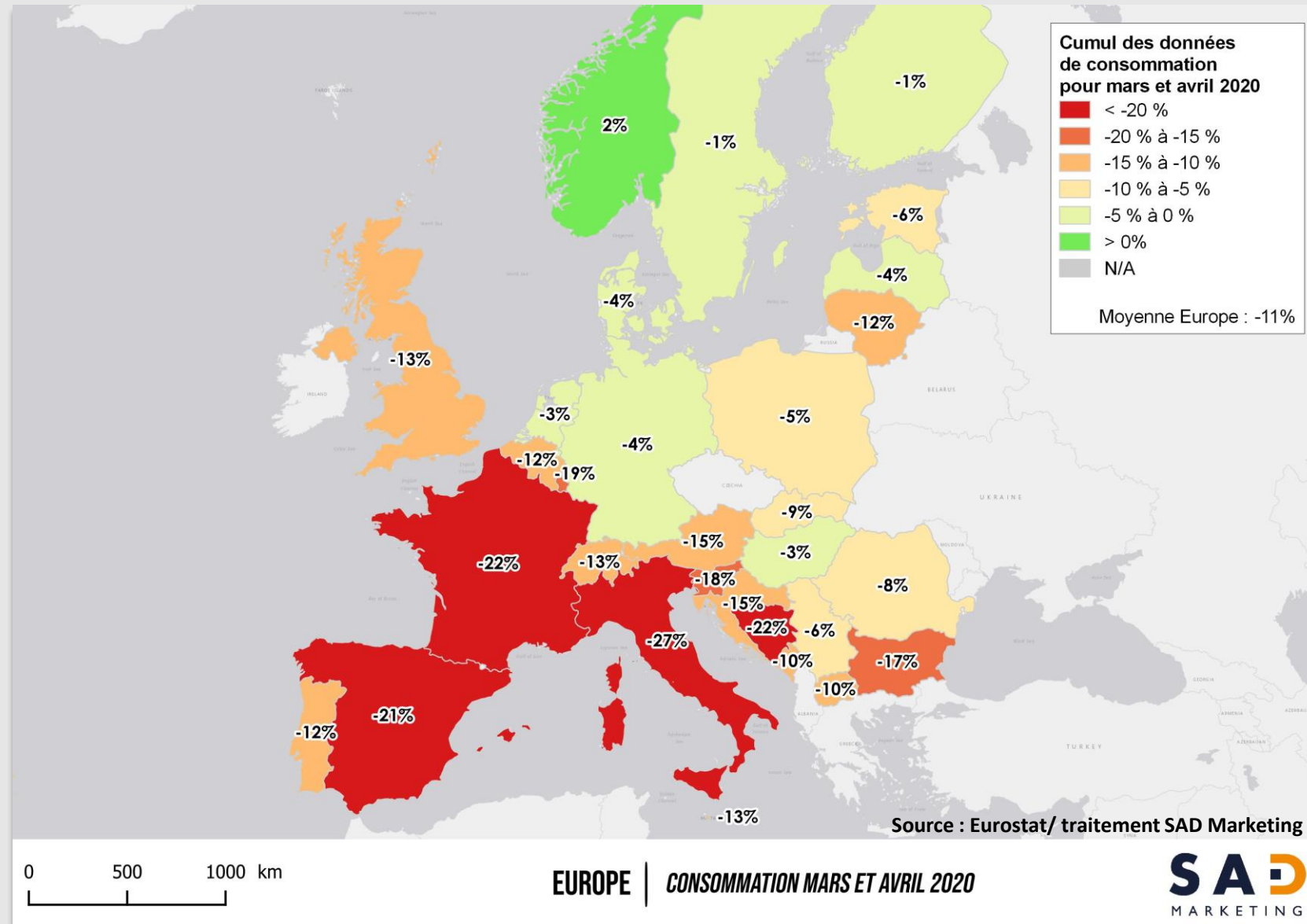
**Les secteurs les plus touchés
en valeur en 2020**

Restauration (-20Mds€),
Automobile (-17Mds€)

**Les secteurs les plus touchés
en % en 2020**

Parc d'attraction (-69%),
Hôtellerie (-49%), Cinéma (-45%)

La France est le pays le plus touché par la chute de la consommation en mars et avril, juste derrière l'Italie



La rigueur du confinement mis en place explique la chute de la consommation

Les chercheurs de la Blavatnik School of Government de l'Université d'Oxford ¹ ont construit un indicateur mesurant la rigueur des réponses gouvernementales, l'indice allant de 0 à 100 (rigueur maximale). Celles-ci sont très différentes d'un pays à l'autre

Il existe un lien très net entre la sévérité des mesures prises et la chute du chiffre d'affaires du commerce en mars et avril.

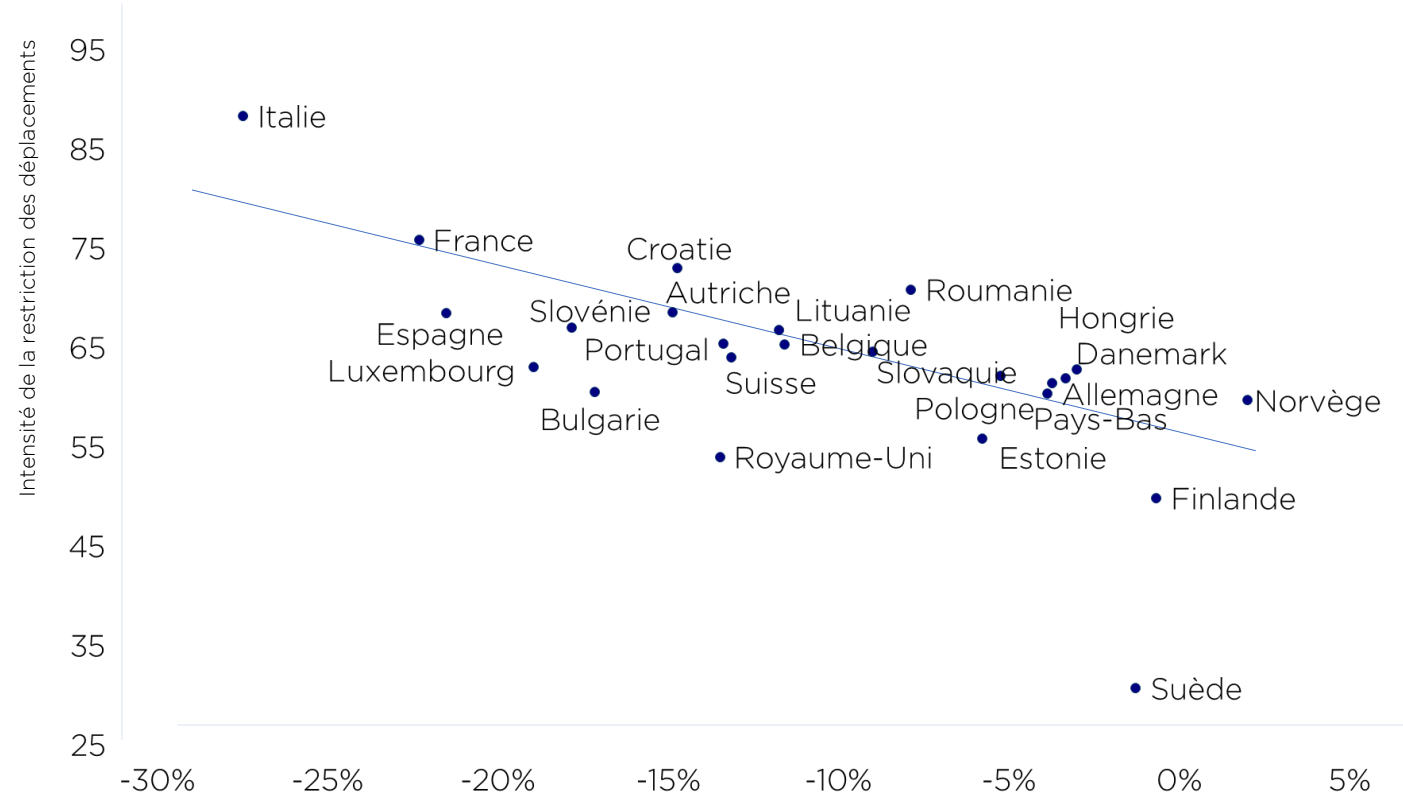
Ainsi l'Italie, qui a l'indice de restriction le plus élevé en mars avril (87) est aussi le pays qui connaît la plus forte chute du chiffre d'affaires dans le commerce. Suivent la France, et l'Espagne.

A contrario, la Suède n'a pratiquement pas confiné sa population et a un taux de croissance légèrement négatif.

La Norvège est remarquable, étant le seul pays européen à avoir une croissance positive en mars avril avec un niveau de confinement moyen.

