

ÉDITO

Par Emmanuel LE ROCH,
Délégué Général de Procos



Vers une année 2024 plus sereine ?

Chaque début d'année, les commerçants espèrent, en premier lieu pouvoir exploiter leurs points de vente et leurs activités sans que celles-ci soient perturbées par des événements, tels que des mouvements sociaux divers, ou internationaux ne viennent remettre en cause des paramètres fondamentaux, le coût de l'énergie en particulier, celui des matières premières ou des approvisionnements, et bien entendu, la consommation des ménages.

Peut-on espérer que l'année 2024 soit plus sereine que 2023 ?

Sur le papier, oui. L'inflation se contracte et, même les prix des produits alimentaires par exemple devraient demeurer élevés. L'ambiance créée chez le consommateur par le côté anxiogène du prix des achats quotidiens qui explosent pendant des mois (+20 % en deux ans !) devrait s'améliorer progressivement, notamment parce que les médias auront un traitement plus apaisé du sujet.

Fin 2023 en effet, la confiance des ménages est au plus bas, impactée par l'anxiété générée par l'inflation. Bien entendu, ce n'est pas la seule cause. Les difficultés d'accéder au logement (taux d'intérêt à l'achat, loyer et disponibilité pour la location)... Les inquiétudes climatiques sont d'autres causes structurelles.

A court terme, la réduction de l'inflation ne résoudra pas toutes les difficultés pour les acteurs du commerce de l'habillement, de l'équipement de la maison, de la chaussure... mais cela devrait progressivement donner de nouvelles marges de liberté aux consommateurs pour se faire plaisir après réduction de la pression exercée depuis deux ans par ces dépenses contraintes qu'ont été l'énergie et les produits alimentaires.

Tout ceci est fragile. Car, il suffirait malheureusement que de nouvelles tensions internationales interviennent pour que tout soit remis en cause. Or, les guerres en Ukraine et à Gaza sont toujours présentes. Dès à présent, les transports maritimes sont impactés par les tensions en Mer Rouge avec des délais de livraison supplémentaires et des surcoûts pour les approvisionnements.

Est-ce pour autant la fin des difficultés pour les acteurs du commerce ? Malheureusement, non !

Même si le bilan définitif de l'activité 2023 des différents secteurs du commerce ne sera connu que dans quelques semaines, après les soldes en particulier, il n'y aura pas de surprise. **2023 aura été une mauvaise année pour le secteur de l'équipement de la maison,** avec des chiffres d'affaires souvent inférieurs à 2022 malgré la hausse des prix. **Il en est de même pour la plupart des acteurs de l'habillement et de la chaussure.** Année morose donc avec de nombreuses défaillances d'enseignes, mises en redressement voire faillites.

Dans ce contexte, l'inquiétude générée par la hausse des loyers reste toujours présente. Une indexation des loyers 2024 très forte (entre + 5,5 à + 6,6 %), pour la seconde année consécutive, décalée par rapport à une activité plus tendue pour les enseignes, sauf exception et qui génère un effet ciseau insupportable. Personne ne sait quelles en seront les conséquences mais il y en aura, soit par la fermeture de magasins soit par l'apparition de défaillances d'autres acteurs. **A moins, bien entendu, qu'une majorité de bailleurs appliquent ce que nous appelons de nos vœux depuis de nombreux mois, le plafonnement de la hausse des loyers à 3,5 % maximum.** Les niveaux d'écoute et de conscience seront-ils suffisants, espérons-le. Mais, rien n'est moins sûr.

Autre sujet fondamental, les trésoreries des entreprises. La période de soldes débute. Même si ceux-ci n'ont plus le même impact que par le passé du fait de l'existence de très nombreuses opérations promotionnelles telles que le Black Friday, les ventes privées, la période de soldes est, rappelons-le, la seule qui permette aux commerçants de vendre à perte ! **Pour les entreprises qui ont des stocks importants, réussir les soldes demeure essentiel.**

Dans le commerce, disposer d'une trésorerie importante est vital. Et, c'est encore plus vrai aujourd'hui car les taux d'intérêt élevés, rendent beaucoup moins accessibles les financements bancaires ; la situation peut donc rapidement être fragilisée.

Soyons positifs ! 2024 devrait être plus favorable à la consommation. C'est important pour les commerçants mais également pour l'économie française car, malheureusement, l'investissement, l'autre moyen de faire de la croissance, sera fortement pénalisé en 2024 par des taux d'intérêt élevés.

