

ÉDITO

Par Emmanuel LE ROCH,
Délégué Général de Procos



Un Conseil National du Commerce pour coconstruire le commerce de demain ?!

Le gouvernement vient enfin de mettre en place un Conseil National du Commerce, qui réunit, sous la présidence de la ministre Olivia Grégoire, les différentes formes de commerce. Petits commerçants, grande distribution, enseignes du commerce spécialisé, élus locaux et grandes administrations seront représentés au sein du CNC.

Une création que Procos salue car la fédération réclamait celle-ci depuis les Gilets jaunes.

Nous sommes ravis et fiers en tant que membre de pouvoir en être un acteur engagé.

Est-ce la solution à tous les problèmes ? Les rêveurs diront que oui. Les sceptiques diront que cela ne servira à rien et les autres auxquels j'appartiens pensent que, même si tout reste à faire, cette création permet d'espérer et peut être perçue comme enfin le premier pas vers la mise en place d'une politique publique du commerce. Ce qui serait une première ; **un premier pas vers une certaine reconnaissance du secteur et de ses acteurs. Donc finalement, la correction d'une injustice** et d'une erreur politique majeure tant ces activités de commerce impactent à la fois l'économie mais aussi la vie quotidienne des Français.

Le CNC sera ce que nous en ferons collectivement. Nous devons nous montrer capables ensemble de dessiner le commerce de demain avec ses différentes formes et sa diversité qui font sa force.

Inventer ce futur suppose de traiter de sujets fondamentaux tels que :

- **la décarbonation de l'offre**, c'est-à-dire écoconcevoir les produits mais surtout concevoir

des modèles économiques qui permettent de vendre moins de produits tout en répondant encore mieux aux besoins d'usage des consommateurs. Il faut augmenter la durabilité des produits, réduire les impacts de toute la chaîne de valeur dès la conception, l'approvisionnement, la logistique, le magasin et même l'utilisation par le consommateur final.

C'est à terme, le défi majeur que doivent affronter et coconstruire tous les acteurs de la chaîne de valeur, le commerçant bien entendu mais également ses fournisseurs, les logisticiens, les propriétaires de locaux commerciaux etc. Il faut s'engager et accélérer tout de suite tant l'ampleur de l'ambition est grande. Il est nécessaire d'être ambitieux mais aussi réalistes sur la trajectoire.

C'est sur cet axe prioritaire que le commerce sera un contributeur majeur de la réduction de l'impact carbone de la société française dans son ensemble.

Compte tenu du poids de la consommation dans notre économie, cet enjeu dépasse largement le seul commerce et on peut vraiment s'étonner qu'il en ait été si peu question jusqu'ici dans la réflexion publique. On parle beaucoup d'industrie mais rien ne sera solutionné sans l'engagement de l'aval donc du commerce et de la distribution, avec une collaboration indispensable des fournisseurs industriels.

Reste un sujet majeur : on ne met pas en œuvre un tel plan sans entreprises rentables et sans financements. Or, chacun le sait, la majorité des secteurs du commerce est confronté à un

dangereux effet ciseaux entre tension sur la consommation et forte hausse des coûts de production. Par ailleurs, la défaillance de plusieurs réseaux et la fermeture de points de vente ont mis le doute chez une partie des secteurs financiers et bancaires.

Nous n'échapperons donc pas, très rapidement, aux réflexions sur le modèle économique, la baisse de certains coûts tels que ceux de l'immobilier et la mise à plat de la fiscalité pour que celle-ci soit en phase avec les deux objectifs majeurs que doivent être : l'accélération des transformations des acteurs et la présence de magasins dans les territoires.

Il nous faudra convaincre l'Etat, le monde financier et bancaire de mettre en œuvre une véritable politique d'accompagnement : des financements, une politique fiscale incitative mais aussi des réglementations, des normes qui soutiennent l'innovation et qui ne viennent pas empiler les contraintes et les rigidités.

