

À LA UNE

2019 : un manque de visibilité, des enjeux sociétaux, des dossiers importants pour les entreprises du commerce

L'année 2019 sera-t-elle plus simple que 2018 pour le commerce ? Nul ne le sait mais il est possible d'en douter !

En 2018, avec une météo très capricieuse, souvent problématique, particulièrement pour l'équipement de la personne, et des grèves SNCF interminables, l'activité du commerce a connu une première partie d'année morose jusqu'à septembre.

Au regard d'un mois d'octobre plus dynamique, nous espérons tous que la fin de l'année permettrait de rattraper une partie du retard pris. C'était sans compter avec les actions des Gilets jaunes, événement de nature et ampleur sans précédent.



© La Montagne

Après le Black Friday, les repères habituels des enseignes n'avaient plus le même sens tant a été compliquée voire impossible l'exploitation normale des magasins dans de nombreuses villes quels que soient leur importance et le type d'emplacement, centre-ville comme périphérie.

Les événements parisiens ont beaucoup marqué les esprits du fait de leur médiatisation. Mais, beaucoup d'autres villes ont, elles aussi, été confrontées à des événements depuis mi-novembre.

Au-delà des conséquences économiques considérables, ces multiples actions ont eu de nombreuses et très difficiles retombées pour les équipes des magasins. Être confronté aux violences et interrogations permanentes sur l'obligation de fermer le point de vente a généré une situation de stress sans précédent. S'y ajoutent, bien entendu, le manque à gagner pour des exploitations de toute taille ainsi que les impacts sur les rémunérations. Ces conséquences sont multiples et durables pour les collaborateurs.

Procos a suivi de très près l'évolution des différents épisodes de l'action des Gilets jaunes et leurs effets sur les réseaux en termes d'impact sur l'activité des enseignes, et, ceci de manière, d'une part, à alerter le gouvernement sur les conséquences économiques et d'autre part, expliquer l'importance de mettre en place une organisation spécifique de crise pour aider les acteurs du commerce à faire face aux difficultés actuelles et à venir.

Procos participe chaque semaine aux échanges de la cellule de continuité économique sous l'égide de la Direction Générale des Entreprises, qui a pour objectif de s'assurer que les mesures de soutien ne se heurtent pas à des problèmes d'application locale. Nous avons défendu l'idée de guichet unique afin de faciliter les démarches des entreprises et de prises de décision générale en termes de report du paiement des charges sociales (Urssaf...) ou de la TVA. Cette approche globale n'a pas été retenue pour maintenir une approche au cas par cas, entreprise par entreprise.

Le gouvernement a privilégié un traitement au cas par cas, c'est donc à chaque acteur de faire ses démarches localement auprès de la Direccte, de la Dgfi... pour exposer sa situation et défendre son dossier en cas de difficulté de trésorerie.

Nous avons rencontré les conseillers du Président de la République, du Premier ministre et du ministre de l'Economie afin qu'ils prennent la mesure, à court et moyen termes, des risques et conséquences des événements (difficultés de trésorerie pour les réseaux mais également pour leurs partenaires - franchisés, affiliés... -, problèmes de stocks, de relations avec les fournisseurs et bien entendu, risques pour l'emploi).

Nous avons aussi écrit à la fois au Conseil National des Centres Commerciaux et aux principaux propriétaires et gestionnaires de centres commerciaux afin que ceux-ci soient très à l'écoute des difficultés particulières et exceptionnelles rencontrées par les enseignes pour accompagner ces dernières en adaptant les dispositions contractuelles et ce, même si leur centre commercial n'a pas été directement touché par les événements.

Malheureusement, la fin décembre n'a pas marqué, comme il avait été espéré, la fin des événements et des actions. La visibilité sur les mois à venir reste donc très difficile.

En conséquence, le premier trimestre étant primordial pour le secteur, nous poursuivons nos actions en 2019 :

- **Le gouvernement a décidé de proroger les mesures d'accompagnement jusqu'à la fin mars**, conscient que les conséquences économiques et les difficultés des acteurs peuvent intervenir avec retard.
- **Les soldes de cette année prennent une importance encore plus centrale** dans la gestion des stocks et la préparation de la suite de l'activité même s'ils ne permettront pas de compenser le retard pris.
- **Autre point crucial : poursuivre la transformation dans laquelle la grande majorité des enseignes s'est déjà engagée.** Mais, cela suppose des moyens et les acteurs fragilisés rencontreront davantage de difficultés dans cette démarche d'adaptation au commerce de demain.



© L'Internaute

Le mois de décembre s'est terminé avec une baisse du CA magasins à surface égale de - 3,8 % selon le Panel Procos. Après quinze premiers jours catastrophiques, la semaine précédant Noël et la suivante ont donné lieu à un rebond d'activité.

