

À LA UNE

Quelles sont les priorités pour le commerce non-alimentaire selon Procos ?



© www.lavoixdunord.fr

Des aides à la hauteur des conséquences de la fermeture actuelle et une réouverture de tous les commerces dès que possible.

Un an après le premier confinement, plus de 150.000 magasins non-alimentaires sont encore aujourd'hui fermés, certains depuis le 1^{er} février. Fin avril cela fera trois mois, pire que lors du premier confinement !

Ce confinement très impactant pour les commerces qualifiés toujours plus ou moins de « non-essentiels » intervient après une année 2020 et un début d'année 2021 très difficiles pour de nombreux secteurs du commerce spécialisé (textile, beauté-santé, bijouterie, restauration...).

Bien entendu, l'Etat a amélioré son accompagnement. Il y a un an, les réseaux n'avaient que le chômage partiel. En novembre, les enseignes jusqu'à 5.000 salariés ont pu s'appuyer sur le crédit d'impôt pour ne payer qu'une partie de leurs loyers.

Aujourd'hui, alors que les magasins en centres commerciaux sont fermés depuis deux mois dans l'ensemble de la France, aucun euro d'aides n'a encore été versé. Toutefois, le gouvernement vient de confirmer les aides sur les coûts fixes pour une partie des entreprises. Un complément devrait être apporté à ce dispositif pour qu'il permette de prendre en compte les problèmes de dépréciation de stocks pour les enseignes. Les discussions sont en cours.

Enfin, tout le monde attend avec impatience et angoisse la confirmation du dispositif de prise en charge par l'Etat des loyers et charges locatives des magasins fermés pour les périodes et les cas pour lesquels le dispositif coûts fixes ne s'appliquerait pas ou ne serait pas suffisant pour des motifs d'aides plafonnées. Toute la profession attend l'issue des discussions avec la communauté européenne sur ce dispositif. Ce qui permettrait à l'Etat français de respecter les engagements qu'il a pris en apportant à chacun les compensations suite aux décisions de fermetures prises et afin d'impacter le moins possible le reste de l'économie pour sortir au plus vite de cette crise sanitaire et économique

Il est essentiel que ces dispositifs d'aides soient opérationnels le plus rapidement possible pour soulager ces réseaux face à de graves difficultés qui les mettent en danger : risques d'arbitrage, de fermeture de magasins, de perte d'emplois...

Deux axes d'actions sont donc indispensables :

- accélérer le versement des aides, et particulier celle portant sur les loyers et les charges locatives,
- et travailler au plus vite à une réouverture dès que possible des magasins dans les différentes régions de France sans attendre le pic sanitaire soit redescendu dans toutes les régions.

Ne surestimons pas la solidité des réseaux de magasins. Chaque semaine de fermeture ampute les trésoreries, les fragilise pour le court terme et réduit la capacité des futurs investissements.

Pour les prochains mois, attention à ne pas mettre un terme à toutes les aides trop prématurément. Les douze mois suivants la réouverture présentent de nombreuses inconnues. Des groupes fragilisés seraient dans l'obligation d'arbitrer l'avenir de certains de leurs magasins si les conditions d'exploitation (retour de l'activité d'avant crise et/ou adaptation rapide des loyers) n'étaient pas ajustées assez rapidement. Car, un retour « à la normale » sera plus ou moins long selon les lieux de commerce et les secteurs d'activité.

Après la crise sanitaire, faire du commerce un pilier du plan de la relance

C'est lorsque les magasins seront rouverts, lorsque nous reprendrons une vie plus normale que les véritables enjeux apparaîtront.

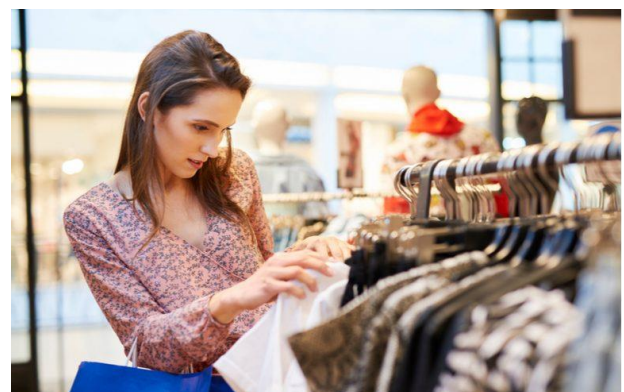
Or, malheureusement, le commerce n'est que très peu présent dans les priorités du plan de relance.

