

À LA UNE

Commerce :
faire face aux incertitudes, avoir la capacité de s'adapter tout en poursuivant le rythme des transformations pour préparer l'avenir !



Quelle sera l'activité des prochaines semaines ? A quelles modifications de l'environnement du commerce va-t-il falloir faire face ? Réponse ô combien difficile ! Pourtant **continuer d'innover, de se transformer, de construire des modèles d'affaires adaptés au futur doit rester dans les feuilles de route**, quoi qu'il arrive ! Trouver le bon chemin, le bon rythme n'est pas simple pour les dirigeants d'enseignes et leurs équipes.

A cette période de l'année, la question est toujours la même dans le commerce : les perspectives sont-elles bonnes pour la fin de l'année ? Pour de très nombreux secteurs du commerce de détail, l'année se joue durant ses derniers mois !

Qu'en sera-t-il en 2024 ? Tous les espoirs restent permis mais les incertitudes n'ont sans doute jamais été aussi nombreuses et potentiellement impactantes.

Sur le plan macroéconomique, les paramètres donnent de l'espoir pour la consommation des prochains mois : l'inflation continue de baisser, les taux d'intérêt également, l'énergie est moins chère, notamment l'essence. Or, ces éléments sont fondamentaux pour la perception des Français, leur état d'esprit et l'orientation de leur consommation : des éléments positifs donc.

Pourtant, le contexte présente de nombreuses incertitudes voire des inquiétudes fortes.

Le nouveau gouvernement va devoir trouver des solutions pour faire voter un budget, et les débats sur celui-ci ainsi que ses orientations peuvent s'avérer de nature à créer d'autres tensions. Economies budgétaires, recettes fiscales, autant de sujets qui préoccuperont une partie des Français. Les uns craignant des augmentations d'impôts, les autres que les économies budgétaires impactent leur condition de vie (retraités, prestations sociales, ...). Inquiétudes de fond également sur certains secteurs tels que la construction, l'automobile et les défaillances d'entreprises dont le rythme reste malheureusement élevé, c'est le cas dans le commerce de détail.

Du côté des entreprises, la visibilité est également très faible avec des inquiétudes sur l'impôt sur les sociétés mais également sur des créativités fiscales potentielles qui viendraient pénaliser les entreprises du commerce, le coût du travail ou de nouveaux impôts. Difficile de faire des prévisions pour 2025 tant les paramètres à prendre en compte pour préparer les budgets présentent de nombreuses inconnues : une augmentation du SMIC de 2 % par anticipation en novembre a été annoncée mais de nombreuses questions restent en suspens, par exemple dans le domaine des exonérations de charges pour les bas salaires, préoccupantes également pour l'emploi dans les secteurs du commerce de détail dont le volume d'emplois est très important.

Ce qui domine c'est le sentiment à nouveau de très peu maîtriser l'avenir proche et d'être à la merci d'un contexte qui peut rapidement modifier l'économie et le comportement de consommation pour les prochains mois.

Un contexte qui n'est pas favorable à l'investissement des entreprises du commerce qui, pour beaucoup, ralentissent leur rythme de transformation du fait de fortes inconnues. Or rappelons que la transformation du commerce réclame de multiplier par deux les niveaux d'investissement des entreprises pour atteindre 4 % du chiffre d'affaires. La situation n'y est pas favorable : tension sur la rentabilité, frilosité des banques vis-à-vis du retail, manque de visibilité sur l'avenir...

Comment réagiront les consommateurs ? **Après un été en demi-teinte, le mois de septembre a été soutenu, notamment dans l'habillement et la chaussure** du fait d'une météo très favorable alors qu'elle avait été très dégradée en septembre 2023.

En octobre, les évolutions d'activité sont comparables à celles de 2023 avec une tension qui reste forte sur l'équipement de la maison ([cf. communiqué ici](#)).

