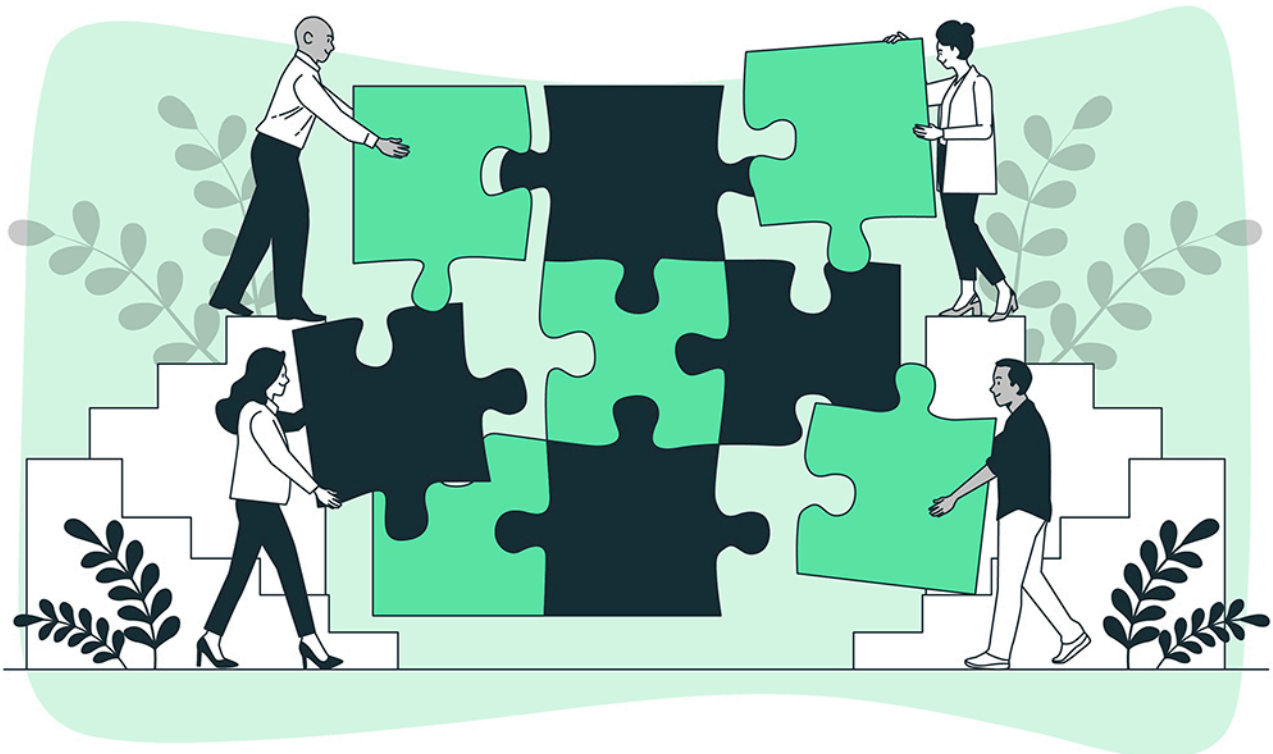


À LA UNE

2024 – 2025 : 20 enjeux pour le commerce



Après les années Covid, deux années fortement marquées par une hausse des prix de l'énergie puis de l'alimentaire, les dossiers pour le commerce et les commerçants sont nombreux. Nous avons retenu 20 enjeux principaux à la fois pour les commerçants mais également les pouvoirs publics et l'écosystème.

Même s'il convient de prioriser, **la cartographie des transformations et enjeux des prochaines années est lourde mais passionnante**. Reste à savoir si les acteurs pourront s'y consacrer avec sérénité ou si des événements extérieurs viendront à nouveau impacter fortement l'environnement d'exercice du commerce comme c'est le cas depuis de nombreuses années. Reste également à voir quelle sera la volonté politique nationale et locale de considérer le commerce comme une activité prioritaire de la société future et de son organisation.

1 Construire **un modèle économique** capable à la fois d'affronter les futures attentes des consommateurs et de mettre en œuvre les transformations vers un **commerce désirable et durable, en renonçant à la croissance en volume, moteur du modèle actuel**.

2 **Attirer, fidéliser, former les collaborateurs** en magasin ainsi que les compétences indispensables aux transformations multiples des entreprises (digital, IA, RSE...) ; un sujet complexe pour les enseignes mais qui l'est également pour les petits commerces (comment mutualiser ?).

3 Mettre en œuvre des relais de croissance à création de valeur dans le cadre d'une consommation sous tension en France et Europe (diversification, internationalisation, offres complémentaires, innovation, IA, social retail...).