¹ <https://www.bsg.ox.ac.uk/> Nous avons retenu ici le critère de restriction des déplacements

Evolution du chiffre d'affaires du commerce en mars-avril 2020 et intensité du confinement



Evolution du Chiffre d'affaires tous commerces mars avril 2020 / 2019

Au cours des 5 premiers mois 2020, le manque à gagner pour le commerce est de 57 Mds€ de chiffre d'affaires (-23%)

3 secteurs concentrent 63% de la perte : la Restauration (-13Mds€), l'Automobile (-11,8Mds€) et l'Equipement de la maison (-11,5Mds€)

Marchés Janvier à Mai 2020	Sans confinement en M€	Avec confinement en M€	Gain ou Perte en M€	Gain ou Perte en %
Alimentaire	78 561	83 718	5 157	7%
Restauration	27 769	14 756	-13 013	-47%
Eqt Personne	18 353	10 897	-7 456	-41%
Eqt Maison	33 107	21 644	-11 462	-35%
Culture-Loisirs	25 867	18 051	-7 816	-30%
Beauté-Santé	13 514	10 238	-3 275	-24%
Hebergement	7 693	3 665	-4 029	-52%
Loisirs Spectacles	1 483	641	-842	-57%
Services	3 814	2 176	-1 638	-43%
Automobile	34 963	23 151	-11 812	-34%
TOTAL	245 123	188 937	-56 186	-23%

Un retour progressif mais réel des consommateurs

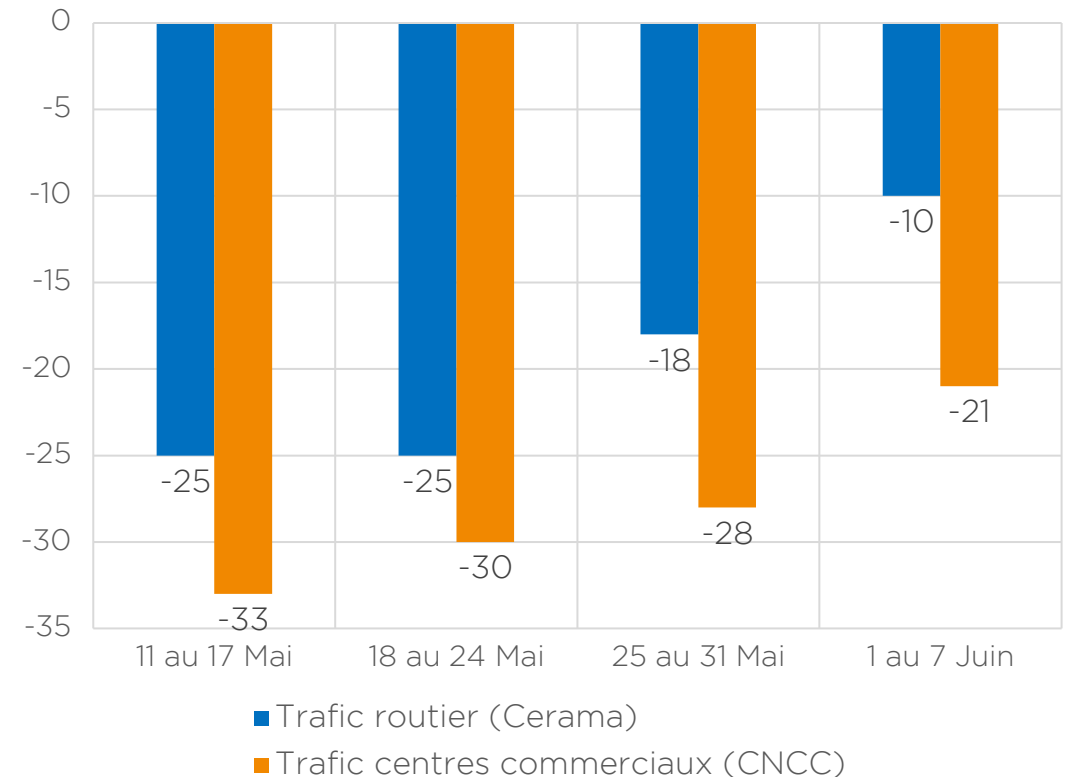
La reprise après le 11 mai est graduelle, liée aux contraintes de distanciation sociale et au ralentissement des dépenses des ménages compte tenu des incertitudes économiques.

Certaines activités sont très vite reparties et elles concernent surtout l'équipement de la maison: jardinage, bricolage, meubles, électroménager, électronique,... Le sport, et en particulier le vélo est bien reparti ainsi que le jouet.

D'autres activités ont un rebond plus difficile, et en particulier l'équipement de la personne à l'exception notable de l'enfant. Les restaurants ont rouvert pour partie début juin avec également un retour mitigé des consommateurs.

Alors qu'au niveau national le trafic routier est revenu à un niveau de seulement -10% inférieur à celui d'avant crise, le retour en centre commercial est plus lent (-20 à -30%). Ce sont les retail parks qui bénéficient principalement du retour des consommateurs mais il est moins rapide dans les centres commerciaux et les centres-villes.

Evolutions en % du trafic routier et de la fréquentation des centres commerciaux



Le commerce: 95 à 100 Mds€ de manque à gagner en 2020

La prévision de chute est malheureusement terrible pour le commerce sur l'ensemble de l'année 2020 : **-15% soit 95Mds€ voire 100Mds€**. Le redémarrage de la consommation devrait être en « racine carrée »

Cette estimation est en totale cohérence avec celle de la Banque de France qui indique que « l'épargne des ménages sur l'ensemble de l'année 2020 serait (...) supérieure de 100 milliards d'euros à (ses) projections d'avant-crise. »¹

Sur l'année, c'est la restauration qui devrait payer le plus lourd tribut avec une chute de 35% puisque l'activité n'a pu redémarrer que partiellement le 2 juin.

L'automobile (voitures neuves, réparations et carburants), est le second secteur le plus impacté avec une perte de 17Md€ malgré les primes qui ont aidé au rebond de l'activité.

L'équipement de la maison connaît un redémarrage beaucoup plus rapide que ce que l'on pouvait craindre, contrairement à l'équipement de la personne.

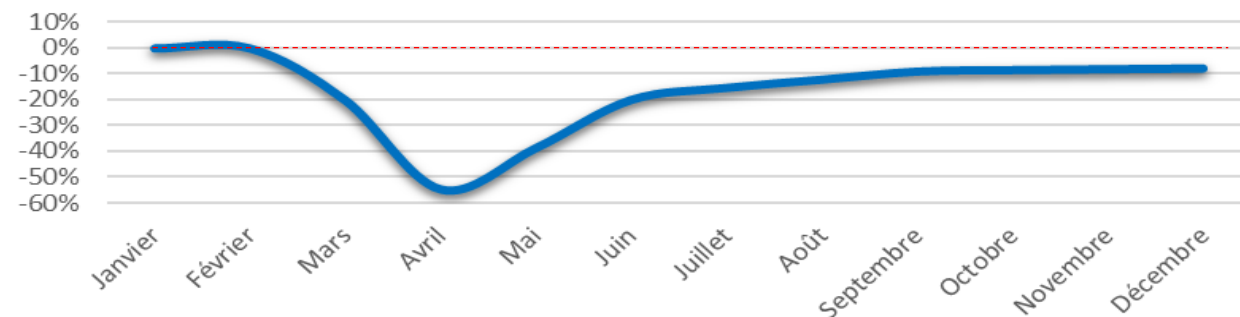
Aucun secteur, mis à part l'alimentaire, ne pourra sortir indemne de cette crise.

En relatif, les secteurs les plus touchés sont les loisirs spectacles (cinéma, parcs d'attraction) et l'hébergement commercial en particulier l'hôtellerie: peu de déplacements entre régions, télétravail, absence des touristes étrangers.

