

Covid-19 : Réouverture des commerces



Le Président de la République prendra la parole ce mardi et devrait annoncer pour la fin de la semaine une réouverture des commerces dits « non-essentiels ». Un terme révélateur d'une certaine forme de mépris envers ce secteur économique qui a le sentiment d'être abandonné alors que sa bonne santé est cruciale pour l'économie française.

+ Une communication gouvernementale qui manque de professionnalisme

Le gouvernement emploie depuis le début du re-confinement une communication hasardeuse, se révélant très incohérente et impréparée. Les décisions gouvernementales successives se contredisent au fil des jours laissant le secteur du commerce dans un flou total.

Le manque de clarté et les nombreuses déclarations contradictoires des pouvoirs publics ont eu des impacts très concrets en termes d'investissement et de manque d'anticipation pour les commerçants, déjà éprouvés par près de deux mois d'inactivité contrainte et forcée. L'achat de plexiglass et la mise en place de divers protocoles sanitaires ont engendré des coûts importants qui pèsent sur la situation financière de ces entreprises déjà affaiblies avant que l'annonce d'un re-confinement. Cette période de re-confinement a connu des décisions absurdes à une situation déjà ubuesque, comme à titre d'illustration l'ouverture des grandes surfaces et la fermeture des petits commerces ou encore la fermeture des librairies et du rayon culture de la Fnac alors que ce service était proposé par la plateforme Amazon.

On relèvera ici que la première erreur de communication remonte au début du re-confinement. Le gouvernement annonce un certain laxisme en matière d'autorisation de déplacement pour le 1^{er} novembre afin de laisser les français se recueillir sur les tombes de leurs aînés, mais ce même gouvernement oublie les fleuristes. Deux semaines plus tard, l'exécutif s'aperçoit que des produits non-essentiels sont disponibles à la vente au sein des grandes surfaces. Il procède par nivellement par le bas et décide donc de fermer les rayons des grands magasins entraînant du chômage partiel chez les grands groupes de distribution (certains grands groupes signant leur pire résultat d'exploitation mensuel depuis 10 ans). Enfin, à la mi-novembre, le gouvernement autorise la vente de sapins sans pour autant autoriser la vente de guirlandes ou des boules. Les décisions incompréhensibles du Gouvernement ne peuvent s'expliquer par un manque de préparation du

protocole global. En effet, pourquoi perdre du temps sur les sapins si les commerces pouvaient ouvrir la semaine suivante ? Ainsi, le Gouvernement s'est occupé à arbitrer chacun des sujets plutôt que présenter et décliner une vision globale et cohérente de gestion de la crise sanitaire.

+ Le poids économique du commerce en France

Selon la Confédération des Commerçants de France, les entreprises du commerce de détail indépendant alimentaire et non alimentaire regroupent plus de 18 fédérations professionnelles, représentant 350 000 entreprises, 500 000 points de vente soit plus de 900 000 personnes, et près de 20% du PIB.

La France avec l'Italie et l'Espagne se trouvent plus exposés au re-confinement étant donné la composition structurelle de leur économie avec une forte exposition au secteur des services, du commerce et du tourisme. Notre pays se retrouve d'autant plus pénalisé que les mesures de confinement sont plus fortes en France qu'ailleurs en Europe. Nous sommes ainsi le seul pays de la zone euro avec un système d'autorisation de déplacement aussi strict et complexe et surtout à avoir opéré une distinction entre commerces essentiels et non-essentiels, nos voisins européens ayant laissé ouverts tous leurs commerces pour ce nouveau confinement, au contraire de ce qui avait été mis en place au printemps.

Une étude comparative menée par l'OCDE sur le premier confinement en Europe montre d'ailleurs que si tous les pays ont fermé des commerces tels que les bars, les restaurants et points de vente « non-essentiels », la France et l'Italie ont rouvert les commerces en déconfinant, soit après 55 jours contre 50 jours pour l'Espagne et 46 jours pour le Royaume-Uni. En outre, les réalités sanitaires dans les territoires n'ont jamais été prises en compte en France, ou que très tardivement, avec notamment des mesures d'exception appliquées à Marseille, puis dans la plupart des grandes métropoles lors de l'arrivée de la deuxième vague à la sortie de l'été. Là encore, on relèvera une différence marquée par rapport à nos voisins qui ont largement procédé par zonage et ce, dès le printemps.

Or, lors du premier confinement, un rapide coup d'œil sur les différentes cartes concernant les contaminations par régions et départements aurait permis de mettre en place des réouvertures de commerces progressives

sans risque de rebond épidémique. Région relativement épargnée, la Nouvelle-Aquitaine comptait par exemple au 13 avril seulement 1,44 personnes hospitalisées pour la Covid-19 pour 10 000 habitants par jour, contre 10,84 pour l’Île-de-France et 8,88 pour le Grand Est. La réouverture de certains magasins dans les régions les moins touchées par l’épidémie, comme ceux destinés à l’habillement pour enfants, ou de concessions automobiles à destination des professionnels, aurait permis de limiter les effets économiques nocifs de cette période ainsi que l’endettement de ces entreprises (besoin limité de PGE, plus de rentrées de liquidités et donc une capacité plus forte à rembourser des charges, etc.).

Enfin, rappelons que le zèle déployé par le gouvernement pour le deuxième confinement comparé à l’Italie, l’Espagne ou l’Allemagne a des répercussions très concrètes sur le rebond économique puisque les données hautes fréquences disponibles suggèrent que les pertes sont plus importantes en France que dans les pays voisins au cours de cette deuxième vague.

