

ÉDITO

Par Emmanuel LE ROCH,
Délégué Général de Procos



Sortir du « tunnel » : 2021, un nouveau point de départ pour le commerce dans la société française

Après une année 2020 angoissante, aux conséquences personnelles et professionnelles souvent importantes, que peut-on attendre de 2021 ?

Jamais sans doute, à l'exception des périodes de guerre, il n'a été plus complexe et incertain de se projeter sur une nouvelle année tant les paramètres sont multiples et les incertitudes fortes.

Pour le commerce, 2020 a été une année chaotique et anxiogène impactant l'économie et l'organisation des acteurs qu'ils soient petits ou grands.

Est-ce le bout du tunnel ? Il est certain que nous avons la chance que des vaccins aient été découverts aussi vite. Cela nous a semblé trop long mais le temps de validation et de mise sur le marché a été énormément raccourci. Les acteurs de la santé et les pouvoirs publics ont su agir, être agiles et flexibles.

En ce début d'année, le sanitaire continue de guider les décisions économiques et le social en reste dépendant. L'urgence est donc de restaurer la visibilité et de réduire l'incertitude autant que possible en vaccinant rapidement le plus grand nombre. **Seule la science peut nous aider à éclaircir notre horizon.** Les Français ne peuvent pas rester dans un tel scepticisme et une telle résistance vis-à-vis de la vaccination ! Qu'aurions-nous vécu par le passé si nous avions raisonné ainsi ? Des milliers d'enfants seraient morts chaque année de maladie infantile !

Regardons la situation en prenant un peu de hauteur historique et éloignons-nous de nos raisonnements courtermistes et nos peurs successives. Nous sommes dans l'ignorance puisque sans connaissance scientifique et médicale.

La plupart d'entre nous n'ont que deux choix : faire confiance à la science et aux scientifiques ou se laisser entraîner chaque jour un peu plus dans le doute, la peur...

Cette peur panique, alimentée chaque jour par une information qui pose plus de questions qu'elle n'apporte de réponses, ne fait qu'éroder petit à petit le peu de confiance et de capacité d'une projection positive vers l'avenir.

On sait que les prochains mois seront encore compliqués car le sanitaire peut poursuivre son travail de sape sur les acteurs économiques, les finances publiques, l'emploi et la vie dans les territoires. Dans cette phase, nous n'avons que peu de moyens d'actions si ce n'est respecter et faire respecter les gestes barrières et se faire vacciner dès que cela sera possible.

La circulation du virus bloque tout le reste. Le virus sera encore présent mais agissons dans notre quotidien et nos décisions personnelles pour qu'il ne circule pas.

Le premier semestre sera fondamental pour 2021, 2022 et la suite.

Dans le commerce spécialisé, on le sait les enjeux et les risques restent importants. Les secteurs n'ont pas tous connu la même année 2020. Ils ne débutent donc pas 2021 dans les mêmes conditions ([cf. CP Procos en cliquant ici](#)).

S'il devait être décidé de confiner fortement, les conséquences sur le commerce et ses acteurs seraient importantes, fragilisant davantage et mettant donc en risque un nombre à chaque fois croissant d'entreprises de commerce de toutes tailles.

Dès aujourd'hui, les secteurs toujours fermés tels que les restaurants, cinémas, salles de sport sont déjà dans cette phase de risque maximal et, malheureusement, à l'exception du chômage partiel, les mesures d'accompagnement des groupes consolidés, donc d'une majorité d'enseignes, ne répondent pas aux problèmes rencontrés à cause des seuils fixés. Une telle situation génère des risques majeurs de fermeture de sites. Il faut trouver les solutions d'accompagnement de ces groupes et faire en sorte que les mêmes risques ne soient pas étendus aux autres activités du commerce.

Nous sommes face à deux scénarios.

Soit, nous parvenons à gérer la combinaison sanitaire/économie sans fermeture et sans confinement lourd, et dans ce cas, il y a une probabilité forte pour que l'activité de commerce soit dynamique à compter de l'été.

Soit, scénario deux, plus inquiétant, les mesures prises impactent très lourdement l'activité des commerces. Dans ce cas, les risques à court terme (fermetures de site, défaillances de réseaux) et de moyen/long termes augmentent proportionnellement avec la durée des mesures de restriction. En effet, si les entreprises doivent encore s'endetter, leurs moyens pour investir sur l'avenir, transformer le commerce, seront faibles. Le remboursement de la dette impactera durablement les capacités de rebond. **Ce scénario 2 retarderait inévitablement une reprise de l'économie et de la consommation.** Entreprises et ménages privilégiant la trésorerie et l'épargne, c'est autant de milliards d'euros qui ne se retrouveraient ni dans l'investissement, ni dans la consommation.