Toutefois, l'évolution moyenne des chiffres d'affaires cache des réalités très diverses. En effet, les situations régionales et ville par ville sont très variées et certaines zones géographiques ont été particulièrement touchées par des actions récurrentes chaque weekend ou des opérations de blocage des accès depuis le début des événements. Dans ce cas, il n'est pas rare d'avoir des magasins ayant perdu entre 20 et 30 % du CA prévu en décembre ! Par ailleurs, la situation est différente selon les réseaux et les secteurs d'activité du retail.

Il faut évidemment rappeler qu'une baisse de chiffres d'affaires (-3,8 %) en décembre (souvent 2,5 à 3 fois un mois standard) n'a pas les mêmes impacts économiques que lorsqu'elle porte sur d'autres mois de l'année.

Enfin, le chiffre d'affaires n'est pas le seul paramètre à analyser et n'est pas révélateur de toute la situation. En effet, le rebond d'activité de fin décembre est très fortement dû aux opérations promotionnelles très « volontaristes » (« vente privée »...) mises en place par les acteurs dès le lendemain de Noël, abandonnant ainsi de nombreux points de marge dans le but de, rapidement, réduire les stocks et rentrer du « cash ».

L'Ebitda et le résultat des enseignes et des commerçants seront fortement impactés.

Nous avons présenté cette situation exceptionnelle non seulement au gouvernement mais également à la Fédération Bancaire Française afin qu'elle soit sérieusement prise en compte dans les ratios lors de l'analyse de la santé financière des acteurs (convenances bancaires, lignes de crédits...). La Fédération Bancaire Française a pris des engagements relayés auprès de ses adhérents. Il conviendra de surveiller si la bienveillance demandée est mise en œuvre ou si certains établissements se limitent à l'application des engagements contractuels. Bien entendu, plus les événements durent, plus le problème se complexifie car les reports d'échéances pourraient ne plus être suffisants pour assurer des solutions économiques viables.



© Freepik

2019 ne manquera pas de dossiers de fond importants et de débats. Procos s'impliquera dans chacun d'entre eux afin d'accompagner la transformation des enseignes et l'intégration du commerce dans la société de demain avec les nouvelles attentes et habitudes des consommateurs...

Prenons ici quelques exemples de ces dossiers :

- **Dans les prochaines semaines, nous resterons très attentifs aux difficultés rencontrées par les réseaux.** Bien entendu, notre rôle ne peut être la résolution de toutes les difficultés. Mais, Procos continuera d'être force de proposition et de servir d'alerte pour les cas les plus complexes, de relais facilitateur vers les structures nationales de l'administration, des banques... afin que des solutions soient étudiées pour éviter les décisions radicales aboutissant à certaines impasses alors même que toutes les solutions possibles n'auraient pas été étudiées et les bons acteurs mobilisés.

- Paradoxalement, le commerce, acteur privé le plus important dans les territoires a été l'une des « cibles » des Gilets jaunes et une victime fréquente des événements. Localement, les habitants n'appréhendent manifestement pas toujours le commerce comme un facteur important de la vie et de l'emploi locaux. Par ailleurs, le commerce apparaît encore pour beaucoup comme une activité lucrative et favorisée, alors même qu'il connaît de nombreuses difficultés en période de pleine transformation.

Au moment où un grand débat national est organisé par le gouvernement, on peut s'interroger, voire s'inquiéter, de la manière dont peuvent être pris en compte les rôles économiques et sociaux du commerce dans les réflexions sur la société de demain, l'avenir des territoires...

Ce grand débat a-t-il une chance de réconcilier les uns avec les autres dans un objectif sociétal commun ou, au contraire, va-t-il contribuer à cristalliser les fractures ?!

Le commerce n'est l'ennemi ni des territoires ni des citoyens. Au contraire, il représente, comme peu d'autres, un élément fondamental de la vie quotidienne dans tous les territoires ! Près de 3 000 000 salariés dans le commerce répartis sur tous les territoires. **Par définition le commerce est un des rares éléments de l'égalité territoriale et de l'aménagement du territoire car il est présent partout sans distinction.**

Bien entendu, il reste à mieux intégrer l'activité du commerce dans le territoire et les villes de demain. C'était notamment l'objectif de la loi ELAN ! Mais cela n'enlève pas le caractère vital de cette activité économique dans la diversité territoriale.

Les débats sur la dynamisation des centres villes ... d'il y a quelques semaines seulement paraissent déjà très lointains compte tenu des événements récents, et pourtant l'enjeu demeure essentiel.

Espérons que les conséquences des actions des Gilets jaunes sur le commerce local ne rendront pas encore plus complexe la mise en œuvre des plans d'action de redynamisation de ces territoires. On peut toutefois s'inquiéter tant de nombreux commerçants seront fragilisés après cette période. Il faut s'attendre à des fermetures de commerces qui n'auront malheureusement pas survécu aux conséquences directes de baisses de chiffre d'affaires.

Une mauvaise nouvelle qui ne manquera pas d'accentuer le mal-être et le sentiment « d'abandon » dans de nombreuses villes.

