

À LA UNE

Le commerce non-alimentaire face à la Covid : un appel aux bailleurs et aux élus locaux



Après deux mois d'arrêt, voire plus pour certaines activités, nous espérons vous trouver en bonne santé. Nous vivons vraiment une période exceptionnelle ; en quelques semaines, nous avons perdu de nombreux repères.

Beaucoup ont malheureusement perdu des proches, d'autres ont poursuivi leurs activités pour nous soigner ou nous nourrir, nous les en remercions à nouveau. Enfin, les plus nombreux d'entre nous ont vécu cette période comme suspendus, confrontés à une situation à laquelle nous n'étions pas préparés.

Dans le commerce, si l'on excepte les commerces alimentaires et les pharmacies, 90 % des magasins ont fermé du jour au lendemain, et ceci pendant deux mois. 2 mois et voire davantage sans aucune activité, sans chiffre d'affaires, du jamais vu ! Et du jamais imaginé !

La plus grande partie des commerces ont rouvert le 11 mai à l'exception de ceux situés dans les plus grands centres commerciaux en Ile-de-France et à Lyon. Les restaurants, cinémas, salles de sport sont restés fermés encore plus longtemps.

Quels sont les constats depuis l'ouverture ?

La fréquentation, les entrées dans les magasins, sont très faibles à 50 %/60 % en dessous de ce qui se passait avant Covid. Cette situation sera certainement durable. Nous ne retrouverons pas un environnement normal avant de nombreux mois à cause des dispositifs de distanciation mis en place.

Les commerçants ont adopté tous les dispositifs permettant le respect des mesures barrières. Ces mesures limitent fortement le nombre de personnes par magasin et réduisent ainsi le potentiel de chiffre d'affaires.

Ne parlons pas de la restauration qui, par exemple en zone orange, ne peut uniquement exploiter ses terrasses. Souhaitons que le beau temps soit présent le plus possible. Mais dans tous les cas, l'activité ne permettra pas de couvrir les coûts d'exploitation habituelle. Car, on l'a bien tous compris, ce qui a été perdu ne se rattrapera jamais. Il faut l'acter, c'est une certitude. Or aujourd'hui, les enseignes du panel Procos ont un chiffre d'affaires cumulé de janvier à mai 2020 à 30 % en dessous de celui de 2019 sur la même période, 30 % de 5 mois de chiffre d'affaires, un gouffre.

Les différents secteurs d'activité rencontrent des situations diverses. Certains bénéficient d'un report d'achats que les Français n'ont pas pu réaliser pendant le confinement. C'est le cas par exemple de l'habillement pour les enfants, du matériel de sport ou des coiffeurs.

Mais pour d'autres activités, les chiffres d'affaires réalisés sont compris entre 30 % et 50 % de ceux d'avant la crise. C'est le cas de l'habillement homme et femme, de la parfumerie et des cadeaux, par exemple.

La période qui commence maintenant est en fait la plus dangereuse pour le commerce non-alimentaire.

Lorsque les magasins étaient fermés, les commerçants ont bénéficié du chômage partiel, ce qui a réduit ponctuellement les risques.

Aujourd'hui, après ouverture, les risques augmentent considérablement car il faut payer les salaires avec de mauvais chiffres d'affaires. Pour l'instant, les mesures de chômage partiel sont maintenues mais le coût pour l'entreprise s'accroît. Salaires, coûts des mesures barrières, baisse de la productivité...

Par ailleurs, l'ampleur des stocks contraint les entreprises à viser un déstockage massif pour reconstituer une trésorerie très affaiblie. Cette obligation va générer la multiplication des actions promotionnelles qui trouveront leur terme à compter des soldes reportés au 15 juillet. Mais ces actions sur les prix, encore plus nécessaires que les autres années, seront dans certains domaines, très destructrices de marge même si le chiffre d'affaires est au rendez-vous.

Un modèle économique très fragile, subissant un effet ciseau très défavorable entre accroissement des coûts d'exploitation et écrasement des marges.

Pour les secteurs actuellement plutôt dynamiques, nous estimons qu'il s'agit en grande partie de reports d'achats qui n'ont pas pu avoir lieu pendant le déconfinement. Les consommateurs qui se déplacent ont un besoin réel, les taux de transformation sont exceptionnellement bons, de même que les paniers moyens.