Le commerce doit être placé au cœur de la transformation de la société. Il en est un acteur majeur et pas seulement les TPE ou PME.

Le commerce est au centre de la consommation donc de la transformation de celle-ci et de la vie des Français. Il est essentiel de s'appuyer sur les enseignes pour transformer, avancer progressivement vers une consommation plus responsable. Comment le faire sans les acteurs les plus concernés ?

Cela réclame d'assurer les capacités d'investissement. L'endettement généré par la Covid ne doit pas amputer les capacités d'investissement des ETI et grandes enseignes du commerce spécialisé qui doivent être les leaders de ces évolutions : l'accès des retailers aux financements, aux prêts participatifs sera déterminant.

Par ailleurs, les liens entre le commerce et les territoires sont centraux pour assurer le lien social et la qualité de la vie locale. C'est un axe sur lequel les pouvoirs publics nationaux et locaux doivent consolider bien au-delà des centres-villes pour faire du commerce un acteur positif des évolutions de la société. Pour y parvenir, les enseignes du commerce spécialisé doivent investir 6 % de leur chiffre d'affaires tous les ans dont 3 % pour la transformation omnicanale. C'est cet objectif qui doit être visé et dans ce sens que le plan de relance doit agir. ([lire par ailleurs « Le plan de relance ne peut pas oublier le commerce » en cliquant ici](#)).



© www.modeintextile.fr

Soutenir et redéclencher la consommation

La consommation restera déterminante pour l'économie française. Si la consommation devait fléchir, les autres moteurs de l'économie ne pourraient empêcher le développement de la crise économique, du chômage... spirale dangereuse...

Soutenir la consommation sera un des enjeux majeurs du gouvernement. Bien entendu, il doit avant tout rétablir la confiance. Mais, il doit également être prêt à la soutenir en aidant les populations les plus impactées par la crise économique mais également en incitant les Français à consommer.

Le gouvernement n'est pas favorable à une action sur la TVA. Mais, peut-être devra-t-il s'y résoudre, en particulier dans certains secteurs tels que la restauration, avec des modalités qui restent à définir et qui permettraient à la fois d'inciter les Français à consommer et aux entreprises de reconstituer une partie de leurs moyens financiers perdus en 2020 et début 2021.

La consommation est un moteur immédiat de l'activité. Les impacts de l'investissement réclament plus de temps. Le gouvernement devra en tenir compte pour donner les meilleures chances de relance à l'économie française.

Ne pas mettre en place des réglementations que l'on regrettera amèrement.

Loi Elan, loi anti gaspillage, loi climat et résilience, chaque création législative actuelle impacte les activités de commerce, avant même souvent que nous ayons eu le temps de mettre en place la précédente.

Impossible de revenir ici sur tous les sujets. Mais prenons quatre exemples des débats actuels sur la loi climat.

En premier lieu, ce projet de loi s'appelle « Climat et résilience » : à quel moment, dans cette loi, prend-t-on en compte le maintien de l'emploi et/ou les conséquences dans les territoires des différentes conséquences de certains aspects de la loi sur l'activité économique commerciale ?

Ensuite, la loi prévoit, pour des raisons qui n'ont pas grand-chose à voir avec l'écologie, que les maires puissent réglementer directement ce qui se passe dans la vitrine d'un commerçant ! Un magasin, c'est proposer une offre à des consommateurs et inciter ces derniers à entrer dans le magasin. Malgré les smartphones, la vitrine reste l'outil de communication N° 1 du commerçant, surtout en centre-ville. Comment prendre le risque d'impacter cette liberté de commercer, d'attractivité, en permettant un élu aussi brillant soit-il d'agir sur l'outil de travail et l'attractivité du point de vente ?

