

## À LA UNE

---

# Commerce et commerçants, acteurs positifs de la construction de la société de demain



© freepik.com

Tous les observateurs le prédisent, la rentrée sera difficile pour le commerce. Pertes d'emploi, inquiétude pour l'avenir sont, on le sait, défavorables pour le commerce et la consommation. La Covid sera toujours là, le chômage va se développer...

Beaucoup de raisons de s'inquiéter donc et d'être pessimiste pour les acteurs du commerce à court terme.

Peut-on pour autant faire de cette période un moment profitable pour préparer le commerce de demain et contribuer aux évolutions de la société ?

On le sait le commerce devra être plus digital et plus responsable.

**Plus responsable ?** On pense alors à la conception et la provenance des produits, à consommer moins d'énergie, au recyclage, à une meilleure prévision des ventes pour mieux dimensionner les approvisionnements... Bien entendu il faut accélérer sur ces sujets et avancer sur tous ces objectifs en parallèle tout en poursuivant les investissements digitaux et omnicanaux.

Cela suppose de dégager des moyens, des compétences, modifier les organisations mais sans doute **et avant tout, être dans un état d'esprit favorable à ces démarches.**

Toutefois ne confondons pas deux sujets. A l'issue de la Conférence Citoyenne pour le Climat, ne nous trompons pas, plus d'écologie nous fera moins consommer de ressources de la planète mais ne nous protégera pas de tout, et d'une future épidémie. Réduire l'impact de la mondialisation pourra réduire la vitesse de diffusion d'un virus, éventuellement en réduisant les conséquences économiques, mais dans quel délai et avec quelle efficacité ?

**A force de montrer du doigt la consommation, le commerce, on finirait par penser et croire que s'agit d'une activité néfaste.**

Rappelons en premier lieu que la consommation est le principal moteur de l'économie française et que, sans elle, notre économie s'écroulerait rapidement laissant sans emploi des centaines de milliers de personnes.

**Le commerce représente 3 millions d'emplois, qui plus est non délocalisables en ce qui concerne le commerce physique. Or, dans Responsabilité Sociale et Environnementale (RSE) il y a social.**

**« Le commerce spécialisé, une chance pour la France » est le titre du récent Livre Blanc Procos/EY.**

A quoi serviraient les changements de société s'ils ne se préoccupaient pas des hommes et des femmes, de leur revenu, de leur travail ? Or le commerce est avec les services, la seule activité économique privée qui assure du travail dans tous les territoires, partout en France.

**Dans nos réflexions sur le futur, nous devons rechercher la qualité de vie pour le plus grand nombre. Le commerce est un gros contributeur du lien social, du quotidien des français, âgés ou plus jeunes. C'est un « bien commun » du territoire.**

Faire mieux demain, c'est s'assurer de préserver ce rôle fondamental du commerce dans le territoire. **Le commerce n'est pas seulement un secteur économique, c'est un acteur du quotidien, un acteur transversal de la société.** C'était le cas hier, ce le sera demain. La vie humaine c'est aussi et avant tout « faire société ». On a vu combien le confinement a créé l'isolement, le manque et combien nous avons pris conscience que la vie ne pouvait se limiter à cela, combien rencontrer d'autres personnes nous est essentiel...

**Mieux consommer ne doit pas non plus signifier entrer en décroissance ni rendre les produits inaccessibles à une partie des Français.** On le sait la croissance est ce qui permet à une société de profiter au plus grand nombre.

On le sait produire mieux reste très compliqué sans augmenter les prix de vente, or augmenter les prix c'est exclure. Il faut bien entendu construire d'autres repères pour la croissance, le PIB n'est pas suffisant, la croissance du bien être doit trouver sa place, être mesurée. Le commerce et la consommation en seront une des composantes.



Permettre au plus grand nombre d'accéder à des offres supposera de massifier également demain pour permettre des prix accessibles. Les circuits courts ne résoudre pas tous les besoins. Prix bas, meilleure qualité... l'avenir ne se réduira pas à la vente de produits chers ou à des citoyens frugaux.