- **Autre enjeu fort, la transition énergétique.** Pour la filière commerce, c'est en particulier la baisse de la consommation des magasins. Là aussi, il s'agit d'objectif commun et de coréalisation. Le commerçant doit réaliser ses investissements sur les aménagements et équipements pour baisser sa consommation. Mais, les propriétaires donc les bailleurs devront également prendre à leur charge ce qui leur incombe : **en contrepartie d'un loyer mettre à disposition des locaux respectant les normes et les enjeux d'aujourd'hui et de demain.** Tant que la préoccupation principale d'une grande partie de cette profession sera de rechercher les solutions visant à transférer en refacturant à leur locataire commerçant la part la plus importante des investissements et dépenses qui relèvent de leurs responsabilités, non seulement cela n'avancera pas mais, en plus, cela agira à nouveau sur l'accélération de la fragilisation croissante des points de vente. Or, il ne semble pas que cela puisse être aligné sur les objectifs du CNC et la politique d'accompagnement du secteur.
- **Globalement, le problème le plus compliqué à résoudre pour les entreprises de commerce de toutes tailles est celui de la capacité d'investissement.** Le CNC devra tout investiguer pour y parvenir : accroissement de la rentabilité, baisse des coûts, réduction des normes, simplification/accélération, accès aux

financements, fiscalité incitative à impact positif...

Il me semble que les objectifs prioritaires d'une politique publique et d'accompagnement des acteurs privés doivent être triples.

- **Décarboner la chaîne de valeur mais en inventant les conditions de modèles économiques pérennisés** pour que le commerce demeure durablement cet acteur à impact positif de notre future société,
- **Servir les besoins et le bien-être des citoyens consommateurs, partout en France, dans un monde plus respectueux de la planète,**
- **Et le troisième et fondamental objectif : s'assurer que le commerce reste une pièce maîtresse de la vie territoriale, du lien social et de l'emploi local.** Or, ce n'est pas une mince affaire ! Puisqu'il faut créer les conditions de ces exploitations rentables sur la plus grande partie du territoire tout en s'adaptant à des complexités croissantes : rareté foncière, normes environnementales, concurrence internationale... Cela interroge sur les mobilités des hommes et des marchandises (cf. par ailleurs l'article « La mobilité, l'un des paramètres les plus complexes pour imaginer l'avenir du commerce mais aussi celui des lieux et des villes »), l'accessibilité et l'attractivité des lieux mais aussi les coûts immobiliers (loyers, charges, fiscalité)...

La première réponse à apporter pour le moyen terme est celle de l'objectif. Quel commerce et quelle ville souhaitons-nous ? Quelle vie ? Quelles diversités d'offre ? Quelles possibilités de choix ? ... De la réponse à ces questions doit découler une vision partagée, des trajectoires, des mesures d'accompagnement, des plans d'actions et objectifs mesurables.

Allons-y, avançons. Dans ces enjeux et responsabilités collectives, chacun doit prendre sa part.

Mais n'oublions pas, le monde a changé. Maintenant, comme l'industrie le commerce peut être déterritorialisé. Avec la plateformesation, sa pérennité territoriale passe par une organisation omnicanale réelle des entreprises, un autre enjeu vital.

Or depuis début 2023 le commerce non alimentaire est confronté à une baisse inédite des volumes vendus.

Les légères hausses de chiffres d'affaires cachent en fait la baisse du nombre de produits vendus ([cf. Panel Procos activité avril du commerce spécialisé](#)) et l'écrasement des marges unitaires et du volume de marge. La rentabilité est affectée par une consommation sous tension et des coûts qui ne cessent d'augmenter. **Une équation impossible. Un mur qui peut être infranchissable pour de nombreux magasins voire certains réseaux.**

A court terme, il nous faut retrouver la rentabilité et baisser les coûts fixes.

Cela pose la question de l'indexation des loyers et des coûts de l'énergie par exemple.

Dans quelques mois, après le travail de propositions dans des groupes thématiques, nous serons confrontés à la vérité de la décision politique. Quelles propositions pourront prospérer ? Nous verrons.

La réponse est sans doute dans la question que chacun doit se poser dès aujourd'hui ? **Quel commerce souhaitons-nous pour demain ? Avec quelles qualités sociétales ?**

Travaillons, proposons et souhaitons, qu'ensuite la politique arbitre en donnant sa juste place au commerce dans une ambition générale France 2030 et un grand plan d'investissement qu'il faudra impérativement renforcer pour répondre à tous les enjeux et faire effet de levier avec un investissement privé. Le commerce devra y avoir sa juste place et les acteurs devront se montrer à la hauteur des enjeux si l'Etat joue son rôle d'impulseur et prend ses responsabilités (simplification, accélération, ...).

J'ai le sentiment que le partage de vision n'a jamais été aussi en ligne. Les propos tenus par les ministres et les entreprises lors de la séance inaugurale du CNC semblent en être une preuve. **Reste à passer des paroles aux actes, chacun dans son rôle et ses responsabilités. ■**