L'article 52 vient ensuite, pour d'excellentes motivations initiales concernant la réduction de l'artificialisation des sols, contraindre les mouvements futurs des zones commerciales, leur adaptation aux évolutions du commerce, leur meilleure intégration dans les autres fonctions de la ville. Persévérer dans cette voie serait mettre la périphérie commerce (70 % de l'activité du commerce en France) dans un carcan inextricable. Tout ceci au moment où, sans doute, il n'a jamais été aussi indispensable de s'adapter vite, de se moderniser pour atteindre l'excellence d'un modèle omnicanal tout en continuant à donner envie aux Français de se rendre dans les lieux de commerce. Moins les lieux seront attractifs, plus rares seront les raisons de s'y déplacer. Autant faire le lit du e-commerce et de la livraison à domicile. Toutefois, avant de le faire, les élus doivent réfléchir aux conséquences futures sur les lieux de vie partout en France.

Dernière idée, réduire autant que possible la création d'entrepôts. On le voit ici l'objectif est de contrecarrer Amazon. Attention à ce que les conséquences ne soient pas l'inverse. Tous les acteurs du commerce doivent accélérer la mise en place de leur modèle omnicanal. La logistique en fait partie bien entendu. Le besoin d'entrepôts, de plateformes logistiques, n'émanera pas d'Amazon mais des enseignes ou des prestataires qui accompagneront le développement omnicanal des commerçants, y compris des petits. Bloquer les entrepôts ferait le jeu d'Amazon. Plus efficace sera le modèle omnicanal, meilleure sera la résistance du commerce dans les territoires. Nous devons avoir davantage et de meilleurs entrepôts, (sur plusieurs niveaux par exemple). Mais, si nous bloquons leur développement, nous empêcherons la transformation indispensable du commerce physique/omnicanal.

Faire face aux difficultés de fonctionnement du marché de l'immobilier commercial

De nombreux lieux de commerce sont confrontés à de profondes modifications des flux de consommateurs.

Par ailleurs, le modèle omnicanal se sera imposé de manière accélérée dans le cadre de la Covid. Davantage d'activité pour le canal e-commerce, donc moins pour le magasin lui-même. Une accélération des modifications du modèle économique. Les coûts immobiliers doivent décroître au profit des coûts digitaux et logistiques. De nouveaux équilibres dans la chaîne de valeur.

Ces évolutions, auxquelles s'ajouteront les problématiques de baisse d'attractivité ponctuelle ou durable de certains pôles, vont générer des tensions sur les valeurs locatives et les loyers avec, comme toujours sur ce marché, des rigidités dans l'adaptation des coûts locatifs qui pourraient générer un accroissement significatif de la vacance commerciale dans de nombreux lieux et, ce faisant, l'inscription de ceux-ci dans la spirale négative de la baisse tendancielle de l'attractivité commerciale ...

Certains sujets tels que l'indexation annuelle des loyers sur la base d'un indice devront également être réinterrogés. Il n'est pas envisageable dans un monde qui subit de telles modifications dans ses équilibres, qu'un indice tel que l'ILC puisse générer des accroissements annuels des loyers comme nous l'avons vécu ces dernières années. L'effet ciseaux combinant baisse tendancielle des chiffres d'affaires magasins et augmentation tendancielle des loyers n'est pas supportable.

Le commerce à horizon 2025 : un véritable plan commerce

Les acteurs du commerce sont divers et le secteur est confronté à de profondes transformations. Le canal internet se développe mais les magasins réalisent encore plus de 80 % du chiffre d'affaires du commerce de détail. Le commerce omnicanal est le nouveau modèle pour tous.

Ces évolutions ont été accélérées par la crise de la Covid. Et, aujourd'hui, il est nécessaire de préciser rapidement le cadre réglementaire et les équilibres dans lesquels le commerce exerce ses activités.

Cela réclame de :

- réformer la fiscalité du commerce, et
- s'interroger sur l'attractivité des lieux de commerce, les relations entre commerce et immobilier commercial mais aussi entre villes et commerce, dans les centres-villes mais également les périphéries...
- étudier les transformations en cours et leurs conséquences potentielles et de chercher à en corriger les externalités les plus négatives

Le commerce n'est pas une activité passive. Ses acteurs agissent sur la société, sont moteurs dans les évolutions et la vie des Français. Il existe une véritable industrie du commerce en France, des enseignes innovantes qui font vivre tout un écosystème.

Il faut sortir de vision dépassée voyant le commerce comme un « fourre-tout » sans importance moins noble que d'autres activités comme l'industrie, la banque ou les nouvelles technologies. Regardons la réalité des acteurs, regardons l'impact territorial du commerce, l'impact sur le quotidien des Français. Il y a urgence ! ■