On le sait les années futures vont obliger à produire moins, sans doute faut-il que chacun s'attende à voir ses revenus décroître tout en travaillant plus afin de consommer moins d'énergie ? Nous n'y sommes pas préparés et n'en avons pas conscience, mais surtout, cela ne pourra pas se combiner en plus avec se priver de tout. Se faire plaisir devra rester un objectif prioritaire. Un projet de société est en projet vers lequel le plus grand nombre a envie d'aller, pour lequel chacun a envie de contribuer.

**Le commerce a de nombreux impacts positifs qui sont en permanence oubliés ou sous-estimés dans les analyses.** Certains voudraient des commerçants en centre-ville tout en tenant des discours anti-consommation au même moment. Le commerce a des externalités négatives mais elle en a incontestablement des positives.

Les réflexions des prochains mois doivent être constructives et positives.

**Il faut faire dès maintenant du commerce et des commerçants des acteurs engagés de et pour la société de demain.** Se concentrer sur ce qu'apporte de positif aux parties prenantes, les commerçants et le commerce, en particulier par l'impact dans les territoires ; et ceci qu'il s'agisse de petits commerçants ou de réseaux plus importants.

Au moment où il est beaucoup question de produire et travailler en France, le commerce peut être un acteur moteur de toute démarche visant à produire davantage en France ou en Europe.

**Dès aujourd'hui, les commerçants de toute taille sont parmi les plus gros acteurs du « Travailler en France », c'est une force qu'il faut préserver non décrier ou mettre en danger.**

Ne pensons-nous pas que les autres pays nous envient nos enseignes leaders : Décathlon, Leroy Merlin, Yves Rocher, Sephora, But, Fnac-Darty, Boulanger... ?

Des acteurs économiques majeurs en Europe voire dans le monde, faut-il les décrier ou s'appuyer sur eux pour construire notre avenir ? S'il s'agissait d'industriels nous en serions très fiers, nous les mettrions en avant.

Or ces entreprises conçoivent en France, ont leur siège en France, sont des acteurs majeurs des territoires...

**Le commerce doit être perçu par les pouvoirs publics, les citoyens, et les commerçants eux-mêmes comme une composante active et centrale d'une société positive.**

Tous les motifs sont réunis pour être optimistes, encore faut-il en prendre conscience ? S'engager et faire en sorte que les acteurs du commerce soient contributifs dès aujourd'hui d'une construction de notre « monde d'après ».

Au-delà de l'amélioration du modèle dont nous avons parlé plus haut, le commerçant de toute taille et de toute forme doit être acteur de son environnement local, directement avec les associations, les élus locaux, les citoyens/consommateurs et ceci quel que soit le lieu d'exploitation, centre-ville ou périphérie. Malgré les difficultés économiques très probables des mois et années à venir, construire cette nouvelle relation positive entre commerçant et local doit être privilégié et priorisé. Il va sans dire que cet engagement réclamera également d'entraîner le monde de l'immobilier commercial, des lieux de commerce...

Il convient donc d'être optimiste, mais aussi d'être fier d'être un acteur du commerce, le pire serait d'être sur la défensive suite aux critiques que certains ne manqueront pas d'apporter contre la consommation dans les prochaines années.

**Etre positif donc, ne pas tout compliquer à l'extrême, redonner des latitudes aux équipes locales pour qu'elles s'investissent dans le territoire et avec les parties prenantes locales.**



La ville de demain ne pourra se faire sans ou contre le commerce, ce serait agir contre la vie des gens. Pourtant certains risquent de l'oublier dans les prochains mois, aveuglés par d'autres objectifs tels que l'écologie, la pacification de l'espace public...

Or il faut faire avec et non contre, c'est tout l'enjeu de la transversalité, de la concertation permanente.

**Malgré les difficultés des mois qui viennent mettons-nous dans un état d'esprit optimiste et constructif, pour avancer sur les impacts positifs du commerce dans les territoires, en centre-ville, dans les périphéries.** Nous en sommes convaincus, reste à en convaincre les pouvoirs publics, ceux qui réfléchissent à l'avenir des villes et des territoires, reste aussi parfois à en convaincre le citoyen. ■