C'est de cette spirale qu'il faut sortir au plus tôt. Cela suppose, de vacciner pour réduire l'impact des incertitudes sanitaires et des saturations hospitalières, d'apprendre à vivre avec le virus en respectant au plus strict les mesures barrières sans fermer les activités, de restaurer la confiance des ménages et des entreprises en donnant plus de visibilité et de sérénité.

Bien entendu, nous sommes encore dans une période de survie et particulièrement au niveau économique car les incertitudes sont encore trop importantes pour dynamiser l'investissement. Pourtant, il faut préparer cet avenir proche car, en tous cas, dans quelques mois, nous serons sortis du contexte.

L'enjeu est d'en sortir dans le meilleur état économique possible, aussi bien pour les entreprises que pour les ménages, que l'Etat continue de jouer son rôle d'assistance mais également de mise en condition d'une reprise :

- **côté entreprises**, préparer et accompagner les capacités d'investissement, pas seulement dans quelques secteurs industriels « prioritaires » mais beaucoup plus largement ;
- **côté ménages**, soutenir les plus fragiles et les plus impactés par la crise économique.

L'enjeu est également d'en sortir dans le meilleur état d'esprit possible. De sortir du négativisme, de la critique permanente dont nous sommes friands pour entrer dès à présent dans une vision positive et optimisme de l'avenir. Encore une fois, **nous ne sommes pas en guerre, ce n'est pas la fin du monde**, nos villes, nos rues, nos usines, nos magasins ne sont pas détruits ; le capital humain, la créativité, sont intacts. Nous sommes fragilisés par une crise dont le générateur n'est ni économique, ni financier.

Nous avons conscience qu'il nous faut construire une société différente, donc potentiellement génératrice de projets dans tous les domaines. Nous en avons potentiellement les moyens car l'argent « n'est pas cher ». En avons-nous la volonté individuelle et collective ? Sommes-nous en capacité de nous fédérer dans le cadre d'objectifs partagés ? Probablement, mais il faut vaincre ce scepticisme, définir des axes majeurs qui peuvent faire société.

Le commerce, la restauration, les loisirs et leurs acteurs doivent prendre toute leur place dans cet engagement vers l'avenir. Cet après-crise peut-être, mais surtout, doit être un point de départ. Il faut se donner des ambitions, inscrire le commerce comme un acteur majeur de la transformation de la société, vers une transformation de la consommation et un acteur central et vital de la vie dans les territoires.

Les commerçants doivent en avoir la volonté, mais les pouvoirs publics nationaux et locaux doivent également s'y engager ainsi que les partenaires de l'écosystème (bailleurs, banquiers, fournisseurs/industriels... pourquoi pas les assureurs). **C'est cela avoir la volonté d'un véritable plan commerce et territoire.**

C'est en ce sens, qu'au-delà de la période très délicate et risquée socialement dans laquelle nous sommes, nous pensons que **notre investissement vers l'avenir doit dès à présent s'engager** pour que chacun soit prêt et joue son rôle le moment venu. C'est important pour les entreprises du commerce et leurs collaborateurs mais important aussi pour la société, l'économie, les territoires et les citoyens.

Il faut dépasser les approches restrictives habituelles visant à dresser une forme de commerce par rapport à une autre, à limiter le raisonnement à des tentatives de réduction du développement de l'autre sans se poser les vraies questions (centre-ville contre périphérie, e-commerce contre commerce physique). On parle encore des périphéries commerciales sous l'angle de la restriction sans travailler sérieusement sur la transformation.

Le confinement a dû faire prendre conscience à tous les citoyens de la tristesse d'un monde sans commerce, sans restaurant, sans cinéma. Cette richesse nous devons la protéger et l'entretenir. Pour cela, il faut créer les conditions de sa transformation et de sa pérennisation. C'est avec cette vision positive du commerce comme Bien Commun de la société, qu'il faut y travailler. Cela suppose de ne plus le considérer comme une activité secondaire, marginale, suiveuse mais comme une activité prioritaire, innovante, sociale, sociétale et actrice positive du changement.

C'est là, le bout du tunnel. **Cette crise doit être la condition d'une nouvelle volonté politique en faveur du commerce et de ses acteurs de toute forme. C'est là que doit se situer l'objectif prioritaire de 2021 après avoir pérennisé un maximum de magasins et d'emplois.**

Belle année 2021 individuelle et collective. Faisons qu'elle soit l'année d'une confiance retrouvée et d'une volonté partagée de placer le commerce au cœur de la transformation sociétale et de la vie des français. ■