Certains secteurs, en particulier l'équipement de la maison, restent très affectés par le contexte général, en particulier le marché de la vente de logements anciens et de constructions neuves. Le premier devrait doucement reprendre avec la baisse des taux d'intérêt. Mais, le retour à une dynamique pour les constructions de logements neufs mettra beaucoup de temps à se rétablir ; les prochains mois devraient donc rester moroses pour ces activités.

Les acteurs du commerce ont de nouveaux interlocuteurs au sein du gouvernement avec Françoise GATEL en qualité que ministre délégué, Antoine ARMAND à Bercy. Les échanges ont déjà commencé.

En tant que Procos, fédération du commerce spécialisé, nous souhaitons pouvoir travailler rapidement avec eux et leurs équipes pour agir en faveur d'un commerce dynamique et créer les conditions de ses impératives transformations, car ce n'est pas parce que le contexte budgétaire s'est complexifié que les enjeux et priorités ont changé. En premier lieu, parce que lorsque l'on s'intéresse au commerce les enjeux dépassent le cadre d'un secteur économique classique. C'est la vie des gens qui est en jeu ([lire par ailleurs « Le commerce : les enjeux pour la société et le vivre ensemble... »](#)).

Nous nous félicitons du fait que le Sénat ait adopté le 20 octobre dernier la loi simplification. Ce projet de loi était resté en suspend du fait de la dissolution de l'Assemblée nationale. Rappelons que **cette loi comprend en particulier la mensualisation des loyers de commerce, sujet essentiel pour la trésorerie des entreprises du commerce de détail.** Cette modification législative est urgente afin de pouvoir alléger le plus rapidement possible les trésoreries des commerçants dont beaucoup sont encore sous tension. **Espérons que la volonté du gouvernement et le calendrier de l'Assemblée nationale permettront d'obtenir un vote et une ratification rapide** de cette loi qui ne pose aucune difficulté tant elle résulte d'une concertation entre tous les acteurs au sein du Conseil National du Commerce. On parle de début 2025, ce qui est malheureusement bien tard.

Normalement donc, aucune tension politique et, au contraire, l'occasion pour le politique de montrer aux acteurs économiques qu'il est possible de valider des projets et de dépasser les difficultés relatives à l'absence de majorité.

En ce qui concerne le travail avec le gouvernement et les élus locaux au sujet des activités du commerce, nous espérons poursuivre le travail engagé et le dynamiser.

Plusieurs enjeux importants sont devant nous, citons par exemple :

- **Comment faire respecter toutes les règles aux plateformes** telles que Shein ou Temu avant qu'elles n'affectent trop fortement notre tissu commercial ?
- **Comment lutter contre les risques de vacances commerciales, en particulier en centre-ville** et agir rapidement contre les risques de fragilisation du tissu commercial. Un enjeu économique bien entendu, mais également un enjeu sociétal tant la place du commerce est vitale dans la vie locale.
- **Comment accompagner l'investissement de transformation des entreprises de commerce** pour qu'elles affrontent les importantes modifications de la consommation, des conditions de la concurrence, des attentes des consommateurs et de la société : économiser les ressources de la planète, économie d'énergie, intégration dans la conception de la ville de demain, adaptation des zones commerciales... ?
- **Comment mettre en avant les innovations des enseignes, leurs engagements, démontrer combien nos secteurs sont positifs pour la société**, agissent pour aller vers un commerce et une consommation plus responsable. Or, il est trop souvent question des défauts de nos secteurs, des impacts négatifs, en particulier le secteur de l'habillement souvent montré du doigt. Mais, qui parle de ce que les acteurs mettent en œuvre pour améliorer à tous les niveaux de la chaîne de valeur ? Pouvoirs publics, consommateurs, doivent prendre conscience de ces efforts et récompenser ces démarches, s'engager à leur côté, plutôt que de décrier en ayant un prisme critique plutôt que d'accompagner et de soutenir.
- **Enfin, mais sans doute est-ce le plus important, former les collaborateurs, les préparer à un avenir différent, les faire grandir à la fois pour que nos secteurs soient attractifs et nos entreprises performantes et donnent du sens à leur impact sociétal** au-delà de leurs performances économiques.

