

La mode et la restauration victimes de la crise du coronavirus

La pandémie de Covid-19 a brusquement étouffé la reprise naissante du marché des espaces de vente. Les boutiques de mode et les restaurants ont été particulièrement touchés. *Felix Thurnheer, Bouke-Pieter van Dijk*

Abrégé Si les supermarchés «classiques» voyaient leur chiffre d'affaires progresser depuis un certain temps déjà, d'autres détaillants comme les boutiques de mode et de chaussures semblaient également en reprise début 2020. Mais la crise du coronavirus est venue doucher leurs espoirs. Selon les données du «Retail Atlas Suisse», on n'observe pas encore aujourd'hui de défaillance parmi les petits commerces. Le phénomène a cependant toujours un temps de latence : les effets de la crise ne se feront pas sentir avant deux ans.

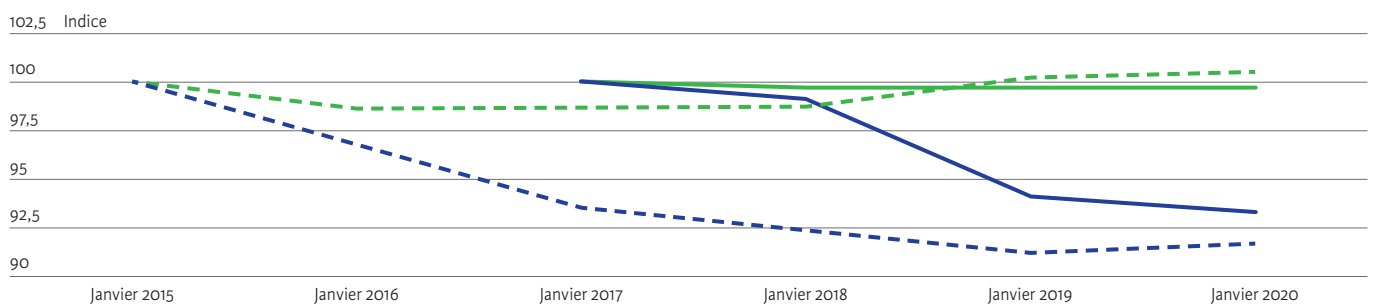
Le «Retail Atlas Suisse» fournit depuis trois ans des données sur des milliers de détaillants, de restaurateurs et de prestataires de services. Cet outil d'analyse du marché immobilier suisse enregistre par exemple l'emplacement exact des entreprises et estime la taille des surfaces commerciales et des bureaux qu'elles occupent. Combinées à un calcul du chiffre d'affaires par secteur, ces données permettent une analyse détaillée de l'évolution du marché des surfaces de vente. En principe, la variation du nombre d'établissements suit celle du chiffre d'affaires avec un décalage d'environ deux ans.

Cette dynamique ressort clairement de la comparaison entre le secteur de la demande périodique et celui de la demande apériodique.

La demande périodique concerne les biens d'usage quotidien comme les aliments ou les articles ménagers; les besoins apériodiques correspondent aux vêtements, chaussures ou livres achetés de manière irrégulière. Les ventes des secteurs apériodiques ont fortement chuté en 2016 et 2017 en raison du commerce en ligne et du tourisme d'achat à l'étranger; une vague de fermetures est survenue deux ans plus tard (voir *illustration*). Le secteur de l'habillement a été le plus touché, suivi de ceux de la chaussure et de l'électronique. Dans le domaine périodique, en revanche, le recul des ventes a été beaucoup moins sévère en 2016 et 2017 et le secteur a même renoué avec les chiffres positifs en 2019, de sorte que le nombre de magasins n'a pratiquement pas diminué.

Cette évolution varie en fonction de la taille des communes. Ces dernières années, le plus fort pourcentage de fermetures de magasins a été constaté dans les communes de taille moyenne comptant entre 5000 et 15000 habitants. La proportion de boutiques de mode y est relativement élevée et ces localités ne font pas partie des

Commerce de détail : chiffre d'affaires et nombre de filiales selon la branche



Nombre de filiales (janvier 2017 = 100): ■ Besoins périodiques ■ Besoins apériodiques

Évolution du chiffre d'affaires (janvier 2015 = 100): ■ Besoins périodiques ■ Besoins apériodiques

RETAIL ATLAS SUISSE (NOMBRE DE FILIALES). ENQUÊTE SUR LE MARCHÉ IMMOBILIER COMMERCIAL. LES DONNÉES DES DÉTAILLANTS ET DES RESTAURATEURS SECTORIELS DE L'ÉVOLUTION DU CHIFFRE D'AFFAIRES / LA VIE ÉCONOMIQUE



KEystone

Le secteur de la mode devait déjà faire face à un repli des ventes avant la crise du coronavirus.

destinations cibles des chaînes en expansion ou des nouvelles enseignes. Beaucoup d'entre elles sont ainsi entraînées dans une spirale négative : la disparition de commerces péjore la fréquentation des magasins restants. En revanche, les petites communes ne sont guère touchées par ce changement structurel puisqu'on n'y trouve pratiquement que des échoppes d'articles périodiques.

Le même schéma s'observe avec les centres commerciaux : ceux de taille réduite comptent une forte proportion de magasins proposant des produits périodiques et dénombrent moins de fermetures. Les centres de taille moyenne enregistrent davantage de fermetures en raison du nombre élevé de fournisseurs d'articles aperiodiques qu'ils hébergent. Cette tendance se manifeste également dans les grands centres d'achats, qui sont toutefois mieux à même de faire face au changement en occupant rapidement les espaces commerciaux libérés avec de nouveaux formats à la mode.