Mais, les faibles flux vont perdurer à cause des mesures barrières. Or, l'énergie qui fait vivre les magasins, c'est le trafic. Sans trafic, le risque est présent tous les jours, le moindre grain de sable (météo...) est le chiffre se dégrade.

Nous avons eu la chance de rouvrir avec une météo favorable. Espérons que le soleil demeure très présent dans les prochaines semaines.

L'hypothèse la plus probable est que les chiffres d'affaires des magasins seront difficiles, a minima très instables pendant plusieurs mois. La visibilité des acteurs est faible.

On le voit, les réseaux en grande difficulté se multiplient : La Halle, Conforama, Camaieu, Naf Naf, Un Jour Ailleurs, Verywear etc.



Certains chercheront à se rassurer en rappelant qu'il s'agit d'enseignes déjà en difficulté avant la Covid.

C'est vrai, mais il faut aussi comprendre la réalité. L'erreur serait de penser que les réseaux et les commerçants, grands ou petits, qui étaient en bonne santé avant mars sont à l'abri de ces difficultés. Le danger serait que le risque soit sous-estimé et que l'écosystème (pouvoirs publics, bailleurs ...) pense que, comme il a réussi à le faire par le passé, le commerce va franchir en s'adaptant à minima à une telle conjoncture exceptionnelle.

Après deux mois de fermeture, sans chiffre d'affaires, les choses peuvent aller très vite si certains enjeux sont sous-estimés.

Les problèmes de trésorerie insurmontables pourraient intervenir rapidement. On le voit les banques tergiversent encore pour accorder un PGE à tel ou tel acteur alors que la crise est commencée depuis bientôt trois mois ! Or, il ne faut pas jouer les apprentis sorciers, tous les acteurs sont fragilisés, l'urgence absolue est qu'ils passent le cap de ce moment d'exception. Il nous semblait que c'était la volonté clairement affichée par le Président de la République et le Gouvernement en début de confinement.

Dans ce contexte, il est aisé de comprendre que les coûts d'exploitation doivent s'adapter à la réalité de l'activité. Le pire serait un déni.

Après des semaines de débats sur le sujet, de mobilisation des fédérations de commerçants dont Procos, des patrons des grandes enseignes non-alimentaires, et après l'échec de la médiation des loyers, deux appels solennels doivent être faits.

- **Le premier appel aux bailleurs propriétaires de locaux de commerce partout en France.**

-

En tant que bailleur, il est évident que votre enjeu pour les semaines à venir n'est pas d'obliger votre locataire commerçant quelle que soit sa taille à payer le loyer alors qu'il n'a pas fait de chiffre d'affaires pendant des mois ! Votre enjeu n'est pas de regarder le bail !

Votre véritable enjeu est de savoir si vous aurez encore un locataire pour votre local en 2021 et 2022 !

En tant que bailleur, vous avez une partie importante de l'avenir de votre locataire entre vos mains. Mais, en fait, il s'agit aussi de votre avenir.

Vous allez devoir vous positionner rapidement. Vous aurez compris, qu'à l'évidence, il faut en priorité sauver les magasins quels qu'ils soient et ne pas jouer le censeur en jugeant du besoin d'accompagnement. ... Le temps n'est pas aux décisions mièvres.

Vous pouvez rester obsédés par vos revenus, vos résultats à court terme, les rendements promis à vos épargnants, mais vos risques pour demain seront alors très élevés, de même que ceux que vous ferez prendre, en réalité, à votre modèle.

L'immobilier ne peut être un placement sans risque et ce risque est largement financé par les loyers. Or, beaucoup trop l'ont cru y compris les petits épargnants ou les petits bailleurs. Cette crise ne fera que des perdants mais il faut savoir privilégier d'acter une petite perte aujourd'hui plutôt de devoir en affronter une beaucoup plus grosse demain.

A chaque fois, qu'un bailleur décidera de ne pas accorder les mois de franchise nécessaire et l'adaptation du loyer à l'activité réelle des mois à venir pour que son locataire survive, il fragilisera les autres bailleurs. C'est la logique du château de cartes.