Récompenser et reconnaître les collaborateurs en les formant à leurs métiers de demain, à acter leurs compétences par des diplômes grâce à la validation des acquis. Mais aussi avoir les compétences pour permettre à nos entreprises de devenir des acteurs d'un commerce réellement plus serviciel. L'un des enjeux de demain.

Tout ceci dans un objectif majeur, la nouvelle raison d'être de Procos **« Agir pour un commerce qui donne envie »** doit être durable et responsable. Toutes nos actions doivent s'inscrire dans cet objectif individuel mais surtout collectif.

Les dossiers sont nombreux, notre responsabilité collective l'est également vis-à-vis des consommateurs, des citoyens et des collaborateurs. Les commerçants ont leur destin en mains mais ils ont évidemment besoin de progresser avec leur environnement : les propriétaires immobiliers, les élus locaux, les fournisseurs, et les citoyens consommateurs.

Donc à long terme, les choses sont claires, nos ambitions collectives doivent être réaffirmées sans relâche. Nous devons faire en sorte qu'elles subissent le moins possible les aléas et les impacts du court terme. Mais avouons que c'est difficile tant les crises et les changements modifient les conditions fréquemment.

Quelles seront les conséquences des difficultés budgétaires de la France ? Comment les difficultés de majorité à l'Assemblée nationale peuvent-elles affecter l'activité des prochains mois ? Comment évolueront les conflits en Ukraine et à Gaza avec leurs impacts potentiellement lourds sur l'énergie, les matières premières et le commerce international ?

Une chose est sûre ; les incertitudes sont nombreuses et vont probablement durer. Les obligations budgétaires de la France risquent de créer des difficultés nouvelles et l'environnement politique demeurera tendu. Donc, pour les entreprises de commerce, il faut faire avec ces éléments, s'adapter pour faire face à court terme, tout en poursuivant les ambitions de transformation pour se préparer au moyen et long terme.

Pour y parvenir, il faut bien entendu que chacun fasse son métier au mieux. Mais, il faut également réfléchir et travailler ensemble, partager, de manière à innover, à créer la plus grande valeur avec des moyens réduits.

Le collectif, la co-construction doivent être les chemins privilégiés pour se préparer à la société de demain. La complexité est telle que trouver seul les meilleures solutions est devenu illusoire. Il faut coopérer, cocréer et partager les bonnes pratiques.

Dans ce cadre, par exemple, il faut protéger ce qui fonctionne. Les dernières années ont démontré combien, localement, le commerce doit être une préoccupation permanente car la manière est fragile, les aléas fréquents. **L'importance de compétences locales, en particulier à travers des managers de commerce/territoire** s'imposent comme une nécessité impérieuse, une fonction et des actions qui doivent s'inscrire dans le temps long. Il est donc vital par exemple, dans une période où les collectivités doivent faire des économies que ces managers soient maintenus en poste car ils sont devenus indispensables. Ils ne sont pas des variables d'ajustement mais un facteur non suffisant mais indispensable de la bonne compréhension du commerce localement, du dialogue entre public et privé, notamment entre élus et commerçants.

Il faut donc sécuriser ces femmes et hommes et ne pas perdre ces compétences vitales.

Favoriser ce travail entre tous les membres de l'écosystème est l'ambition que s'est donnée Procos car il faut trouver des solutions intelligentes, s'occuper des équipes si essentielles pour notre avenir, trouver les bons compromis et un partage de la valeur permettant à chacun de trouver son modèle économique pérenne qui permette de toujours investir pour l'avenir et une transformation continue.

Pour y parvenir, un maître mot, la confiance, qui passe par l'écoute de l'autre et la volonté tenace de trouver les chemins du compromis pour prioriser la création de valeur collective et favoriser le bien commun. Chaque acteur doit assurer ses missions, individuellement. Mais, il est nécessaire en plus de viser l'impact favorable du collectif ■