¹ Projections macroéconomiques pour la France - Banque de France - juin 2020

Marchés 2020	Sans confinement en M€	Avec confinement en M€	Gain ou Perte en M€	Gain ou Perte en %
Alimentaire	193 058	199 031	5 973	3%
Restauration	71 653	46 239	-25 413	-35%
Eqt Personne	47 997	35 929	-12 068	-25%
Eqt maison	79 215	65 456	-13 759	-17%
Culture-Loisirs	70 700	59 304	-11 396	-16%
Beauté-Santé	33 456	28 960	-4 496	-13%
Hebergement	21 299	11 465	-9 834	-46%
Loisirs Spectacles	3 939	2 072	-1 867	-47%
Services	9 460	5 908	-3 552	-38%
Automobile	86 561	69 488	-17 073	-20%
TOTAL	617 337	523 852	-93 486	-15%

Consommation totale - Prévision mensuelle 2020



L'ALIMENTAIRE : +3% sur l'année

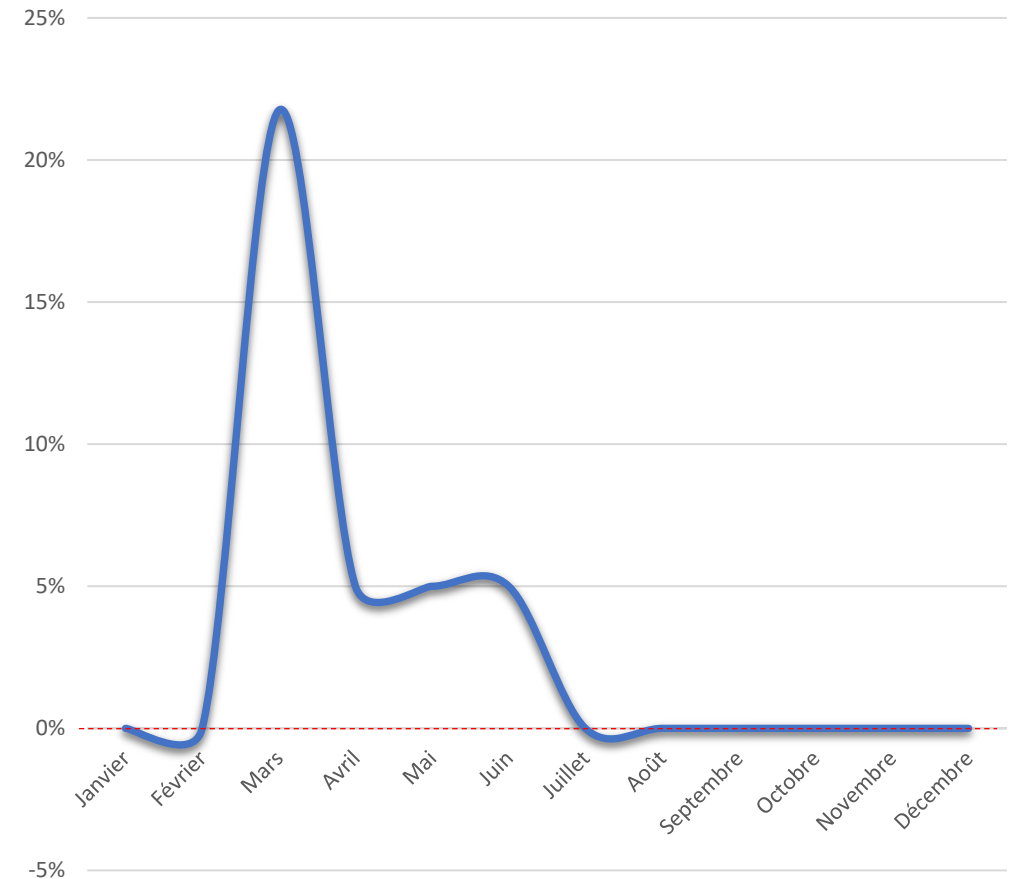
L'alimentaire est le grand gagnant du confinement. Avec l'arrêt de la restauration commerciale et collective ainsi que des achats de précaution, **l'alimentaire a progressé de 22% en mars et de 5% en avril et encore de 4% du 1^{er} au 10 mai.**

Les circuits privilégiés sont la proximité, les supermarchés et bien sûr le drive.

Le drive est le circuit gagnant avec une progression de 76% de son activité sur la période du confinement. Sa part de marché atteint maintenant 9,5% des achats alimentaires en Grandes Surfaces Alimentaires contre 6% avant mars.

Comme la restauration commerciale n'a pu rouvrir que le 2 juin, l'alimentaire a conservé un rythme de croissance dynamique après le déconfinement.

Alimentaire - Prévision mensuelle 2020



LA RESTAURATION : -35% sur l'année

C'est un des secteurs les plus touchés par le Coronavirus.

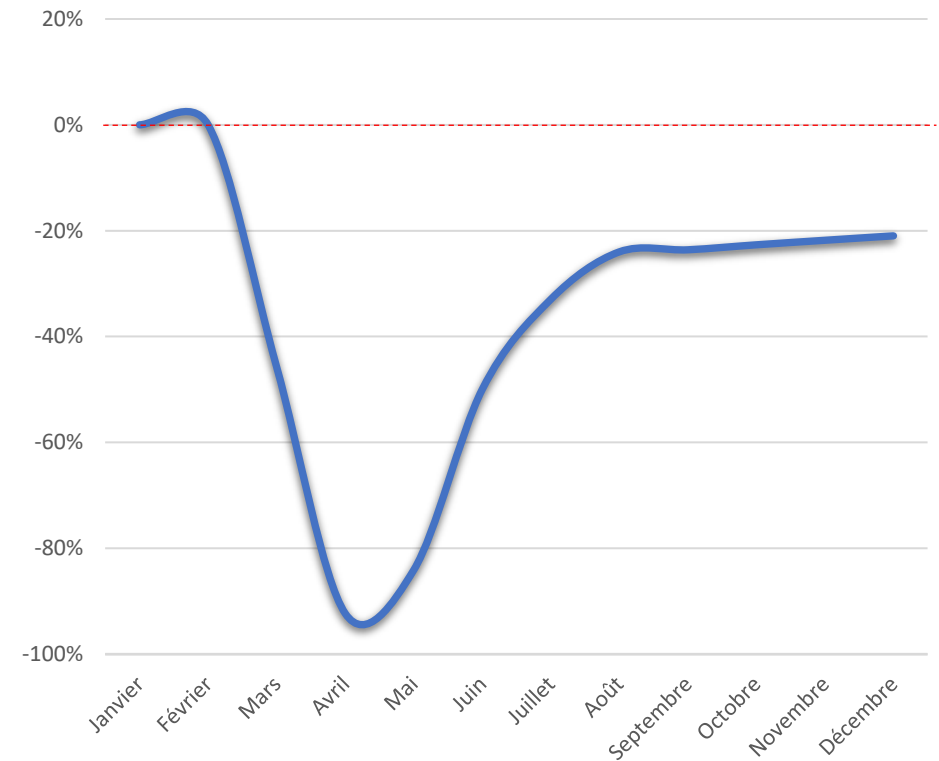
La manque à gagner pendant la période de confinement est de 8,9 Mds€ pour la restauration, bars et cafés et de 23Mds€ pour l'année 2020.

Les restaurants ont pu rouvrir totalement en zones vertes le 2 juin et uniquement en terrasse pour les zones rouges, ce qui les pénalisent très fortement.

Le respect de règles strictes et de le respect des distances sociales deviennent un critère pour les consommateurs mais elles sont une sérieuse entrave à la convivialité. Ces règles entraînent une perte pouvant aller jusqu'à 60 % de leur capacité d'accueil

De plus, la reprise risque d'être entravée par le recours encore très développé au télétravail, par la peur de la baisse du pouvoir d'achat et par l'absence des étrangers.

Restauration - Prévision mensuelle 2020



LA RESTAURATION : -35% sur l'année

Activité/secteur	janvier - mai 2020				Année 2020 complète			
	Marché sans confinement en M€	Marché avec confinement en M€	Gain/Perte en M€	Gain/ Perte en %	Marché sans confinement en M€	Marché avec confinement en M€	Gain/Perte en M€	Gain/ Perte en %
Restauration	18 925	10 151	-8 774	-46%	48 370	31 979	-16 391	-34%
Cafés Bars	4 263	2 065	-2 198	-52%	11 038	7 093	-3 945	-36%
Services des traiteurs	4 581	2 539	-2 041	-45%	12 245	7 167	-5 078	-41%
TOTAL RESTAURATION	27 769	14 756	-13 013	-47%	71 653	46 239	-25 414	-35%

L'EQUIPEMENT DE LA PERSONNE : -25% sur l'année

Le secteur, déjà fragilisé depuis 10 ans, est très affecté et plusieurs enseignes de premier plan se retrouvent en difficulté: Naf-Naf, Camaïeu, André, la Halle, Orchestra-Prémaman, Devianne, Un jour Ailleurs, Tie Rack ont été placées en redressement judiciaire. Ces enseignes cumulent 2,4Mds€ de chiffre d'affaires **soit 6% du marché de l'habillement en France**.

