

À LA UNE

Le commerce : les enjeux pour la société et le vivre ensemble s'ajoutent aux problématiques du secteur et de ses acteurs



©LeVarois

Quel autre secteur économique que le commerce fait l'objet d'autant de réflexions, de réactions, d'inquiétudes ? L'agriculture bien entendu revient régulièrement au-devant de la scène et très souvent pour des questions de modèle économique, de rémunération des exploitants et de rapport avec la grande distribution ou l'industrie agro-alimentaire.

L'industrie, génère également certaines inquiétudes, des plans sectoriels en faveur de la réindustrialisation ou sur l'avenir de certains filières telles que l'automobile ou l'aéronautique.

Pourquoi le commerce préoccupe-t-il tant et suscite-t-il autant de commentaires, réactions, débat... ? Parce qu'**aucun secteur autre que le commerce n'est aussi proche du quotidien de tous et des préoccupations de chacun.** Car, il est évident que chacun de nous est en interaction avec les commerçants, les enseignes... Chacun de nous vit directement les changements, difficultés ou innovations de l'ensemble des acteurs du commerce.

Au-delà de l'économique, nos secteurs et entreprises occupent une place dans notre quotidien ; ils influent sur nos lieux et rythme de vie.

Bien entendu, chacun d'entre nous réagit selon un prisme différent en fonction de son lieu de vie, ses aspirations, préférences et choix... mais aussi de ses moyens financiers. Et, aucun de nous ne reste insensible à cette matière multiple et diverse qu'est le commerce.

Pourquoi le commerce diffère-t-il des autres secteurs :

- Tout d'abord, parce **qu'on en a besoin en permanence pour s'approvisionner** et en particulier pour les besoins quotidiens, notamment alimentaires.
- Mais cela va bien au-delà pour une multitude de raisons. La première est celle de savoir si les habitants d'une ville, d'un bassin de vie ont le sentiment de pouvoir satisfaire leurs besoins les moins fréquents dans les domaines de l'équipement de la maison par exemple.

Mais l'utilité et l'impact du commerce et des commerçants dépassent la seule de satisfaction de besoins identifiés.

On parle de plaisir, désir, souhait de voir de belles choses, d'innovation, d'originalité... Le commerce répond aussi au souhait d'appartenir à des groupes sociaux ou des communautés plus ou moins ouvertes.

Il s'agit également mais n'est-ce pas le plus important, de voir des gens, de se rencontrer, échanger avec les commerçants, passer un moment agréable au milieu des autres, parfois même sans leur parler, parce que nous sommes des « animaux » sociaux. Même si la société est de plus en plus individualiste, si on peut faire beaucoup tout seul grâce au numérique, il est vital de rencontrer les autres, connus ou inconnus.

La sensibilité concernant les sujets liés au commerce, les débats locaux, les inquiétudes ou au contraire le plaisir et la bonne image proviennent très souvent d'éléments qui ne relèvent qu'en partie seulement de la satisfaction de nos besoins. C'est en premier lieu, une perception de dynamisme, d'ambiance. Bien entendu, il n'y a pas que le commerce, les restaurants et cafés, la sécurité, la propreté, sont autant de critères fondamentaux. Mais dès qu'il y a des vitrines vides, des magasins fermés, l'inquiétude se réveille. **Commerçants, élus locaux, habitants commencent immédiatement à s'inquiéter craignant la spirale négative.**

On le voit bien, **ces éléments dépassent le seul cadre du fonctionnement économique** d'un secteur ou d'entreprises prises isolement car **le commerce est un acteur social majeur.**

- **La qualité de vie locale** mais aussi l'animation des centres-villes, des quartiers, voire des centres commerciaux et des périphéries sont fondamentales dans la qualité d'un territoire. Le commerce fait partie de notre environnement de vie. Il est constitutif de la qualité des lieux que nous fréquentons plus ou moins souvent. Nous revenons à la notion de plaisir et pas seulement à celle de satisfaction de nos besoins essentiels.
- **Parce qu'un commerce en difficulté, des locaux vides, le développement de la vacance commerciale laissent penser aux habitants que les choses vont mal**, que la ville est en difficulté. Une perception de perte de qualité de vie, une inquiétude pour l'avenir. Donc un enjeu politique majeur.
- **Autre aspect, celui de la relation humaine, les lieux où on aime aller. Le commerce est le premier réseau social.** Il est indispensable pour nos besoins individuels et familiaux mais au moins autant pour notre collectif.