De la reprise à la crise

Alors que les secteurs périodiques voyaient leurs ventes se redresser depuis un certain temps déjà début 2020, la courbe des fermetures parmi les branches non périodiques semblait fléchir à son tour. Un nouvel équilibre paraissait donc s'installer sur le marché des espaces de vente, mais

la crise de la Covid-19 l'a bien vite rompu. Pour savoir si la pandémie entraînera effectivement une vague de fermetures, l'évolution des ventes pendant et après le semi-confinement décrété en première partie d'année doit être prise en compte.

Selon les estimations, le chiffre d'affaires du marché des espaces commerciaux a globalement reculé de 8,5 milliards de francs au printemps 2020 lors du semi-confinement. Cela correspond à 8,1 % du total des ventes annuelles. Des gagnants et des perdants apparaissent clairement selon les secteurs. Les ventes ont tout d'abord varié en fonction de la fermeture éventuelle des magasins et de la durée de l'interruption. La capacité des filiales à remplacer les ventes présentielles par des ventes en ligne a aussi été prépondérante. Enfin, l'importance des ventes de printemps dans le chiffre d'affaires annuel global a également joué un rôle.

Le marché des espaces de vente s'est rapidement redressé dès la fin du semi-confinement et des effets de rattrapage se sont fait sentir dans certains secteurs en raison des achats que les consommateurs avaient jusque-là différés, comme les articles de jardinage et les appareils électroménagers. Les restaurants, les prestataires de soins corporels ou de fitness et les acteurs culturels n'ont en revanche pas bénéficié de ces effets.

Les consommateurs suisses ont également dépensé beaucoup plus d'argent dans le pays cette année, car ils ont délaissé le tourisme d'achat à l'étranger et passé davantage leurs vacances en Suisse. Les destinations touristiques spécialisées dans l'accueil d'hôtes suisses en ont été les principaux bénéficiaires.

À l'inverse, les règles décidées par le Conseil fédéral pour lutter contre la pandémie ont eu un impact sur les chiffres d'affaires : de nombreux restaurants et bars sont ainsi contraints de servir moins de clients qu'avant la pandémie à cause des règles de distance ; d'autres souffrent d'une baisse de recettes due à l'annulation de nombreux événements et manifestations d'envergure.

Pas encore la mort des magasins

Par rapport à l'offre totale d'espaces commerciaux, une augmentation du chiffre d'affaires est attendue pour un cinquième environ des surfaces de vente en Suisse sur l'ensemble de l'année 2020. Ce groupe gagnant comprend surtout les supermarchés. Ailleurs, 15 % des surfaces devraient voir le chiffre d'affaires annuel des commerces reculer de moins de 10 % : il s'agit notamment des restaurants et des détaillants qui ont pu rester ouverts pendant le semi-confinement, mais dont les affaires ont diminué, ainsi que des restaurateurs et des détaillants qui ont réussi à maintenir une certaine activité pendant le semi-confinement grâce à des concepts inventifs comme des ventes en ligne ou à l'emporter et autres campagnes de bons.

Près de la moitié des surfaces commerciales en Suisse accuseront en 2020 des pertes comprises entre 10 et 15 % : il s'agit des entreprises qui n'ont pas pu réaliser de ventes significatives durant le semi-confinement. La perte est supérieure à 15 % du chiffre d'affaires annuel dans le cas d'une surface sur cinq, essentiellement les commerces très dépendants du tourisme international comme les agences de voyages, les boutiques de souvenirs et les restaurants.

Les restaurants à la peine

Constat amer, la crise du coronavirus frappe le plus durement les secteurs de la demande apériodique, déjà sous pression. Par contraste, la branche alimentaire, qui a vu ses résultats s'étoffer ces dernières années et dont le nombre de magasins est resté stable, affichera en 2020 des performances nettement meilleures que l'année précédente. Un risque élevé de faillites existe en particulier dans le domaine de la restauration, où les pertes de chiffre d'affaires continuent de s'aggraver en raison des mesures de lutte contre la pandémie en cours. Le secteur de la mode, où la chute actuelle des ventes suit une longue période de tassement des affaires, a également été durement touché : les perspectives d'avenir dépendent fortement de sa capacité à compenser au cours du second semestre la dégradation enregistrée au printemps.

En se promenant aujourd'hui dans une rue commerçante d'une ville suisse moyenne, on n'observe guère de changement dans le paysage des enseignes par rapport à l'an dernier. Le taux de disparition des magasins est même inférieur en 2020 à la moyenne des années 2017-2019, selon les données du Retail Atlas Suisse. L'arsenal de mesures de la Confédération a dans de nombreux cas pu compenser une partie des pertes de recettes. Reste à voir si cela sera suffisant. Il y aura inévitablement des fermetures dans les secteurs apériodiques. Selon la règle générale décrite dans cet article, on ne les observera toutefois qu'avec deux ans de retard.



Felix Thurnheer

Géographe, copropriétaire du Retail Atlas Suisse, associé d'Immocompass, Zurich

Bouke-Pieter van Dijk

Analyste principal pour l'immobilier commercial, copropriétaire du Retail Atlas Suisse, fondateur de Van Dijk Consultancy, Bâle