4 Adapter le parc immobilier magasins à la réalité de la consommation d'aujourd'hui et de demain en créant les moyens d'investir dans l'attractivité et l'efficacité des points de vente (nombre de magasins, surfaces, niveaux de loyers et charges locatives, rémunération des équipes, maillage du réseau (type de ville, d'emplacements...), mode d'exploitation, partenariat, investissement),

5 Mettre en œuvre des relations avec les propriétaires immobiliers en phase avec les nouveaux enjeux du commerce et des modèles économiques transformés,

6 Assurer une attractivité pérennisée des zones commerciales avec une meilleure intégration environnementale, architecturale, urbaine, ...

7 Trouver des solutions au développement de la vacance commerciale en particulier dans les centres-villes : investir sur la compétence (managers du commerce), inciter et accélérer la mise en location avec loyer adapté, accompagner les commerces vitaux pour l'attractivité des lieux, faciliter au maximum la circulation des clients tout en agissant sur la décarbonation et la pacification de l'espace public (mobilité), renforcer le caractère opérationnel et l'efficacité de l'action publique (Action cœur de ville, Petites villes de demain...).

8 Définir et lancer une véritable politique publique du commerce visant à accompagner les investissements de transformation des acteurs de toutes tailles mais aussi d'assurer la pérennisation du dynamisme local du commerce et son rôle sociétal et social ; acter l'importance sociétale des commerces pour les territoires et la vie locale et définir un contrat entre l'Etat (qui doit faciliter et accompagner l'investissement) et les acteurs privés du secteur.

9 Innover dans l'offre de produits et services pour rester attractifs et différenciants dans des marchés sous tension ; prioriser les actions créant de la valeur client et de la valeur pour l'entreprise et la réduction des impacts négatifs sur les ressources de la planète et l'environnement tout en assurant un rôle social majeur vis-à-vis des habitants et des consommateurs.

10 Permettre l'accès à la maîtrise d'innovation tel que l'IA générative et aux apports de ces technologies à l'efficacité des métiers des commerçants

11 Mettre en œuvre une politique en faveur de l'investissement dans le commerce (financement, fiscalité, engagement du système bancaire) avec la mobilisation du système financier et la même ambition que celle qui existe pour l'industrie.

12 Accompagner les entreprises de commerce dans leur démarche de progrès en matière de RSE et de décarbonation : généraliser le bilan carbone et favoriser les démarches de progrès (incitation, diffusion des bonnes pratiques, suppression des rigidités...).

13 A court terme, mettre à profit les Jeux olympiques et paralympiques mais aussi faire face à leurs impacts négatifs en les réduisant au maximum et en indemnisant le cas échéant : s'assurer que les commerces qui seront impactés négativement seront accompagnés par des aides correspondantes (fermetures administratives, compensation, chômage partiel...) et faire en sorte que la majorité puisse contribuer et profiter au mieux du succès de cet événement international,

14 Mettre tout en œuvre pour stopper les défaillances d'entreprises et d'enseignes en accompagnant celles qui sont confrontées à des difficultés provisoires pour ne pas laisser place à une décommercialisation partielle du territoire français ; les défaillances actuelles dépassent les seuls cas d'entreprises moribondes depuis des années. Le contexte créé par la Covid auquel s'additionne les problèmes de consommation de 2023 fragilise de nombreux acteurs. Un contexte qui réclame un plan d'action spécifique conjoncturel en tenant compte des conséquences directes et indirectes des défaillances (effet d'entraînement négatif sur les lieux de commerce, impact sur l'emploi local et le sentiment de déprise).

15 Accélérer la maîtrise des outils digitaux par les petits commerçants : diagnostic, formation, accompagnement.

16 Simplifier l'accélération des transformations et l'investissement des exploitants et des propriétaires immobiliers (simplifier et mettre un terme à la créativité normative et réglementaire).

17 Faire face à la mise en œuvre des multiples réglementations nouvelles et les financer (décret tertiaire, déchet, information du consommateur, ombrières sur les parkings...) **et savoir définir les priorités** en coconstruisant avec les acteurs du commerce pour laisser des marges de manœuvre.

18 Protéger les acteurs contre les conséquences du développement rapide de plateformes internationales et leurs capacités financières et opérationnelles qui mettraient en danger les investissements de transformation mais également des politiques publiques devenues inutiles face au pouvoir de marché et de déstabilisation acquis par des acteurs mondiaux.

19 **Accompagner le commerce dans ses transformations en positivant les actions mise en œuvre par le secteur et ses acteurs sans laisser libre court à une stigmatisation « facile »** grâce à une politique publique concertée et adaptée à une trajectoire de progrès volontariste mais obligatoirement progressive dans le temps.

20 **Mieux intégrer les raisonnements de politique publique associant industrie et commerce**, le commerce étant un élément constitutif vital de la demande, donc un acteur fondamental des transformations sociétales.

Procos accompagnera ses adhérents sur ces différents dossiers ainsi que dans les échanges entre le secteur et les services publics, par exemple dans le cadre du Conseil National du Commerce mais, plus généralement, avec l'ensemble de l'écosystème (système financier, monde de l'immobilier, élus locaux...)

Très belle année à tous les acteurs du commerce et à leurs équipes ! ■