Or, la différence est fondamentale. **Les secteurs du commerce ne doivent pas être appréhendés sous le seul angle du secteur économique** mais davantage comme un secteur très impactant pour la vie et les territoires. C'est fondamental à garder en tête car cela doit changer le prisme, l'attention qu'on y porte.

La fermeture d'un magasin, la défaillance d'une enseigne représente un drame social, des pertes d'emplois évidemment comme dans tous secteurs mais c'est en fait bien plus que cela.

Car l'impact va au-delà de l'économique, c'est celui de **la perte de lieu de socialisation, de moments de plaisir, c'est l'image d'un territoire qui se dégrade avec des risques d'effritement du tissu commercial et de baisse d'attractivité du territoire** vis à vis de nouveaux habitants, touristes etc.

L'impact n'est pas qu'économique, il est profondément sociétal car le commerce, les commerçants sont concernés par tous les moments de la vie de chacun d'entre nous, de nos familles et amis.

Pourquoi rappeler cela ? Parce que nous sommes aujourd'hui face à une situation différente de ce qui s'est passé historiquement.

Aujourd'hui et demain, il est totalement possible de satisfaire la quasi-totalité de ses besoins auprès d'acteurs qui n'ont aucune présence territoriale. On peut tout faire à distance, consommer mais aussi répondre aux besoins médicaux, de relations avec les services publics, les banques... C'est techniquement possible. Le lien entre certaines activités et le territoire n'est plus obligatoire. Cela rend possible une certaine déterritorialisation du commerce. **Aujourd'hui, il semble difficile de penser sereinement qu'un commerce qui disparaît sera remplacé par un autre plus nouveau, plus imaginaire.** Non le futur acteur peut très bien être en **Chine ou ailleurs** et livrer le consommateur directement à partir de son pays d'origine. C'est ce que font Shein et Temu par exemple. Plus de commerçants dans le territoire, un acteur logistique à l'autre bout du monde. Ne pensons plus que cela n'est pas possible. Cela existe déjà et des millions de Françaises et de Français achètent des centaines de milliers de produits chaque semaine. Sans faire le lien avec les conséquences que cela peut avoir demain ou après-demain autour de chez eux.

Or, c'est ce dont il s'agit. Si l'unique côté économique compte, seule la libre concurrence peut être la règle encore faut-il que tout le monde respecte les mêmes règles. Mais, si on considère que l'impact sociétal du commerce va au-delà de cela alors **la politique publique doit dépasser ce cadre et avoir d'autres ambitions à impacts en particulier sur la vie locale.** Pour aller au-delà, il faut un engagement collectif, nationalement et localement car il en va tout simplement de l'idée que l'on se fait d'une société du vivre ensemble.

C'est là-dessus qu'il faut travailler et que chacun s'engage quel que soit son rôle : commerçant, consommateur, élu local ou national, propriétaire immobilier...

Les mois et années à venir nous montreront si la prise de conscience de ces enjeux est réelle. En matière de politique publique par exemple, le commerce n'a jamais été une priorité. Il a été encadré dans son développement, réglementé, mais rarement sous l'angle d'un accompagnement de son développement, d'aide pour ses innovations mais plutôt sous l'angle de la restriction. Pourtant, nous ne répondrons à ces enjeux que par deux conditions : le dialogue sur la place du commerce dans la société et la santé économique des acteurs pour qu'ils innovent et s'adaptent. ■



©pointsdevente.fr