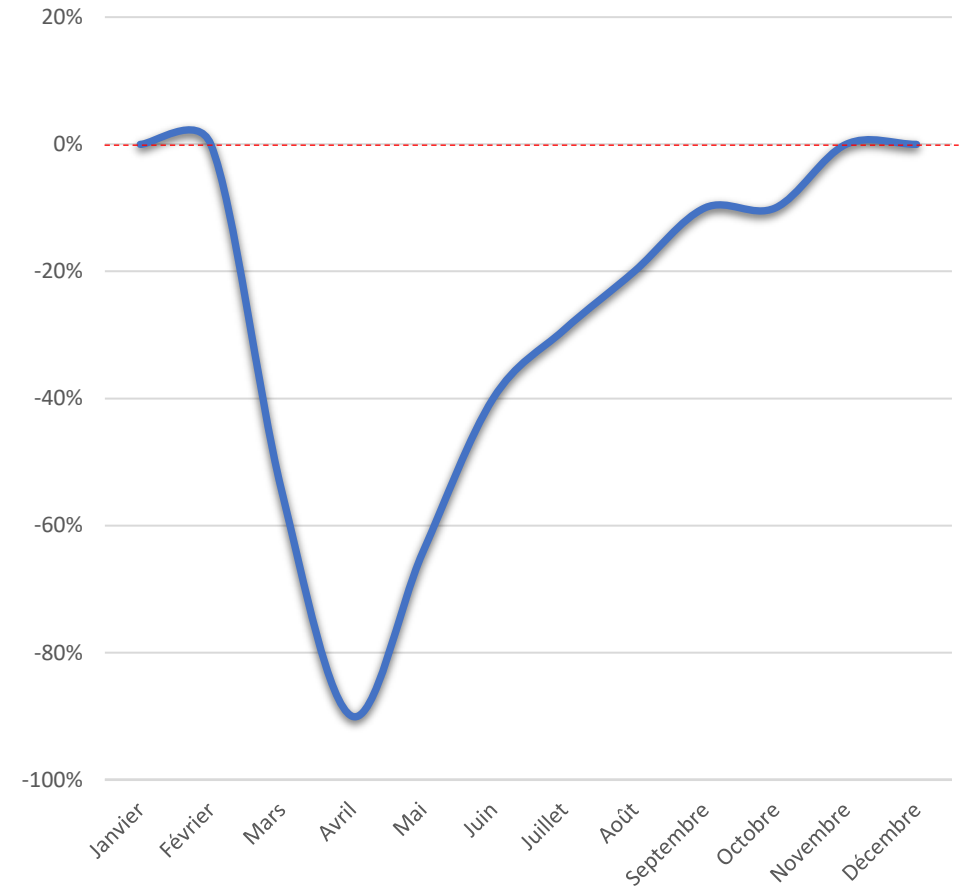
Le secteur a perdu 55% en mars et 82% en avril.

En mai, l'habillement enfant est très vite reparti alors que le textile adulte et la chaussure connaissent un redémarrage plus lent.

La réouverture est compliquée dans ce secteur à cause notamment de l'essayage. Les commerçants de l'habillement travaillent à des dispositifs stricts limitant le nombre de personnes présentes en même temps dans le magasin mais aussi pour minimiser les contacts des clients avec les produits. Le click and collect est une réponse efficace aux attentes des clients.

Mais c'est aussi le sourcing qui va poser problème car les pays producteurs sont très touchés par le coronavirus et la vague d'annulation de commandes.

Equipelement Personne -
Prévision mensuelle 2020



L'EQUIPEMENT DE LA PERSONNE : -25% sur l'année

Activité/secteur	janvier – mai 2020				Année 2020 complète			
	Marché sans confinement en M€	Marché avec confinement en M€	Gain/Perte en M€	Gain/ Perte en %	Marché 2020 sans confinement	Marché 2020 avec Confinement	Gain/ Perte annuelle en M€	Gain/ Perte annuelle en %
Habillement	13 600	7 998	-5 601	-41%	35 548	26 568	-8 980	-25%
Chaussure	3 418	2 073	-1 346	-39%	8 786	6 525	-2 261	-26%
Maroquinerie et d'articles de voyage	1 335	826	-509	-38%	3 663	2 836	-827	-23%
TOTAL EQUIPEMENT DE LA PERSONNE	18 353	10 897	-7 456	-41%	47 997	35 929	-12 068	-25%

L'EQUIPEMENT DE LA maiSON : -17% sur l'année

L'équipement de la maison est très vite reparti après le déconfinement.

En bricolage, le début 2020 était très bon mais la crise a été durement sentie par le secteur en mars (-49%) et avril (-62%) alors que ces magasins avaient été autorisés à rouvrir pendant le confinement.

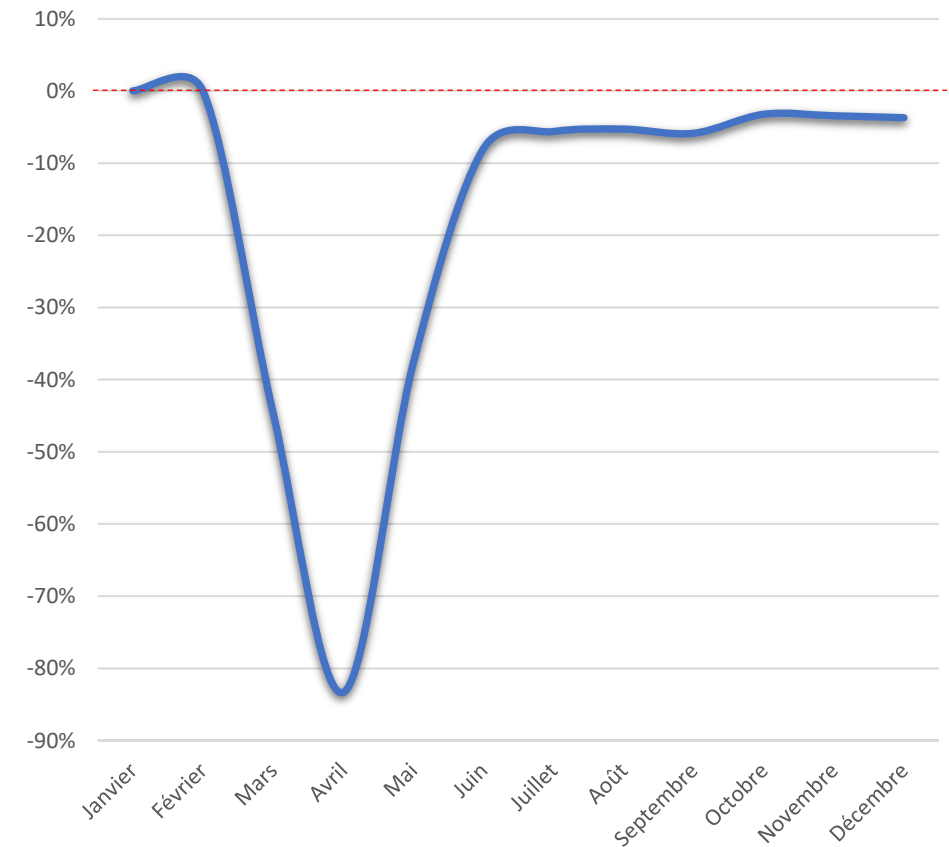
En revanche, les consommateurs sont revenus en mai, surtout après le déconfinement.

En meuble, si de nombreux magasins ont rouverts le 11 mai, il n'en a pas été de même pour le leader Ikea, 20% de parts de marché (ouverture le 25 mai) et pour Conforama (ouvertures progressives). Bonne surprise pour le secteur, les consommateurs sont vite revenus après l'ouverture.

En jardinage, la période du confinement était cruciale: entre mi mars et fin juin les jardineries réalisent 50% de leur chiffre d'affaires annuel. Comme les animaleries ont pu rester ouvertes et les jardineries ont pu rouvrir après 3 semaines de confinement, la saison est en grande partie sauvée même si selon les régions et les points de vente, les résultats sont très disparates.

Le rebond est fort dans le secteur du gros et du petit électroménager ainsi que de l'informatique.

Equipement de la maison - Préviation
mensuelle 2020



L'EQUIPEMENT DE LA maiSON : -17% sur l'année

Activité/secteur	janvier – mai 2020				Année 2020 complète			
	Marché sans confinement en M€	Marché avec confinement en M€	Gain/Perte en M€	Gain/ Perte en %	Marché 2020 sans confinement	Marché 2020 avec Confinement	Gain/ Perte annuelle en M€	Gain/ Perte annuelle en %
Bricolage	11 034	6 643	-4 391	-40%	26 416	21 911	-5 561	-21%
Meubles	5 824	3 673	-2 152	-37%	14 758	11 862	-3 858	-26%
TV Video informatique	5 994	4 267	-1 728	-29%	14 671	12 301	-3 467	-24%
Appareils électroménagers	4 055	2 844	-1 210	-30%	9 897	8 254	-2 381	-24%
Jardineries, animaleries	6 199	4 218	-1 981	-32%	13 473	11 128	-2 345	-17%
TOTAL EQUIPEMENT DE LA maiSON	33 107	21 644	-11 462	-35%	79 215	65 456	-13 759	-17%

LA BEAUTE SANTE : -13% sur l'année

Après avoir vu leurs ventes bondir au début du confinement, l'activité des **pharmaciens** s'est effondrée (-19% en avril). La mise en place du confinement a fait chuter le volume des ordonnances (-30% de visites chez les généralistes et -60% chez les spécialistes) et des ventes de parapharmacie.

