

À LA UNE

Continuer à coconstruire une politique publique du commerce pour les prochaines années demeure vital



©<https://www.carnets-voyage-photos.fr>

Alors que la France est concentrée sur le résultat des élections législatives et attend un futur gouvernement, il est évidemment difficile de se projeter sur la consommation des prochains mois et la place que prendra le commerce dans les préoccupations de nouveaux élus et gouvernants. Les inconnues sont nombreuses. Ces périodes déstabilisent fréquemment la consommation des ménages. Souhaitons que cette situation soit de courte durée et que l'été apporte son lot habituel d'insouciance et de plaisir.

Puisque le futur paysage politique reste à construire, c'est le moment de rappeler à nos prochains députés et ministres, les enjeux majeurs pour les acteurs du commerce et les territoires ainsi que la place centrale occupée par les activités de commerce de détail dans l'économie mais encore plus sans doute dans la vie des citoyens et l'ensemble de la société. A nous, donc d'appréhender cette place pour construire la société de demain, nos lieux de vie, nos villes et nos campagnes.

En effet, les éléments fondamentaux sont identifiés car de nombreux travaux ont été effectués ces dernières années. Mais, il faudra trouver le chemin pour établir avec les élus une politique publique du commerce qui parte des constats (risques et insuffisances...).

Le premier est celui de l'importance vitale du magasin dans nos vies individuelles et familiales. Car le magasin est bien au cœur de nos vies aussi bien pour une consommation quotidienne que plaisir. Mais au-delà, le magasin est aussi un lieu de découvertes, d'innovations, de nouvelles possibilités et voire au-delà un lieu d'apprentissage à travers les conseils du commerçant, des ateliers et expériences.

Historiquement, c'est également un lieu de rencontres et de lien social. La forme a changé avec le temps mais c'est toujours le cas aujourd'hui et il faut que cela continue demain.

C'est cette conscience majeure qui doit être la base de l'objectif de la politique publique du commerce, quelle que soit l'orientation de la politique générale du pays, parce que le commerce c'est la vie dans tous les territoires.

Reconnaissons à Olivia GREGOIRE, le fait d'avoir eu la volonté de mettre en place des actions en faveur du commerce de détail, mais aussi son souhait de co-construction en s'appuyant sur les acteurs de la filière avec, notamment, **la création essentielle du Conseil National du Commerce.** Celle-ci a été une étape majeure, celle de la reconnaissance des acteurs et du secteur mais également celle de disposer d'une structure d'échanges, de travail et de proposition pour éclairer cette politique publique du commerce, la motiver et la dynamiser. **Il est évidemment fondamental de poursuivre les travaux du CNC et le rythme de ceux-ci, vitaux pour coconstruire l'avenir.**



©<https://www.carnets-voyage-photos.fr>

Les prochaines semaines devront donc permettre de reprendre ce travail et de confirmer la prise en compte du commerce comme élément fondamental pour la société de demain et la vie des Français.

Parler commerce, c'est parler vitalité des territoires, animation de la ville, satisfaction des besoins des citoyens, qualité de vie locale mais également lien social, lieu de rencontres mais également emploi local, perception de vitalité de la vie économique et sociale dans les cœurs comme dans les périphéries des villes.



© JC MILHET / HANS LUCAS

Tout ce qui peut mettre en danger la qualité de ce tissu commercial local doit être appréhendé et combattu.

Il faut donc en premier lieu, **permettre aux commerçants de s'adapter aux évolutions de la société et aux lieux de commerce de se transformer,** de s'adapter aux évolutions de la consommation mais aussi de l'environnement et de la société en général. Cela suppose plusieurs éléments sur le plan des décisions publiques : **simplifier** pour alléger les procédures et le délai pour se transformer, **ne pas empiler les réglementations nouvelles** donc stabiliser les règles pour permettre aux commerçants de travailler sereinement, **se mobiliser pour augmenter les capacités d'investissement** qu'il faut accélérer pour affronter les enjeux du futur. Augmenter les capacités d'investissement, c'est tout faire pour réduire les charges d'exploitation mais c'est aussi avoir un système financier mobilisé pour accompagner les transformations des acteurs de ces secteurs du commerce du détail.

Il faut également protéger et faire respecter les mêmes règles par tous les acteurs. Aujourd'hui, par exemple, il est impératif que les niveaux et moyens de **contrôle des plateformes internationales,** (on pense par exemple à Shein ou Temu voire Amazon), permettent que tout soit mis en œuvre pour s'assurer que les normes techniques, de sécurité,

environnementales soient respectées par tous, mais aussi que certains mécanismes, (par exemple la vente à perte), fonctionnent et s'appliquent efficacement à ce type d'acteurs. S'ils ne sont pas opérants, alors établissons de nouvelles modalités qui permettent d'assurer l'efficacité de l'équité concurrentielle, c'est la même chose sur le plan fiscal.

