

ÉDITO

Par Emmanuel LE ROCH,
Délégué Général de Procos



Le commerce, acteur des enjeux territoriaux

Depuis quelques années, les crises se succèdent, l'environnement est instable, des questions existentielles se posent sur l'avenir de la consommation voire de la croissance et de nombreuses enseignes ont connu de graves défaillances.

Gilets jaunes, Covid, crise énergétique, forte inflation et difficultés de pouvoir d'achat sont autant d'événements consécutifs qui ont de quoi épuiser et mettre le « moral dans les chaussettes ». S'ajoutent à cela, les importantes transformations des marchés de la mode, le blocage du marché de la construction, puis des réglementations européennes et françaises qui s'additionnent sans cesse.

Une instabilité, une insécurité et des difficultés qui aurait de quoi faire abandonner bon nombre de commerçants et d'enseignes.

Cette lecture sombre n'est pas totalement infondée mais tous les secteurs du commerce ne sont pas confrontés au même contexte. De nombreux secteurs ou positionnements d'entreprises connaissent une dynamique qui permet de faire oublier et de dépasser une bonne partie de ces éléments et événements.

De même, si le commerce et son avenir font l'objet d'une attention particulière c'est du fait que les fermetures de magasins préoccupent des élus, notamment dans les centres-villes. **Par ailleurs, les zones commerciales** ([lire par ailleurs l'article « Zones commerciales : 74 territoires d'expérimentation dévoilés, place à la co-construction des projets »](#)) **deviennent un objet de politique publique** à la fois parce que l'avenir du commerce dans ces zones

inquiète certains mais aussi parce que les territoires ne pourront bientôt plus construire.

Les zones commerciales, avec de grands parkings, attisent tout à coup les convoitises des acteurs de l'aménagement et de la promotion immobilière.

Animation de la ville, qualité de vie, avenir des centres-villes, vie dans la rue, transformation des centres commerciaux ou des zones commerciales, sont autant de dossiers sur lesquels les commerçants, les enseignes sont concernés et impactés, parfois malgré eux.

Malgré eux en effet, car les autres évolutions de la société, les mobilités douces, la réduction de la place de la voiture, la pacification de l'espace public, les travaux dans la ville ... sont **autant de « chantiers sociétaux » qui ont un impact souvent direct sur l'activité des commerçants.** Tant de chantiers qui ont tendance à comprimer l'activité tout en augmentant les coûts d'exploitation. Or à ce rythme, la fragilisation de beaucoup va s'accroître irrémédiablement.

Si l'épisode Covid avait plutôt rassuré tout le monde sur la capacité de résistance du commerce physique dans un monde omnicanal, les magasins représentant toujours 75 % à 95 % des ventes selon les secteurs, si l'on n'y prend garde la difficulté croissante de se déplacer dans les prochaines années (accès en centre-ville, baisse de l'utilisation de la voiture...) **ces lourdes contraintes de mobilité pourraient représenter à nouveau un risque majeur** pour les activités physique du commerce. Si les personnes se déplacent trop difficilement, des solutions seront trouvées pour mettre les produits à disposition des clients selon d'autres modèles

(livraisons à domicile, points de retrait, drive collectif...).

Il en va de même si des solutions ne sont pas trouvées au niveau français et européen pour limiter le rayon d'action et contraindre la croissance des plateformes internationales telles que Temu ou Shein, mais aussi sur d'autres aspects d'Amazon tant la taille de cette dernière est de nature à inquiéter compte tenu des pouvoirs atteints sur certains marchés. Idem pour Google qui capte une part croissante des coûts de visibilité sur le web ...

Autre dossier insuffisamment pris en compte et appréhendé avec un fatalisme coupable, **le coût des loyers commerciaux et leurs évolutions** ([lire par ailleurs l'article « Commerce dans les territoires : pourquoi pourrait-on parler de tout sauf des loyers ?! »](#)). Laisser ce dossier en le prenant comme un impondérable, un fait acquis relevant d'un marché d'offre et de demande fonctionnant de manière équilibrée, ne permet pas d'apprécier la situation avec justesse et donc de trouver les solutions pour construire l'avenir. Tout se passe encore trop souvent, à tous les niveaux, comme si les commerçants et les enseignes avaient la capacité de franchir toutes les difficultés ; chacun cherchant à se rassurer en interprétant les défaillances d'enseignes ou les fermetures de points de vente comme une issue obligatoire pour des commerçants qui n'ont pas su s'adapter.

Et, pourtant l'énergie et la prise de conscience sont là, notamment du côté de la ministre du commerce Olivia Grégoire. Le Conseil National du Commerce réfléchit et cherche à produire des propositions sur ces sujets. La ministre annonce sa volonté de travailler sur les centres-villes, les zones commerciales, l'innovation et l'IA dans le commerce. **Des mesures**

de simplification sont annoncées, intégrant la mensualisation des loyers qui est un réel pas en faveur de la trésorerie des exploitants.

Action Cœur de Ville et Petites Villes de demain sont prolongées ; l'ANCT a des moyens, la Banque des Territoires investit...

Tout ceci est positif et doit être salué. Il faut juste s'assurer que tous les sujets à véritable enjeu sont traités, aussi bien au niveau de l'Etat, des collectivités locales mais aussi des propriétaires immobiliers.

Les commerçants doivent faire leur part, en partie seuls mais aussi aidés et l'écosystème politique et économique doit prendre en compte la « lessiveuse » dans laquelle les acteurs du commerce sont depuis des années ainsi que l'empilement de contraintes nouvelles et de coûts qui pèsent sur leur modèle pour ne pas nier les risques et les difficultés et donc s'attaquer aux risques majeurs : plateformes chinoises, niveau de loyer, difficultés de recrutement, difficultés de financement des investissements... Dans le cas contraire, la cible sera manquée et les objectifs non atteints.

Le commerce et ses acteurs sont donc aux cœurs des enjeux sociétaux. Ils sont à la fois acteurs économiques et biens communs, facteurs de nuisances mais aussi acteurs positifs de l'économie et des territoires. N'en faisons pas la cible facile des critiques d'une société de consommation qui serait dépassée mais plutôt un objectif impérieux de nos qualités de demain et celles de nos enfants.

Cela doit obliger à avoir une autre vision, donc d'autres priorités et moyens pour aborder les éléments qui pourraient mettre en risque ces objectifs sociétaux, sociaux et économiques. ■