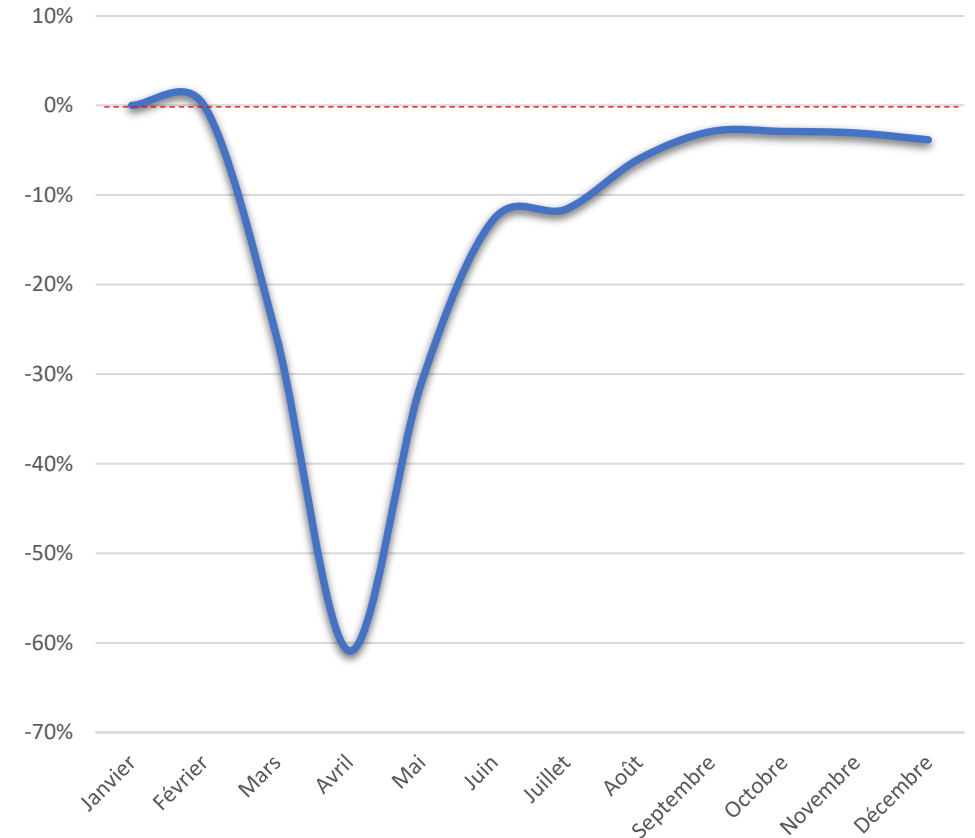
L'**optique** redémarre bien depuis le 2 mai mais l'année va nécessairement être difficile car on estime entre 2 et 3 Millions le nombre d'ordonnances n'ayant pas été délivrées pendant le confinement.

Le marché de la **parfumerie sélective** (hors marques propres des enseignes) connaît une tendance baissière depuis 3 ans. En 2019, le repli est de 1%. La fermeture des magasins a de lourdes conséquences sur les ventes de produits de beauté haut de gamme en France avec une baisse de 58% en mars et de 95% en avril. A Paris, le démarrage est plus lent en raison de l'absence des touristes étrangers et la réouverture fin mai des Grands Magasins.

Les 85.200 **salons de coiffure** fermés le 15 mars ont connu un bel engouement malgré les règles sanitaires qui limitent le nombre de clients simultanément.

Les **instituts de beauté**, totalement fermés pendant le confinement, vont être également fortement impactés (-28% sur 2020) par les 2 mois d'arrêt d'activité même si les clientes sont revenues en nombre.

Beauté-Santé - Prévision mensuelle 2020



LA BEAUTE SANTE: -13% sur l'année

Activité/secteur	janvier - mai 2020				Année 2020 complète			
	Marché sans confinement en M€	Marché avec confinement en M€	Gain/Perte en M€	Gain/ Perte en %	Marché 2020 sans confinement	Marché 2020 avec Confinement	Gain/ Perte annuelle en M€	Gain/ Perte annuelle en %
Optique	2 475	1 478	-997	-40%	6 171	4 613	-1 558	-25%
Pharmacie	6 385	6 017	-368	-6%	15 181	14 565	-616	-4%
Parfumerie	1 102	626	-476	-43%	3 258	2 440	-818	-25%
Coiffure	2 902	1 742	-1 159	-40%	7 201	6 042	-1 159	-16%
Soins de beauté	650	375	-275	-42%	1 646	1 300	-346	-21%
TOTAL BEAUTE-SANTE	13 514	10 238	-3 275	-24%	33 456	28 960	-4 496	-13%

CULTURE-LOISIRS: -16% sur l'année

Le marché du livre a connu un effondrement de 66% en valeur du 16 mars au 12 avril, les quatre premières semaines de confinement. A la sortie du confinement, les français ont racheté des livres : 11% en volume mais 2% entre le 11 et le 16 mai.

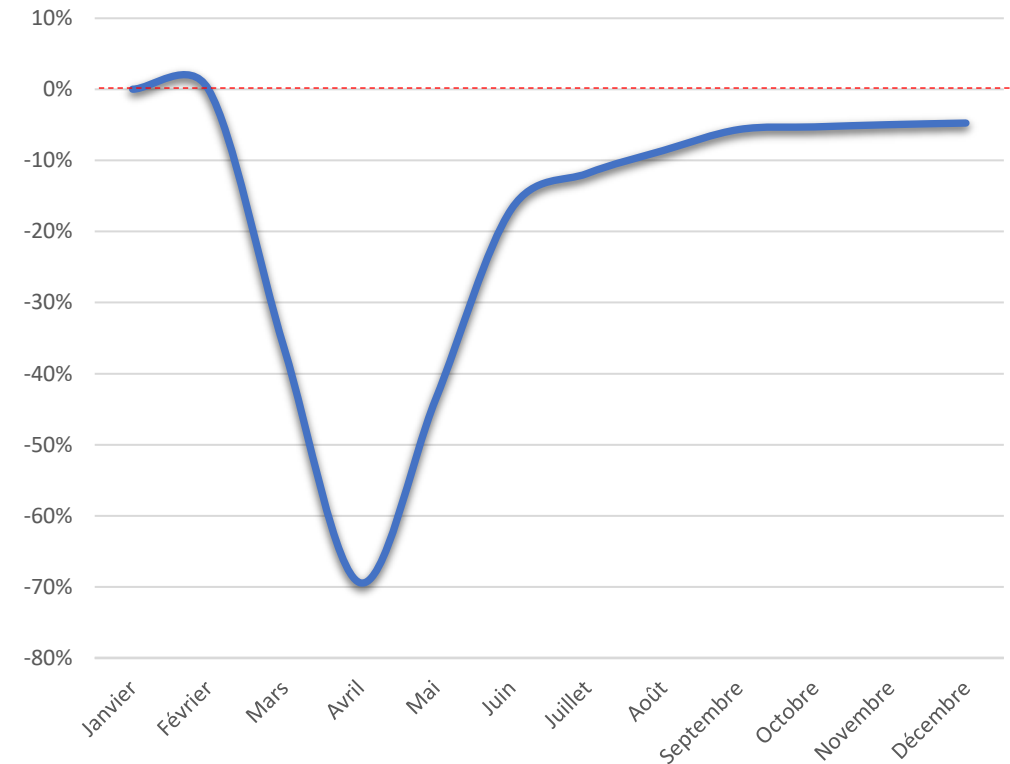
Le printemps est une période essentielle du marché **des articles de sport**. Les magasins auront perdu 1,2 Mds€ durant le confinement.

Très touchés par la crise, les jeux-jouets ont perdu 45% de chiffre d'affaires en mars et 94% en avril. mais la sortie du confinement a permis au marché de se redresser à +50% par rapport à 2019 (source NPD) et de récupérer ainsi 44% du chiffre d'affaires perdu. PicwicToys a néanmoins annoncé un plan de réorganisation qui prévoit la fermeture de 23 magasins.

L'Horlogerie Bijouterie a connu une belle année 2019 avec une progression de 2% de l'activité. Comme tous les commerces non alimentaires, le secteur est touché violemment par le confinement: -54% en mars et -92% en avril. Il va être particulièrement impacté par la baisse du tourisme international, et notamment chinois.