Si ces sujets ne sont appréhendés ni avec l'urgence ni avec le sérieux indispensable, il est évident que nous laisserons se fragiliser doucement mais sûrement une partie des acteurs exploitants des magasins donc, les tissus commerciaux locaux.

Ces nouvelles plateformes n'ont la plupart du temps aucune implantation locale et n'en ont pas besoin. Le point de vue du territoire, la régulation qui s'impose au commerce physique ou les équilibres trouvés sur le plan d'un territoire ne s'applique aucunement à ce type d'acteurs. **Donc attention, il est maintenant possible malheureusement d'assister à une déterritorialisation progressive du commerce de détail.**

Ce danger doit être pris au sérieux. L'issue n'est pas certaine tant l'importance du « lieu magasin » a d'autre intérêt que le seul fait de trouver des produits. **Mais cette déterritorialisation est maintenant un risque possible** puisque la présence physique n'est pas une obligation et dès lors les règles et les coûts s'appliquant au commerce physique seraient lourds et fragiliseraient trop le tissu commercial.

Car fragiliser le commerce local, c'est fragiliser un tissu constitutif de notre société. Le magasin est au cœur de la vie sociale, idem pour les centres-villes ou les centres commerciaux. Ce tissu commercial local est une force très importante pour la France. Il est fragilisé, on le voit avec le développement de locaux vides dans de nombreux endroits, mais il resterait solide à condition de réagir en lui permettant de se transformer, se développer en le protégeant d'acteurs prédateurs qui ne respectent pas les règles qui pourtant devraient s'imposer à tous.

L'autre enjeu, quel que soit notre futur politique sera de donner envie aux jeunes et aux moins jeunes de travailler dans ces secteurs passionnants qui constituent le commerce. Il faut progressivement redonner plus de fierté à travailler dans ces secteurs. Cela suppose une réflexion commune des entreprises, du système éducatif, l'Etat et les collectivités locales pour que le commerce soit pris en compte comme **un acteur majeur de la formation, de la progression sociale, de la réalisation personnelle et de l'expérience collective.**

Travailler dans le commerce doit aller au-delà de la nécessité de vendre des produits.

Ces métiers servent avant tout à répondre aux problèmes des consommateurs, à leurs difficultés mais également à leurs envies à leurs plaisirs. D'où **l'impératif de construire un commerce réellement serviciel** dont l'approche se ferait sous l'angle de la solution à des besoins mais avec des réponses plus larges qu'uniquement celle de la vente de produits. Fragiliser le tissu commercial fragiliserait la capacité de ce secteur dans sa contribution à la progression et à l'élévation sociale, l'ensemble de la société et des territoires en souffriraient de fait.

Procos a récemment décidé de s'inscrire dans une nouvelle raison d'être « Agir pour un commerce qui donne envie ». C'est notre enjeu pour les années à venir et il est évident que nous n'y parviendrons que si nous arrivons à convaincre tout l'écosystème, les élus locaux, fournisseurs mais aussi les propriétaires immobiliers et, bien entendu, les futurs élus et gouvernants au niveau national.

Nous sommes à la veille d'une révolution technologique qui transformera nos métiers. En effet, l'intelligence artificielle doit nous permettre de mieux servir le client, de mieux personnaliser et prévoir les achats, les stocks, gérer la logistique...

Mais cela n'a de sens que si nous dépassons l'enjeu économique, transactionnel, pour construire un commerce qui donne envie car il répond à la multiplicité des attentes des consommateurs, respecte l'environnement et anime les lieux et la vie quotidienne. Qu'il donne envie aussi aux collaborateurs du secteur d'y travailler car le commerce a un sens et un rôle social très important pour la qualité de vie.

C'est pourquoi, demain comme hier, l'impératif de mettre en œuvre une politique publique du commerce est vital pour la construction de notre avenir.

Souhaitons que nombre de nouveaux élus prendront connaissance de ces enjeux et seront sensibilisés à l'importance du commerce de détail qui, trop souvent, apparaît comme un acquis dans notre société du fait qu'il a toujours été présent et qu'il peut donc affronter toutes les tempêtes. Or, le magasin est fragilisé, certains territoires le savent et sa pérennité passe par cette conscience permanente qu'il est vital pour nos sociétés et celles de nos enfants car il dépasse de très loin son seul rôle économique. ■