- **La relation du commerce avec le territoire repose une question urgente (déjà d'actualité avant les événements mais qui le devient encore davantage), celle de la réforme totale de la fiscalité du commerce.**

Chacun le sait, les acteurs du commerce sont en pleine transformation afin de s'adapter aux attentes de la consommation d'aujourd'hui et de demain. Les conséquences économiques du mouvement des Gilets jaunes vont limiter terriblement les moyens indispensables à la réussite de ces modifications des acteurs, entraînant ainsi pour les enseignes une fragilisation croissante et une réduction des capacités d'adaptation, pourtant urgente.

Réformer le modèle retail demeure une nécessité pour le futur. Il ne faut pas ralentir ce mouvement vital pour les acteurs. **Il faut donc de façon urgente, adapter certains paramètres : la fiscalité est un axe qu'il faut privilégier.** On parle depuis des mois de cette mise à plat de la fiscalité du commerce. Procos, comme de nombreuses fédérations du commerce, en rappelle l'urgence très régulièrement. Les conclusions du rapport de l'Inspection Générale des Finances (IGF) remis au gouvernement en juillet n'ont pas été rendues publiques. Le moment est venu d'approfondir ce dossier et de trouver des solutions.



© Freepik

En effet, même si l'on parle de taxer les GAFA, le gouvernement ne traite pas de cette mise à plat indispensable de la fiscalité du commerce dans le but d'assurer une équité concurrentielle entre les différents acteurs. Rappelons qu'il s'agit simplement de faire en sorte que la vente en magasin ne soit pas pénalisée par rapport aux ventes internet, demande qui ne paraît pas exorbitante.

La taxe GAFA, malgré sa « popularité », ne doit pas servir d'alibi qui laisserait penser que tout est réglé. Ce serait une aubaine pour les Gafa telles qu'Amazon, mais une catastrophe pour les acteurs du commerce omnicanal. En effet, la fiscalité actuelle porte en très grande majorité sur le magasin (TLPE, Tascom...) et pénalise fortement les commerçants qui vendent en magasins. Il ne s'agit pas de s'attaquer à internet. La plupart des commerçants vendent à la fois en magasins et sur le net. **Mais, il est indispensable d'établir un niveau de fiscalité comparable assurant les conditions d'une concurrence normale.**

Ce dossier est urgent. Il en va de la survie de nombreux magasins dans les territoires, donc de l'emploi local, enjeu essentiel alors que les tensions sociales et sociétales sont à leur comble depuis quelques semaines. Un enjeu d'aménagement du territoire. Ne pas traiter ce sujet, ne pas tenter de trouver avec les élus locaux des solutions qui répondraient à la fois au nouveau modèle économique du commerce et aux ressources indispensables des collectivités territoriales ne feraient que décaler le problème dans le temps, mettant en danger un nombre croissant de commerce avec un risque durable de fermetures de points de vente magasins générant une paupérisation locale.

Le gouvernement doit s'employer très activement et sereinement à la recherche de solutions de concert avec les différentes parties prenantes (commerce, services de l'Etat, élus locaux...) pour permettre au modèle économique du commerce de s'adapter à demain tout en respectant les moyens indispensables aux transformations sociétales locales.

Au moment où débute le grand débat national, au cœur duquel les questions fiscales occuperont une place centrale, il ne saurait être question d'envisager une augmentation de la pression fiscale du commerce.

N'oublions pas ici que chaque augmentation de taxe est finalement portée par le commerçant même lorsqu'elle vise un tiers en première approche (le propriétaire des locaux par exemple car celui-ci transfère le plus souvent cette charge fiscale à l'exploitant commerçant).

- **Autre dossier important pour Procos dans les mois à venir : les coûts globaux immobiliers et les rapports entre propriétaires de locaux commerciaux et commerçants locataires.** En effet, alors que les coûts (loyers, charges, taxes...) continuent de croître dans de nombreux sites, les chiffres d'affaires des magasins décroissent, de même que la fréquentation des points de vente et de nouveaux équilibres se créent entre les différents lieux et canaux de vente (centres commerciaux, rues marchandes, internet, réseaux sociaux...).

Le modèle de demain sera différent. Les équilibres et les relations contractuelles entre acteurs de la filière doivent en tenir compte. A l'heure où l'on constate une nouvelle inflation de l'Indice des Loyers Commerciaux (ILC) et une activité du commerce plutôt atone, de nouvelles approches doivent se mettre en place pour tenter des adaptations aux réalités du commerce d'aujourd'hui et de demain.

On le voit, l'actualité est dès à présent marquée par plusieurs dossiers brûlants qui influenceront l'avenir du commerce et des commerçants.

Bien entendu, en 2019, Procos poursuivra ses missions habituelles d'accompagnement de ses adhérents dans leurs maillages territoriaux, en France et à l'étranger mais aussi dans leurs multiples enjeux : transformation digitale, efficacité omnicanale, à court terme et toujours dans une vision prospective... ■