Les salles de sport ont pu ouvrir à partir du 2 juin en zone verte et elles ouvriront à partir du 22 juin en zone orange.

Culture-Loisir - Prévision mensuelle 2020



CULTURE-LOISIRS: -16% sur l'année

Activité/secteur	janvier – mai 2020				Année 2020 complète			
	Marché sans confinement en M€	Marché avec confinement en M€	Gain/Perte en M€	Gain/ Perte en %	Marché 2020 sans confinement	Marché 2020 avec Confinement	Gain/ Perte annuelle en M€	Gain/ Perte annuelle en %
Matériels de sport	3 654	2 468	-1 186	-32%	11 055	9 869	-1 186	-11%
Horlogerie et bijouterie	2 433	1 599	-833	-34%	6 788	5 250	-1 538	-23%
Journaux et magazines	2 405	1 397	-1 008	-42%	6 860	5 372	-1 488	-22%
Livres	1 294	819	-475	-37%	3 946	3 170	-776	-20%
Jeux et jouets	1 235	813	-423	-34%	4 214	3 700	-514	-12%
Jeux de hasard et d'argent	4 350	2 488	-1 862	-43%	10 595	7 859	-2 736	-26%
Tabac	8 298	7 226	-1 072	-13%	21 539	20 373	-1 166	-5%
Biens culturels et de loisirs	1 173	712	-461	-39%	3 202	2 428	-774	-24%
Salles de sport	1 026	530	-496	-48%	2 501	1 283	-1 218	-49%
TOTAL CULTURE-LOISIRS	25 867	18 051	-7 816	-30%	70 700	59 304	-11 396	-16%

L'AUTOMOBILE: -20% sur l'année

Le secteur **automobile** est l'un des plus touchés par la crise du coronavirus. 100 % des usines de production automobile ont été arrêtées en Europe.

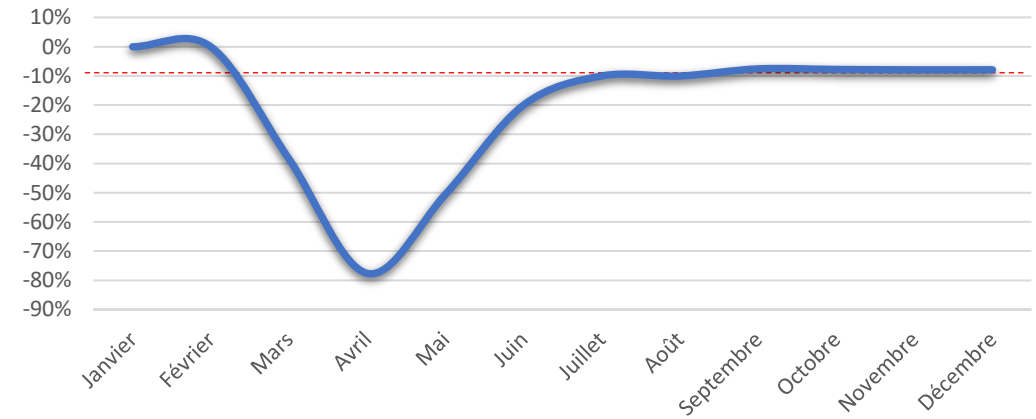
La baisse du marché automobile français est -72% en mars et -96% en avril et de -50% en mai.

Sur 5 mois, le marché français est en baisse de 48%, l'une des plus fortes baisses en Europe. Ce sont 450 000 voitures de moins qui se sont vendues depuis le 1^{er} janvier 2020 par rapport à 2019.

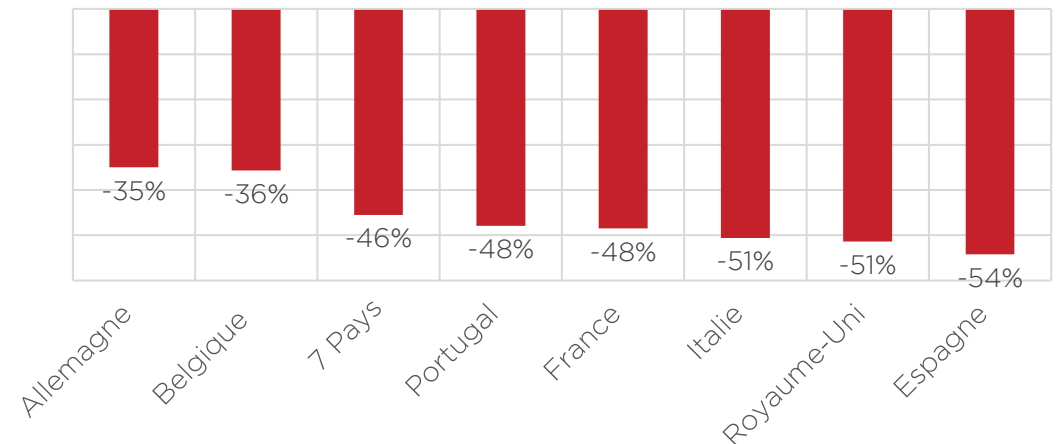
La prime à la conversion a pour but de déstocker les 400.000 voitures essence et diesel accumulées pendant le confinement. C'est un succès, les consommateurs revenant en concession depuis le déconfinement.

La consommation de **carburants** a également été en chute libre pendant la période de confinement à -65% en avril. La baisse pourrait atteindre -15% à -20% sur l'année en raison notamment de la poursuite du télétravail.

Automobile - Prévision mensuelle 2020



Evolution ventes véhicules particuliers 5 mois - 2020/2019



L'AUTOMOBILE: -20% sur l'année

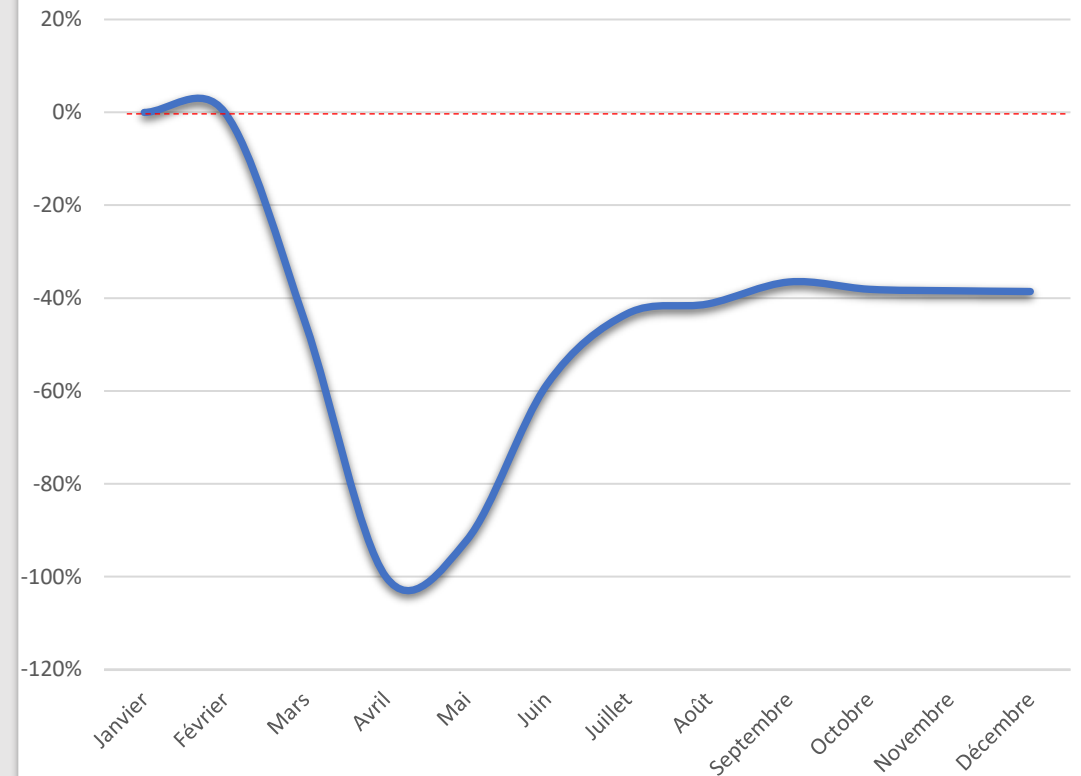
Activité/secteur	janvier - mai 2020				Année 2020 complète			
	Marché sans confinement en M€	Marché avec confinement en M€	Gain/Perte en M€	Gain/ Perte en %	Marché 2020 sans confinement	Marché 2020 avec Confinement	Gain/ Perte annuelle en M€	Gain/ Perte annuelle en %
Voitures neuves	11 735	7 770	-3 966	-34%	26 880	21 143	-5 737	-21%
Carburants	15 809	11 082	-4 727	-30%	39 834	33 033	-6 801	-17%
Entretien et réparation	7 419	4 300	-3 119	-42%	19 847	15 311	-4 536	-23%
TOTAL AUTOMOBILE	34 963	23 151	-11 812	-34%	86 561	69 488	-17 073	-20%

L'HOTELLERIE ET LES CAMPINGS : -46% sur l'année

C'est un des secteurs qui a le plus de mal à repartir : quand reviendra la clientèle d'affaires (48% des nuitées) alors que le télétravail est de plus en plus la règle, quand la clientèle étrangère qui génère 35% des nuitées pourra-t-elle revenir ?

