

ÉDITO

Par Emmanuel LE ROCH,
Délégué Général de Procos



Le commerce est un acteur engagé des transformations sociétales et doit être enfin reconnu comme tel.

Le gouvernement a présenté son plan de relance et le projet de loi de finances est en cours de discussion au Parlement.

Il n'aura échappé à personne que le commerce n'est pas au cœur du plan de relance, ni même à sa frange.

Les maîtres-mots sont industrie et écologie.

Nous pouvons toutefois noter avec satisfaction la baisse des impôts de production de 10 milliards dont 1,5 milliard pour les entreprises de commerce. C'est un bon début à une demande des entreprises de commerce et de Procos depuis des années. Malgré tout, cela reste insuffisant et ne règle pas le sujet de la mise à plat de la fiscalité actuellement défavorable au commerce physique et qui permettrait de construire un environnement de concurrence équitable entre les canaux. **La suppression de la Tascom** portant sur les magasins, outil de production par nature du commerçant serait un pas important pour le commerce dans le cadre du plan de relance, Procos s'est associé aux principales fédérations du secteur pour la demander.

Bien entendu, quelques mesures sont prévues en faveur des TPE-PME (économie d'énergie des bâtiments et appui à la transformation numérique, par exemple). Les entreprises du commerce correspondant à ces tailles pourront donc en bénéficier mais cela ne couvre ni les ETI, ni les entreprises plus grandes qui transforment leurs organisations et leur parc de points de vente.

On regrettera notamment, et il nous semble essentiel de corriger cette insuffisance, **l'inexistence de dispositif puissant visant à accélérer la transformation numérique** au-delà des TPE (suramortissement comme dans l'industrie, par exemple) **et d'incitation forte en faveur des investissements et dépenses de baisse de consommation d'énergie des bâtiments de commerce**. De nouvelles obligations seront mises rapidement en place (décret tertiaire) mais aucune incitation n'est prévue pour engager les acteurs dans une démarche positive. **Normes et sanctions mais pas de dynamique !**

Même si nous le comprenons car les ménages ont été les principaux bénéficiaires des mesures d'accompagnement (chômage partiel...), nous notons qu'aucune mesure ne vient soutenir la consommation contrairement aux choix fait par l'Allemagne. En fonction des évolutions de la consommation des prochains mois, notamment des personnes les plus impactées par la crise, il nous semble que le gouvernement devra intervenir car cela peut devenir indispensable à la survie de nombre de commerçants. Nous pouvons espérer que les Français déséparquent les 85 milliards épargnés depuis la crise mais ils ne feront qu'après le retour de la confiance. Or, le besoin de consommation pour sauver les acteurs et soutenir l'économie risque de faire cruellement défaut dans les neuf mois qui viennent.

Nous partageons bien entendu le choix de privilégier la protection de la planète comme fil rouge du plan de relance. L'urgence fait loi.

Mais pour être efficace cela ne peut se limiter à quelques secteurs. Il faut embarquer tous les secteurs et toutes les tailles d'entreprise.

Or, la situation du commerce est connue. Les entreprises quelle que soit leur taille ont vu leur situation financière dégradée par la Covid.

Si les ventes de l'été ont été meilleures qu'anticipées, si certains secteurs (sport, équipement de la maison...) ont connu une activité dynamique, d'autres se trouvent dans une situation beaucoup plus tendue (équipement de la personne, restauration, cinéma, salle de sport...).

Autre source de préoccupation, la fréquentation des points de vente qui a connu une baisse très marquée après la rentrée scolaire. Espérons que celle-ci ne soit pas le premier signe d'un fléchissement de la consommation qui, nous le savons, sera impactée par le retour de mesures de restriction plus fortes et consécutives au développement du virus.

Les derniers mois de l'année seront déterminants. Nous devons apprendre à vivre durablement avec la Covid mais de nombreux aléas compliquent la visibilité.

Avant même de parvenir à la mise en œuvre du plan Relance en 2021 et à ses premiers résultats, il faut rester très attentif à la situation des commerçants. Objectif : en sauver un maximum en cas de difficulté dans les prochaines semaines. En cas de complications consécutives à de nouvelles mesures liées à la Covid, ou de baisse forte de la consommation, **le gouvernement devra réagir très vite comme il a su le faire depuis le confinement** en remettant en place des mesures de chômage partiel, de suppressions de charges sociales et fiscales dès que cela sera nécessaire. C'est de cette réactivité et de ce pragmatisme que dépendent encore la survie de nombreux magasins.

