

ÉDITO

Par Emmanuel LE ROCH,
Délégué Général de Procos



Changer de regard sur le commerce : un secteur au cœur et acteur des transformations de la société

Tout le monde se pose aujourd'hui la question de la transformation ou des transformations de la société, en particulier de savoir si le monde d'après sera foncièrement différent du monde d'avant... Journaliste, experts, philosophes, sociologues... chacun y va de son analyse et de ses hypothèses.

Les enjeux sont de taille. Aucun de nous ne peut douter du fait que l'après Covid ne sera pas exactement comme l'avant. On le voit dans le rapport au travail, les aspirations en matière d'habitat et de lieux de vie ; besoin d'espace, rapport à la nature, besoin de gérer autrement son temps, de même que sa consommation.

Incontestablement, les préoccupations de développement durable, responsabilité sociale et sociétale occupent une place beaucoup plus forte qu'il y a quelques mois.

Toute la question est de savoir si une telle période sera le point de départ d'une ère réellement nouvelle ou si, faculté d'oubli et les contraintes aidant, nous serons tentés de poursuivre le plus longtemps possible les paramètres de nos fonctionnements précédents.

Dans le cadre de cette société de demain, la question de la place qu'y occupera le commerce est posée et relève, de fait, d'un choix politique majeur.

En effet, aujourd'hui, il est question en permanence d'accélération, de mise en place de nouvelles technologies, de livraison plus rapide ... Certaines évolutions telles que les dark stores, la livraison client en cinq ou dix minutes peuvent faire craindre des effets négatifs sur les évolutions possibles dans les prochaines années.

A l'inverse, il est également beaucoup question de proximité, de personnalisation du service client, d'expérience...

Sans opposer les canaux et modèles de vente et les formes de commerce, nous serons confrontés à des choix sur le plan sociétal.

Tout dépendra des objectifs, des ambitions. Tout dépendra largement du rôle que nous semblent devoir jouer à l'avenir les entreprises de commerce, les magasins. Rôle qui n'est pas uniquement attaché à l'efficacité dans la mise à disposition des produits au consommateur mais également, et peut-être surtout, dans l'animation de la ville et de la vie des habitants.

Beaucoup s'accordent à dire que la société française née après 1945, à la libération, avec les trente glorieuses, est un peu à bout de souffle et éprouve des difficultés à s'engager dans un projet sociétal et économique qui concerne le plus grand nombre.

La libération, par la solidarité qu'elle a générée, a été l'occasion, après une crise majeure, de propulser la France dans la modernité. La crise sanitaire et ses conséquences, même si elle laisse une économie en bien meilleure santé que la crise 39-45 ne peut-elle être l'occasion d'une nouvelle dynamique ?

La Covid a mis au cœur des débats et des enjeux le télétravail, l'ancrage territorial et l'urgence écologique.

Notre société a priorisé l'individu et l'individualisme, la plateformesation ne peut qu'accélérer le phénomène.

Lorsque l'on parle de transformation de la société, il me semble qu'il n'est pas suffisant de se préoccuper quelques secteurs industriels dits prioritaires, **il est également vital de s'intéresser à la vie dans les territoires, au bien être des Français partout en France.**

Or, ce bien être passe aussi, et peut-être surtout par le lien social, l'absence de sentiment d'abandon et la perception de qualité de vie dans l'environnement de vie, donc le territoire.

De ce point de vue, il me semble que le commerce et ses enseignes ont un rôle central à jouer dans cet enjeu de « bien être territorial ». Avant tout parce que le commerce, c'est l'humain.

Les réflexions sur le commerce ne peuvent se limiter à l'efficacité économique, la performance logistique ou la libre concurrence ... **Les enjeux de vie locale doivent être une priorité absolue de l'action publique. Certaines de nos élites doivent changer de regard avant qu'il soit trop tard.** Le commerce, ce n'est pas seulement l'importation de produits provenant d'Asie. Le commerce joue un triple rôle : répondre aux besoins de consommateurs/citoyens, secteur économique qui doit créer de la valeur et de l'emploi et acteur vital de la vie territoriale et des citoyens dans leur environnement immédiat.

Le terme « commercer » possède plusieurs significations mais celle qui est la plus déterminante pour l'avenir de la vie des habitants est « entretenir des relations avec une ou plusieurs personnes ».

Bien entendu, ces relations pourraient être virtuelles mais pense-t-on sérieusement qu'il soit réaliste d'ambitionner une économie du bien-être sans se préoccuper du lien social, de la rencontre directe entre les femmes et les hommes. Ce lien social, en matière de commerce, passe par la proximité et la relation humaine. Il ne s'agit pas de tomber dans la caricature de la notion de proximité ; celle-ci doit s'entendre géographiquement au sens plus large que le village ou le cœur de ville.

Compte tenu des enjeux de relation locale, d'emploi local, de vie territoriale, il n'est pas compréhensible que le commerce et la distribution ne soient toujours pas considérés comme des secteurs prioritaires et stratégiques de notre société future.

Le gouvernement a décidé de tenir les **Assises du Commerce en décembre 2021.**

Espérons que celles-ci pourront être le point de départ d'une nouvelle vision, d'un nouveau regard sur le commerce et ses vertus sociétales.