Depuis le mardi 2 juin, les campings sont autorisés à rouvrir. Les 8 000 **campings** risquent d'être très prisés cet été puisque les voyages à l'étranger ne seront pas possibles ou limités. Leur activité généralement forte durant les longs week-ends de printemps a été perdue. Cependant, ils réalisent 85 % du chiffre d'affaires en juillet et en août et donc la saison devrait être en grande partie sauvée. Les gestes barrières devront également y être appliqués au détriment de la convivialité.

Hébergement - Préviation mensuelle 2020



L'HOTELLERIE ET LES CAMPINGS : -46% sur l'année

Activité/secteur	janvier - mai 2020				Année 2020 complète			
	Marché sans confinement en M€	Marché avec confinement en M€	Gain/Perte en M€	Gain/ Perte en %	Marché 2020 sans confinement	Marché 2020 avec Confinement	Gain/ Perte annuelle en M€	Gain/ Perte annuelle en %
Hôtels	7 017	3 351	-3 666	-52%	18 888	9 715	-9 173	-49%
Terrains de camping	676	314	-362	-54%	2 411	1 750	-661	-27%
TOTAL HEBERGEMENT COMMERCIAL	7 693	3 665	-4 029	-52%	21 299	11 465	-9 834	-46%

LES LOISIRS ET LES SPECTACLES: -47% sur l'année

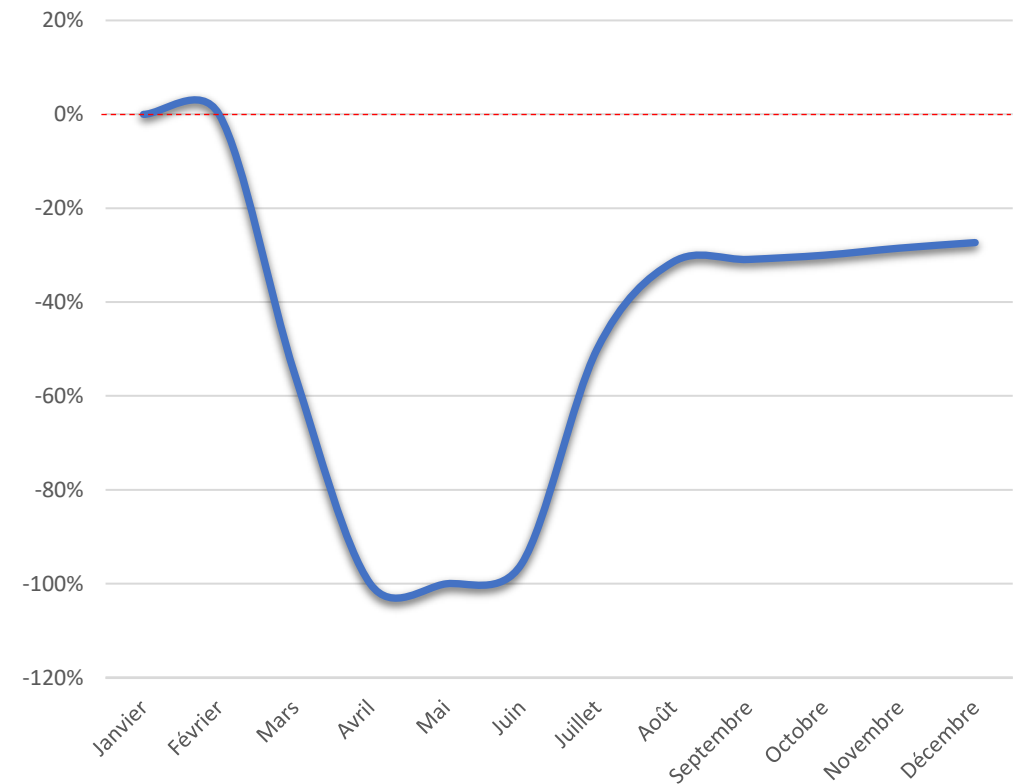
En %, le secteur des loisirs et spectacles va être le plus touché.

Les parcs d'attraction, qui réalisent au total plus de 3Mds € de chiffre d'affaires, sont aussi terriblement impactés. Le Puy du Fou va rouvrir le 11 juin, le Futuroscope le 13, le Parc Astérix le 15,... Disneyland Paris avec ses 15 millions de visiteurs, qui avait un moment envisagé de ne pas rouvrir en 2020, n'a pas encore fixé de date.

Alors que la fréquentation des cinémas a chuté de 35% au 1^{er} trimestre, leur date de reprise est fixée au 22 juin. Richard Patry, Président de la Fédération Nationale des Cinémas, prévoit cependant une baisse de la moitié de la fréquentation : 213 millions de spectateurs en 2019 contre une estimation de 120 à 130 en 2020.

Les salles de spectacle, théâtres, musées et parcs de loisirs (dans la limite de 5 000 personnes) ont pu ouvrir dans les zones vertes à compter du 2 juin et le pourront en zone rouge le 22. Dans les faits, beaucoup de salles ont reporté leur réouverture pour septembre.

Loisirs Spectacles - Prévision mensuelle 2020



LES LOISIRS ET LES SPECTACLES: -47% sur l'année

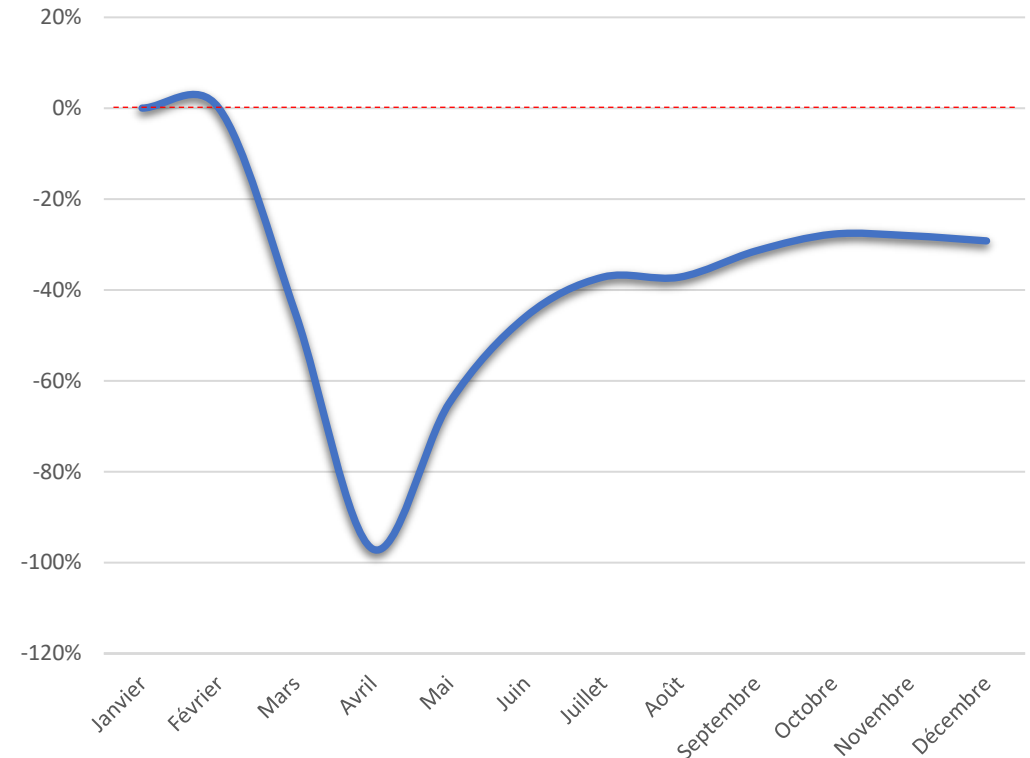
Activité/secteur	janvier - mai 2020				Année 2020 complète			
	Marché sans confinement en M€	Marché avec confinement en M€	Gain/Perte en M€	Gain/ Perte en %	Marché 2020 sans confinement	Marché 2020 avec Confinement	Gain/ Perte annuelle en M€	Gain/ Perte annuelle en %
Cinema	378	172	-206	-55%	886	483	-403	-45%
Activités des parcs d'attractions et parcs à thèmes	1105	469	-636	-58%	3 053	1589	-2115	-69%
TOTAL LOISIRS SPECTACLES	1 483	641	-842	-57%	3 939	2 072	-1 867	-47%

LES SERVICES: -38% sur l'année

Le secteur est très impacté par l'activité des agences de voyages. Le secteur du tourisme sera longuement affecté par la crise sanitaire. Les professionnels du secteur s'attendent à une baisse de 80% après le déconfinement pour le reste de l'année. La chute de l'activité pourrait donc dépasser 60% sur 2020.