Si la consommation résiste sur la fin de l'année, de nombreux commerçants seront en bonne voie pour franchir cette étape difficile. Restera l'année 2021 en fonction de la crise sanitaire sur le premier semestre. Il faut rester flexible et franchir les étapes une à une.

Si la consommation fléchit d'ici fin 2020, au contraire, la fragilité des entreprises réapparaîtra immédiatement appelant des accompagnements indispensables : aides, baisses de loyer ...

Une période de tous les dangers donc, un manque de visibilité et une impuissance car le déroulement des prochaines semaines dépend beaucoup de la Covid et des décisions gouvernementales ou préfectorales. Par exemple, réduire à 1000 personnes la capacité d'accueil d'un centre commercial comme cela a été fait à Marseille n'a pas de sens au regard de la surface totale d'un centre commercial.

Le remboursement des PGE et ses conséquences sur l'endettement est un autre point déterminant sur lequel il faut trouver des solutions. Nous l'avons dit dans notre Livre Blanc, le commerce spécialisé doit investir 5 à 6 % de son chiffre d'affaires chaque année dans ses transformations : digital, omnicanal et commerce responsable.

Le remboursement actuel des PGE sur un maximum de six ans présente un très fort risque pour les commerces. En effet, cela suppose de consacrer 3 à 5 % du CA au remboursement en fonction du niveau de PGE souscrit. Un tel remboursement annuel ne permettrait pas de dégager les capacités d'autofinancement pour les transformations omnicanales et responsables du secteur ni d'accéder aux emprunts d'investissements correspondants.

Le commerce est indispensable à la vie dans les territoires, c'est un acteur fondamental de l'emploi local.

Comment transformer l'économie, la consommation, les territoires, sans générer une dynamique de transformation des acteurs du commerce de toute taille ?

Malheureusement, le commerce n'est encore une fois pas affirmé comme un secteur d'avenir.

La communication a un sens ; réaffirmer le caractère central des acteurs du commerce pour la société de demain aurait permis de générer une réassurance. Les commerçants et enseignes ont fait preuve de résilience mais il est indispensable que ceux-ci soient soutenus en étant identifiés comme essentiels pour la construction de la société de demain. Aujourd'hui, ils ont trop souvent le sentiment d'être catalogués parmi les activités du passé !

Mieux, lorsqu'il est question de traiter de l'artificialisation des sols dans les territoires, une seule activité est stigmatisée : le commerce de périphérie.

Au lieu de tout mettre en œuvre pour faire du commerce un acteur dynamique et positif de la transformation sociétale, on cherche à lui appliquer des contraintes et des difficultés spécifiques : mauvaise piste et mauvais message ([lire par ailleurs l'article « Moratoire, une très mauvaise idée pour impulser l'indispensable modernisation des périphéries. Donnons-nous plutôt une ambition ! en cliquant ici »](#)).

Mettre en place un plan de relance ne peut se limiter à ses aspects financiers.

Le gouvernement doit chercher à motiver et à entraîner les acteurs économiques de tous secteurs et les citoyens pour qu'ils s'engagent dans une trajectoire partagée en donnant envie à chacun d'y contribuer.

La relance, pour être efficace doit être mobilisatrice. Les enseignes et tous les commerçants y sont prêts. Ils savent le parcours à accomplir, sont déjà engagés mais ils ont également besoin d'être reconnus, considérés et accompagnés.

La mise en œuvre d'un véritable plan commerce et territoire doit demeurer un objectif, faire l'objet d'une mobilisation avec un engagement gouvernemental. Cela relève d'un choix de société et non seulement d'arbitrages financiers. Veut-on construire une France dans laquelle le commerce et ses acteurs contribuent à la qualité de vie des habitants dans les territoires, à l'animation des lieux de vie ?

Répondons à cette question. Et si oui, tirons-en les conclusions sur les moyens à mettre en œuvre pour y parvenir, les priorités et la prise en compte des externalités positives et négatives de chaque modèle de commerce. ■