Que ces Assises permettront enfin d'acter définitivement que **le commerce est :**

- **Fondamental pour la vie dans les territoires :** l'emploi local, l'emploi des jeunes, la dynamique de la vie dans les villes, dans les périphéries, la réponse aux besoins du plus grand nombre, la qualité de vie...
- **Composé d'acteurs de tailles et de profils très différents qui en constituent la richesse.** La diversité du commerce n'est pas une faiblesse. Il en fait sa richesse, son intensité concurrentielle et ses capacités d'adaptation aux contextes locaux.
- **Un secteur qui mérite une attention publique nationale et locale de tous les instants** dans le but d'observer, de se donner les moyens de mener des réflexions prospectives, d'effectuer les bonnes approches pour laisser l'initiative aux acteurs tout en limitant les risques d'excès, de prendre en compte les externalités de chaque modèle, ...
- **Un secteur dont il faut accompagner la transformation.** Le commerce s'est toujours adapté ! Cette expression dit tout de la pensée la plus répandue. Le commerce aurait la capacité de faire face sans intervention et sans aide à toutes les évolutions futures comme il a su le faire par le passé. C'est sans doute vrai en analyse macro.

Effectivement, il y a aura toujours un commerce demain, mais quelles seront ses formes dans les territoires et dans la vie des gens ? **Plateformisation, e-commerce, déspatialisant le commerce qui deviendra, lui aussi, partiellement délocalisable. Et, c'est là que se situe le danger pour notre société.** Face à ce nouvel environnement, nous sommes contraints à des choix politiques. Comment envisage-t-on la vie de demain ? Quels place et rôle de lien social local le commerce doit-il prendre ? Comment envisageons-nous l'avenir de nos enfants si nous laissons largement disparaître les magasins dans de nombreux territoires au profit d'une distribution surtout axée sur la livraison à domicile.

- **Fondamental pour le développement durable et la transition énergétique :** au cœur de la relation

entre le consommateur et les fabricants. **Une trajectoire vers une consommation et un commerce plus durable passe forcément par les acteurs du commerce et de la distribution**, leurs engagements mais également la compréhension de l'importance des investissements à réaliser et, donc, de la création des conditions de leurs capacités d'investissement,

- **un acteur central de l'amélioration de la qualité du bâti des entrées de ville et de la modernisation de l'urbain.**

Arrêtons de parler d'une « France moche », des entrées de ville dégradées... sans se donner les moyens d'y remédier.

Or, comment peut-on espérer changer et transformer sans engager les acteurs du commerce ? Une illusion ! Et pourtant, rien ne sera engagé si les villes espèrent modifier/moderniser les entrées de ville sans tenir compte des fondamentaux des acteurs du commerce. Comment demander à un des acteurs de se sacrifier au profit «de l'intérêt général»? Mais pour avoir cette volonté politique d'associer le commerce à la transformation des périphéries, il faut, en premier lieu, avoir conscience que ces acteurs du commerce restent fondamentaux pour demain. Si la pensée n'est qu'écologie, qu'habitat, que pacification de l'espace public, sans intégrer les impératifs du commerce comme une des priorités dans la conception des projets de transformation, rien ne pourra avancer. La transformation de la périphérie passe par la co-construction entre public et privé, dont les commerçants.

Au-delà des enjeux économiques, des modèles sur lesquels nous allons tous continuer à travailler ([cf. par ailleurs «Commerce spécialisé: les enjeux prioritaires des prochains mois» en cliquant ici](#)), de la transformation digitale ou omnicanale, **la place du commerce et de ses acteurs dans les évolutions sociétales et dans la qualité de vie future doit être une préoccupation de tous les instants.**

Rappelons-nous par ailleurs, à l'exemple de ce qui s'est passé pour l'industrie, que laisser détruire certains acteurs et ne pas accompagner par des actions volontaristes, les transformations peuvent avoir de très gros impacts destructeurs sur l'emploi mais aussi sur la vie dans les villes.

Dans le commerce, la donne a changé, avec la plateformesation, une partie importante des activités de commerce est, de fait, délocalisable, ce n'était pas le cas avant. Les acteurs du commerce ne sont plus à l'abri de tels mouvements. **Il faut y travailler d'urgence pour capitaliser sur nos enseignes afin qu'elles soient assez solides pour s'adapter en investissant massivement sur l'avenir.** Peu importe le mode d'exploitation des magasins (succursales, franchise, coopérative ...) donc la taille des entreprises. C'est cette urgence d'accompagner la transformation qui doit être au cœur de la réflexion et de l'action publique et de l'écosystème (financiers, bailleurs ...).

C'est à cette seule condition que le commerce pourra rester un contributeur massif de la vie économique, sociale et sociétale des villes et des territoires.

Le cas de l'industrie a montré combien il est difficile de reconstruire. Ne prenons pas le même risque dans le commerce parce que celui-ci possède un rôle économique. Mais surtout parce que son rôle sociétal majeur ne sera jamais assumé par un commerce uniquement basé sur l'excellence logistique vers le client final. **La fréquentation des lieux, leur attractivité est un bien commun fondamental. Le commerce en est un contributeur essentiel.**

Ce doit être un élément central de toute réflexion collective sur le commerce, ses acteurs, ses équilibres et sa place dans la société. ■