La fermeture d'un commerce, c'est l'augmentation de la vacance commerciale. Cette fois, elle sera durable. Elle entraînera de nouvelles fermetures de points de vente et il n'y aura pas de successeurs pour exploiter les lieux avant de nombreux mois.

Une spirale qui entraînera très vite une baisse d'attractivité des centres-villes, centres commerciaux et zones de périphérie. Très rapidement, la phase suivante sera la chute des loyers et des valeurs de patrimoine.

C'est une grande responsabilité. Ne privilégiez pas le court terme. Ce serait mauvais pour votre locataire, bien entendu, mais ce serait également mauvais pour vous et un mauvais choix aussi pour la société en contribuant au développement du chômage et à la fragilisation des lieux de commerce et des territoires.

Comprenez que quelle que soit leur taille, les commerces sont fragiles et en danger et que le sujet du loyer est fondamental dans cette survie. Il est frappant de voir combien certains croient encore que le modèle du retail est solide, génère

des niveaux de rentabilité suffisants pour franchir de telles étapes. Les prochaines semaines pourraient nous montrer combien c'est faux.

On entend certains dire qu'il y a trop d'acteurs dans certains secteurs, qu'un phénomène aussi violent assainira le marché. Mais à ceux-là, il faut dire combien de tels raisonnements sont dangereux et prétentieux, combien le contexte a été bouleversé en quelques semaines, combien certains secteurs, la restauration par exemple, semblaient en plein essor et vont se trouver fragilisés. Nous n'avons jamais connu une telle situation, une telle crise généralisée. L'heure n'est plus de savoir qui a raison ou tort dans l'interprétation d'un bail commercial. L'heure est à la survie, pour les deux parties. Or, la survie du bailleur passe par la survie de ses locataires.

- **Le second appel est destiné aux élus locaux, aux nouvelles équipes municipales. Votre mandat commence dans un contexte très particulier et aux problèmes multiples.**

- Mais, il vous faut faire dès aujourd'hui de la survie des commerces de toute taille, centre-ville comme périphérie, une priorité absolue.

Le développement de la vacance de locaux commerciaux est un risque majeur pour votre ville et votre territoire. Car c'est un marqueur visible, indélébile, de difficulté d'un territoire. Ayez-en conscience et mettez tout en œuvre pour que la vacance ne s'étende pas.

Vous me direz : que peuvent faire les élus ? Et bien deux choses au moins :

La première est en relation avec les bailleurs : il faut vous engager pour motiver les propriétaires de locaux dans votre ville afin qu'ils accompagnent leur locataire en annulant au maximum les loyers pendant la fermeture et en les réduisant pour les adapter à l'activité des mois à venir. Le poste loyer pèse lourd dans le compte d'exploitation. Rien ne sert de faire des efforts sur le reste si celui-ci n'est pas solutionné. Appuyez-vous sur les propriétaires attachés à votre territoire... C'est l'intérêt de tous et de chaque habitant. Le commerce est un bien commun local précieux mais fragile. Protégez-le, les petits commerces autant que les magasins tenus par des enseignes ou des franchisés.

La seconde idée est la fiscalité locale. Soyez volontaristes pour alléger les taxes et impôts payés par les commerces. Cela représente bien entendu

un effort budgétaire mais si les fermetures se multiplient, les recettes fiscales seront durablement affectées.

Tout commerce qui ferme aura beaucoup de difficultés à trouver un successeur. Pour le territoire, la ville, cela veut dire des problèmes durables, très compliqués à résoudre, soyez volontaristes sur le sujet.

Reste l'Etat. Les PGE vont accroître le niveau d'endettement des enseignes, pénaliser leurs capacités d'investissement. Or, il faut un plan commerce pour accompagner la transformation du retail, son adaptation à la consommation et à la société de demain. Il faut rapidement s'en donner les moyens et octroyer au commerce le même niveau de priorité que celui donné avec moins de retenue aux grands secteurs et acteurs de l'automobile ou de l'aéronautique.

Nous verrons dans les prochaines semaines si l'urgence de la situation a été comprise. Espérons-le car c'est essentiel pour le commerce et les territoires.