Les autres services (réparations, blanchisseries,...) vont connaître un rebond proche de celui des autres activités commerciales.

Services - Prévision mensuelle 2020



LES SERVICES: -38% sur l'année

Activité/secteur	janvier - mai 2020				Année 2020 complète			
	Marché sans confinement en M€	Marché avec confinement en M€	Gain/Perte en M€	Gain/ Perte en %	Marché 2020 sans confinement	Marché 2020 avec Confinement	Gain/ Perte annuelle en M€	Gain/ Perte annuelle en %
Réparations	1 982	1 171	-811	-41%	4 866	3 608	-1 258	-26%
Blanchisserie et teinturerie de détail	1 274	635	-640	-50%	1 407	1 179	-228	-16%
Agences de voyage	558	370	-188	-34%	3 187	1 121	-2 066	-65%
TOTAL SERVICES	3 814	2 176	-1 638	-43%	9 460	5 908	-3 552	-38%

En conclusion

Le rebond est sensiblement meilleur à ce que l'on pouvait craindre.

A partir du moment où les mesures sanitaires sont allégées, les consommateurs reviennent.

Les secteurs qui sont fortement impactés sont ceux où les contraintes sont les plus fortes: restauration, spectacles ou ceux évidemment qui n'ont pu rouvrir (cinéma, salles de sport)

Pour l'instant, la baisse de pouvoir d'achat est réelle pour les Français en chômage partiel (11,5 millions) et pour les indépendants.

Cette perte risque d'être élevée pour de nombreux Français dans les mois qui viennent en raison des faillites d'entreprises et de la montée prévisible du chômage.

Sur les 5 premiers mois de 2020, l'ensemble des français ont sous consommés pour environ 57Mds €. Le gouvernement veut tout faire pour débloquer cette épargne forcée dès le début du déconfinement. Et cela fonctionne bien pour l'automobile qui redémarre mieux que ne le craignait les constructeurs.

Mais la crise pour le commerce va être très dure. Outre les 57Mds€ de baisse de chiffre d'affaires déjà enregistrée, c'est encore 37 à 40Md€ qui risquent de ne pas se retrouver chez les commerçants d'ici la fin de l'année.

Au total, ce sont donc 95 à 100Mds € qui seront perdus, soit 15 à 16% de la consommation. La Banque de France estime d'ailleurs à 100Mds€ l'épargne supplémentaire des français au cours de l'année 2020.

Cependant il ne s'agit pas d'une réelle épargne mais plutôt une « non-consommation ». Les incitations à revenir en magasin ou à dépenser telles les primes pour l'automobile fonctionnent.

Quand les dernières barrières seront levées, la reprise sera vraiment là..

Pour obtenir nos prévisions détaillées par marché, n'hésitez pas à nous contacter:

accueil-web@sad-marketing.com ou au 01 44 85 01 86

An aerial photograph of a city, likely New York City, with a network of white lines and glowing nodes overlaid on the image. The network connects various points across the city, including the skyline and the Hudson River. The lines are thin and white, and the nodes are small, glowing white circles. The background is a grayscale aerial view of the city, showing buildings, streets, and the river.

**Qui
sommes-nous?**



**Nous aidons nos clients à prendre les bonnes décisions
en leur apportant une information simple et utile**

CONSEIL

Accompagnement
stratégique, expertise
sectorielle

ETUDES

Etude de marché
Quali / Quanti
Etude Adhoc
Etude CDAC, Etude d'impact,
Certificat conformité

TECHNOLOGIE

Datascience – Intelligence
artificielle
Plateformes géomarketing et
pricing

35 ans d'expérience en France et à l'International

NOS SECTEURS D'INTERVENTION

- La Distribution Alimentaire
- La Distribution Spécialisée tous secteurs
- Le E-Commerce
- Les promoteurs et gestionnaires de Centres Commerciaux
- La Restauration
- Les EPHAD et résidences seniors
- Les Fonds d'investissement

UNE FORTE ACTIVITE INTERNATIONALE



Nous avons réalisé pour nos clients des missions dans 40 pays en 2019

Des solutions pour accompagner nos clients en France et à l'international

ETUDES DE MARCHÉ

*Mesurer la potentialité de votre projet:
« faut il y aller ou pas ? »*

NOS SOLUTIONS:

- Prévisions de chiffre d'affaires
- Etat local et général du marché
- Plan de développement
- Solution web de géomarketing
- Etudes CDAC
- Etudes trafic
- Etude d'impact
- Certificat de conformité

ETUDES CONSOMMATEURS

*Décrypter les attentes et le
comportement du consommateur.*

NOS SOLUTIONS:

- Etudes quantitatives / qualitatives
Nous travaillons sur l'ensemble des modes de recueil: in situ, on line par téléphone
- Etudes usages et habitudes
- Etudes images
- Etudes acheteurs / non acheteurs
- Etudes réputation online

ETUDES PRICING

*Bâtir sa stratégie tarifaire et améliorer
son image prix*

NOS SOLUTIONS:

- Relevé de prix in situ
- Relevé de prix online
- Solution web pricing
- Application de collecte
- Conseil en stratégie tarifaire

Nous sommes spécialisés en relevés de prix complexes (textile) et moins complexes.

DATASCIENCE

*Faire parler les chiffres, anticiper
l'avenir*

NOS SOLUTIONS:

- Datamining: segmentations clients
- Algorithmes prédictifs
- Scrapping
- Web reporting
- Intelligence artificielle: traitements textuels, analyses d'images

Nous sommes spécialisés dans le traitement des données massives

Une équipe bâtie pour répondre aux attentes des clients



1

Business analysts: en charge de la réalisation des études, ils analysent sans concession les potentiels commerciaux et les feedbacks clients. Les recommandations faites sont opérationnelles.

2

Géomaticiens: véritables spécialistes du traitement de la donnée géospatiale, nos géomaticiens interviennent sur le traitement pour intégration au sein de la solution géomarketing et la représentation cartographique.

3

Datascientists: experts du traitement des données Big data , de l'intelligence artificielle et de la prédiction, nos datascientists s'efforcent d'anticiper l'avenir

4

Développeurs web: en charge du développement de nos solutions web, ils rendent l'accès à la data simple , visuelle, ergonomique avec un seul objectif; vous permettre de prendre les bonnes décisions.

5

Consultants: ils conseillent les C-Levels dans la mise en place des stratégies de développement, de fidélisation de clients, de politiques tarifaires...

Ils nous font confiance



GALIMMO



SEPHORA



CAMAÏEU





*Let's make
positive
business*

www.sad-marketing.com

LILLE
23, rue de la Performance
59650 Villeneuve-d'Ascq
+33 (0)3 20 81 58 20

PARIS
18 rue Gérando
75009 Paris
+33 (0)1 44 85 01 86

DUBAÏ
Parkside Retail Level
DUBAI – U.A.E
+971 (0) 52 961 8840

Annexes

SAD Marketing analyse depuis 30 ans la consommation des ménages sur toutes les activités commerciales.

Pour cette étude, nous nous sommes appuyés sur les données de consommation des ménages de l'Insee, des indicateurs de conjoncture de la Banque de France, des données du panel (IRI notamment pour l'alimentaire) et des données de chacune des fédérations professionnelles.

Les marchés par activité ont été estimés mensuellement pour 2020 sans impact du coronavirus en intégrant la saisonnalité mensuelle (données Insee et Banque de France).

L'impact du confinement a été mesuré pour chaque marché en prenant une activité partiellement ou totalement stoppée.

Pour les mois suivants, des hypothèses de sous activité (ou de sur activité pour quelques marchés) ont été modélisées à partir d'une analyse multicritère.

Ces données seront remises à jour en cours d'année 2020 en fonction de la publication des indicateurs des différents organismes.

Grille d'analyse multi-critères

Critère	Poids du critère	Sens	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Appétence du consommateur après le confinement	25%	+										
Consommation obligatoire	20%	+										
Sensibilité à la baisse du pouvoir d'achat	20%	-										
Impact des mesures de distanciation sociale	15%	-										
Impact des limitations de circulation	10%	-										
Impact de l'augmentation du télétravail	10%	+/-										
Report possible sur le drive, la LAD ou le click&collect		+										