Ceci est d’autant plus vrai que le dernier trimestre de l’année est crucial pour le secteur du commerce avec l’avènement des fêtes de fin d’année où la consommation est plus forte que sur les autres mois. Le directeur général de la Fédération des Enseignes de l’Habillement Johann Petiot prévenait ainsi récemment que si les commerces ne ré-ouvraient pas au mois de novembre, le secteur pourrait faire face à une baisse d’activité de 30%, voire 40%. Pour mémoire, pour le seul secteur des jouets, les deux derniers mois de l’année représentent 60% du chiffre d’affaire. Par ailleurs, un grand nombre des commerces français, notamment dans le luxe, repose sur une clientèle internationale. Selon les prévisions des Galeries Lafayette, le flux de touristes internationales ne sera que de 30% à fin 2021 par rapport à son niveau d’avant crise. Cette clientèle risque donc de manquer durablement à ce secteur économique. Même s’il convient de souligner les mesures gouvernementales de soutien à l’économie française (prêt garanti par l’État, chômage partielle, décalage d’échéancier etc.), rien n’a été fait en matière fiscale concernant les problématiques de surplus de stock des commerces. Sur ce sujet, la réponse du gouvernement tarde à émerger.

De fait, alors que le secteur du commerce dans sa globalité représente plus de 63% du PIB de la France, le sursaut économique national passe nécessairement par sa bonne tenue et son agilité à se transformer. La mise en place de système de *click and collect* et de protocoles adaptés à la situation peuvent ainsi expliquer la faible baisse du PIB cet automne comparée à celle

du printemps. En effet, le PIB du mois de novembre devrait être inférieur de 13 % à la normale, c'est-à-dire au niveau d'avant la crise alors qu'il avait plongé de 30 % en avril dernier, lors du premier confinement.

+ La période est révélatrice d'un manque de digitalisation de nos commerces

Si le gouvernement a annoncé ces derniers jours le versement en janvier 2021 d'une aide directe de 500 euros pour accompagner les commerçants qui souhaitent créer leur propre site internet, force est de constater que la crise sanitaire a révélé le manque de maturité digitale des commerces, alors même que la vente en ligne représente bien souvent le seul canal possible pour écouler ses produits. Pourtant domaine dans lequel notre pays dispose d'une bonne notoriété internationale, il est apparu que le secteur du tourisme souffre encore d'un faible niveau d'appropriation des outils digitaux les plus élémentaires.

Face à ces écueils, l'émergence de systèmes *click and collect* afin que les commerces fermés puissent quand même distribuer un minimum de leur produit et ainsi limiter les pertes de chiffre d'affaire, est apparue comme une solution opportune qui a par ailleurs replacé au centre du jeu les exécutifs locaux, comme souvent dans la gestion de cette crise. Pour rappel, impulsées par les collectivités territoriales, les plateformes de *click and collect* ou de *market place* proposent d'une part un recensement des différents commerces d'une ville et d'autre part une gestion numérisée de leur stock. Elles ont vocation à aider les commerces à rester connecté au maximum avec leur clientèle. Cet épisode est donc révélateur du manque cuisant de digitalisation des forces de vente des commerces français. Selon Eurostat, moins de 27% des TPE-PME ont la capacité de vendre en ligne, alors que dans le même temps 64% de la population française achète en ligne (Médiamétrie). Cette crise est donc l'occasion pour le gouvernement français de mettre en place un crédit d'impôt de digitalisation à l'instar du crédit d'impôt recherche, afin d'encourager les commerces français à rentrer pleinement dans l'ère numérique.

+ Cette fin d'année est une opportunité pour relancer la consommation en réinjectant l'épargne accumulée

La crise sanitaire aura été synonyme d'une accumulation abyssale d'épargne. Depuis mars, les français ont épargné plus de 100 milliards d'euros dont 62 milliards seraient une épargne forcée qui n'aurait pas eu lieu sans la covid-19 (OFCE). La fin de l'année riche en consommation est une opportunité pour inciter les français à réinjecter cette épargne au sein de l'économie réelle. Le gouvernement pourrait par exemple subventionner une partie de l'addition dans certains commerces afin d'encourager les français à se réappropriier les commerces maladroitement appelé non-essentiels à la recherche de clients.

L'urgence est réelle puisque le coût économique de la crise pourrait se traduire par une multiplication par plus de 2,5 des problèmes de liquidités des commerces, passant de 3,8 % dans une situation normale à plus de 10 %. Selon la Banque de France, 28% des TPE – dont une majorité de commerces - ont demandé un crédit de trésorerie pendant le 2ème trimestre. A titre de comparaison, ce chiffre était de 6% l'année dernière à la même période.

Note rédigée par :

Clément Perrin, Directeur adjoint des études du Millénaire

Pierre-Henri Picard, Secrétaire général délégué

Le Millénaire est un groupe de réflexion spécialisé sur les questions de politiques publiques et travaillant à la refondation de la droite. Il est composé d'une trentaine de contributeurs de divers horizons — cadres du privé, du public, chercheurs, chefs d'entreprises — et chacun expert dans son domaine.

Bureau du Millénaire

Président : **William Thay**
Vice-Président : Gilles Bösiger
Secrétaire générale : Marion Pariset

Directeur des études : Florian Gérard-Mercier
Directeur de la stratégie et des relations publiques : Alexis Findykian
Directeur de la communication : Emeric Guisset
Directeur du pôle politique : Pierre Fontaine

Contact :

Communication : communication@lemillenaire.org
Presse : presse@lemillenaire.org

Et pour suivre toutes les actualités du Millénaire :
<http://lemillenaire.org>



Mentions légales :

L'ensemble de ce rapport relève de la législation française et internationale sur le droit d'auteur et de la propriété intellectuelle. Tous les droits de la reproduction sont réservés à l'association « Le Millénaire », la reproduction de tout ou partie de ce rapport sur quelque support que ce soit est formellement interdite sauf autorisation expresse du Président de l'association.

