

## À LA UNE

# Commerce de détail ; ne pas laisser se multiplier les défaillances et les fermetures de magasins



**Le commerce de détail traverse d'importants changements.** Certains portent sur la consommation, d'autres sont la conséquence de la numérisation de la société et d'autres encore relèvent de l'impérieuse décarbonisation de l'économie.

**Or, ces changements prennent le relai de plusieurs années de fortes crises :** Gilets jaunes, Covid, inflation à la suite du déclenchement de la guerre en Ukraine et de la crise énergétique...

**De nombreuses enseignes ont récemment rencontré de grosses difficultés** pour des causes diverses : Camaïeu, San Marina, André, Burton... **Quels enseignements peut-on en tirer ?** Est-ce le cycle normal du commerce, certains disparaissent et de nouveaux prennent leur place ?

La situation est tout de même préoccupante car les conséquences vont au-delà de celles directes et déjà graves en elles-mêmes : destructions d'emplois, disparitions de magasins voire d'entreprises de taille importante...

**En effet, ce qui se passe peut avoir de très importants effets sur les territoires, les centres-villes et les lieux de vie de chacun d'entre nous.**

**Le sujet doit être pris au sérieux. Et les entreprises doivent être accompagnées lorsqu'elles ont besoin de faire face ponctuellement à des difficultés** alors même que leur pérennité n'était pas en cause avant ces crises successives.

Notons par ailleurs que s'il s'agissait d'industries ou d'usines, les réactions et mobilisations seraient bien différentes notamment du côté des pouvoirs publics.

Car de quoi est-il question ? Parle-t-on de quelques fermetures ? S'agit-il de petites entreprises sans histoire ou d'enseignes qui n'avaient plus de clients ? Pas du tout. Certaines telles que Camàieu avait une clientèle qui demeurait très importante.

En fait, il s'agit d'entreprises qui doivent financer de profondes transformations après une très longue crise qui les a beaucoup fragilisées.

**Évidemment, la question n'est pas d'aider n'importe quelle enseigne si elle n'est plus viable mais de ne pas laisser tomber des acteurs qui, avec un appui limité, pourraient franchir une étape conjoncturellement difficile pour être, demain, contributeur d'un commerce transformé.**

Sachons-le, si nous laissons tomber des acteurs en place sur les fondements de principes inadaptés à la situation actuelle (rembourser des PGE de crise, faire face à une hausse jamais rencontrée de l'énergie, effet ciseaux sur le compte d'exploitation...) alors **reconstruire et résoudre les problèmes créés sera très compliqué voire impossible demain.**

**Laisser faire sous prétexte de difficultés ponctuelles** de trésorerie, de fonds propres insuffisants ou d'absence de capacité de financement, **c'est accepter les conséquences sur les centres-villes partout en France. C'est entretenir également la frilosité du monde bancaire** actuellement peu présent aux côtés des enseignes et des commerçants.

**Pourtant, il faut investir.** La transformation de la consommation, de sa décarbonation, est sans doute, avec la transition énergétique, l'un des principaux défis de nos transformations sociétales.

Décarboner la consommation, c'est progressivement changer l'offre, la conception et le contenu des produits vendus.

C'est préférer la durabilité, proposer de nouvelles offres telles que l'abonnement ou la location. Qui aura la capacité de le faire ? Les enseignes françaises ou de grands acteurs internationaux voire les plateformes ? Et surtout, avec quelles retombées sur la France ?

**Nous ne nous dirigeons pas vers un monde sans consommation.** Nous continuerons de nous alimenter, nous habiller et d'avoir besoin d'équipements pour toutes nos activités. Il faut inventer des offres produits et services ainsi que des modèles économiques plus durables.

**Soit, nous laissons faire** et ne s'en sortira qu'un nombre réduit d'acteurs qui parviendront à mettre en œuvre ces transformations avec leurs seuls moyens.

**Soit, nous prenons conscience qu'il faut agir maintenant** pour ne pas laisser se développer la spirale négative des difficultés qui impacteront l'économie, le niveau de concurrence mais également les retards dans les transformations de la société française dans son ensemble.

L'enjeu final est la vitalité et la qualité de vie dans les territoires et les villes de toutes tailles.



Le développement de la vacance commerciale entraîne la baisse d'attractivité des rues et fragilise d'autres magasins voisins qui se retrouvent à leur tour en difficulté etc...

Là est l'enjeu. Or, les réseaux de magasins ne se construisent pas en quelques années, si l'on excepte le cas particulier du discount.

Il nous faut bien appréhender les conséquences qu'aurait sur ce sujet une application dogmatique de la fin « du quoi qu'il en coûte ». Si les moyens nécessaires à la poursuite d'activité sont raisonnables, il faut bien réfléchir. **Le non-accompagnement par les pouvoirs publics d'entreprises pourtant viables à court/moyen termes entraînerait des conséquences qui dépassent la seule disparition d'une enseigne.** Car, le commerce possède des externalités positives locales grâce à ses magasins, sans compter les conséquences sur les fournisseurs, prestataires ...

**N'en doutant pas le commerce de demain sera largement construit par les enseignes actuelles et autour d'elles.** Elles seules ont la capacité de répondre en même temps à tous les impératifs auxquels il faut faire face en particulier transformer la société, la consommation tout en restant des acteurs positifs du pouvoir d'achat du plus grand nombre. Elles seules peuvent disposer de la masse critique, écraser les coûts fixes, atteindre les économies d'échelle permettant de transformer sans faire exploser les prix de vente aux consommateurs finaux.

**L'écosystème dans son ensemble doit réagir** et accompagner les enseignes et commerçants pour que le plus grand nombre d'entre eux puissent franchir un cap compliqué : propriétaires de locaux commerciaux (adaptation des loyers), banquiers et assureurs crédits (financement de trésorerie et d'investissement), gouvernement et parlement (aider à franchir une étape conjoncturelle et à investir) et Banque de France (tenir compte dans les notes des investissements de décarbonation et des conséquences de la crise Covid)...

**Ne l'oublions pas, la consommation reste l'un des moteurs vitaux de l'économie française.** Il faut agir. Laisser la vacance commerciale se développer représenterait un danger « mortel » pour de nombreuses rues commerçantes et lieux de commerce, situations auxquelles il sera difficile de remédier par la suite. **Ne commettons pas les erreurs faites lors de la désindustrialisation.** Ne prenons pas de retard dans la transformation du commerce pour ne pas augmenter le nombre d'acteurs fragilisés demain.

**Par ailleurs, la décarbonation,** priorité sociétale et politique s'il en est, **doit s'appuyer sur l'axe commerce et ses acteurs, une priorité sectorielle au même titre que l'énergie, l'automobile par exemple. Car le commerce c'est l'un des débouchés majeurs de l'industrie, comment transformer l'amont sans transformer l'aval !?**

**Les défaillances actuelles ne doivent pas être banalisées, les difficultés de trésorerie (coûts de l'énergie et écrasement des marges) ne peuvent être sous-estimées :** l'accompagnement durant une telle période est une nécessité et la meilleure des décisions pour préparer l'avenir.

Par ailleurs les conflits sociaux actuels ne peuvent, s'ils sont durables, qu'accélérer la fragilisation des tissus commerciaux locaux. Un effet collatéral important qu'il faut appréhender.

Sur le plus long terme, la fragilisation actuelle ne doit pas cacher les vrais enjeux et les effets que pourraient avoir les retards d'investissement sur l'ensemble du secteur dans les prochaines années. ■