Si la consommation non alimentaire reprend, cela redonnera des moyens aux enseignes pour poursuivre leur transformation, notamment environnementale, et pourrait réduire progressivement la prime actuelle dont bénéficient les acteurs les plus discounts. Ceci, bien entendu, à la condition que l'attachement au prix du consommateur s'allège un peu. Bien entendu, ce sera très long pour les ménages les plus modestes qui, de fait, n'ont pas le choix. Mais, la question reste posée pour les consommateurs les plus aisés car ceux-ci ont également acquis ce réflexe sous la pression du caractère anxiogène d'un taux d'inflation alimentaire élevé ces deux dernières années. La communication est aussi importante que la réalité de l'impact sur le pouvoir d'achat.

Or, ce point est fondamental puisque tant que le prix est le quasi seul critère de choix, les conséquences sont importantes.

Si ce « prime prix » ne s'allège pas, les conséquences seront sérieuses :

- **En premier lieu, cela complique très fortement l'évolution des acteurs vers des offres plus responsables** et le financement des investissements de décarbonation.

- **Par ailleurs, des acteurs tels que Shein ou Temu voit leur croissance se développer de manière exponentielle** captant ainsi chaque année des parts de marché et mettant en difficulté de nombreux acteurs. Un premier enjeu est celui d'une augmentation importante des moyens de contrôle de toutes les règles et normes respectées par le reste du commerce.

Comment faire évoluer le commerce dans une trajectoire environnementale souhaitable sans protéger et accompagner les acteurs ?

Comment pousser les commerçants à améliorer le contenu environnemental de l'offre tout en les laissant sous l'épée de Damoclès représentée par ces plateformes internationales ? Or, c'est forcément une question européenne.

L'Etat devra prendre ses responsabilités. Comment entend-il favoriser ces investissements à impact positif ? Quels accompagnements fiscaux ? Quels financements à condition favorable ? Il n'existe pas de réponse à date malheureusement. Souhaitons que les travaux du Conseil National du Commerce permettent d'avancer sur des solutions concrètes avant l'été. **Mais, finalement, c'est la volonté politique du gouvernement qui sera décisive.** L'Etat considère-t-il les acteurs du commerce comme fondamentaux pour la trajectoire environnementale de la France, au même titre que l'industrie ? Si oui, comment accompagner efficacement et avec volontarisme ses acteurs ?

Bien entendu, 2024 ce sera également l'année des Jeux olympiques et paralympiques avec leurs impératifs en matière de logistique de problématiques opérationnelles importantes pour les commerces et restaurants, en particulier à Paris. Pourtant, accueillir l'un des plus grands événements mondiaux n'est pas neutre et doit être une chance. **Comment en tirer bénéfice à court terme mais aussi dans le temps long pour l'image de la France, de Paris et donc également de ses acteurs économiques.** Souhaitant qu'il soit fait en sorte rapidement que ce soit un projet collectif que s'approprie un maximum de Français. Ce qui n'est pas encore le cas, malheureusement. Nous passons plus de temps à nous inquiéter et à voir les problèmes qu'à solutionner ceux-ci, rassurer les acteurs et les aider à s'engager dans une dynamique positive pour cet événement. Manque de transparence, tensions entre acteurs publics divers, manque de coordination !

Autant de raisons qui ne permettent pas de se concentrer sur une approche seulement positive. C'est toujours possible, mais il faut faire vite.

2024 sera aussi l'année des élections européennes mais aussi des primaires américaines; des événements qui peuvent impacter l'environnement international futur et qui ne manqueront pas d'influencer la confiance en l'avenir, donc la consommation et l'investissement des ménages. Sur ce plan, ne l'oublions pas, le niveau d'épargne est très important, supérieur à l'avant Covid. Une partie des ménages a les moyens de dépenser mais a décidé, pour l'instant, d'être très prudente. Cet état d'esprit pourra-t-il être modifié en 2024, rien n'est encore certain !

Une chose est sûre, les commerçants devront s'adapter. Certes, ils en ont l'habitude. Malheureusement, une partie d'entre eux aura moins les moyens que par le passé donc **un peu de stabilité et de sérénité ne nuiraient pas. 2024, une année de pause relative dans l'environnement pour permettre le mouvement de transformation ? Rien n'interdit de rêver. ■**