



Le Conseil du Commerce de France et les grandes Fédérations du Commerce demandent au Gouvernement de fixer rapidement un calendrier de réouverture des commerces de centres commerciaux et grands magasins de plus de 20 000m²

Communiqué de presse
Paris le 17 février 2021

Le Conseil du Commerce de France et les grandes Fédérations du Commerce signataires s'inquiètent de l'absence de visibilité concernant la réouverture des centres commerciaux et des grands magasins de plus de 20 000m² aujourd'hui fermés. Alors que la situation s'aggrave fortement pour l'ensemble des entreprises concernées, les fédérations demandent au Gouvernement de préciser rapidement le calendrier de réouverture de ces sites ainsi que les mesures d'aides mises en œuvre.

Le 29 janvier, le Premier Ministre a annoncé la fermeture des centres commerciaux et commerces non alimentaires de plus de 20 000m² à compter du dimanche 31 janvier.

Alors que trois semaines viennent de s'écouler, le Gouvernement n'a donné aucune visibilité sur la date de réouverture des sites commerciaux fermés. Ceux-là même qui depuis des mois appliquent strictement le protocole sanitaire renforcé et pour lesquels, à trois reprises, des études scientifiques de l'Institut Pasteur ont démontré et confirmé que les lieux de commerce ne contribuaient pas à la propagation de l'épidémie.

Aujourd'hui, ce sont donc plus de 25 000 commerces de centres commerciaux et grands magasins qui ont baissé leur rideau. Plusieurs dizaines de milliers de salariés se retrouvent sans activité et sans visibilité sur leur emploi.

La décision du Gouvernement impacte fortement les entreprises du commerce de toute taille. En effet, l'offre des centres commerciaux est constituée de dizaine de milliers de boutiques dont une partie significative est exploitée par des entrepreneurs indépendants ou franchisés et une partie par des réseaux d'enseignes. **De nombreux réseaux ont entre 30 et 75 % de leurs magasins actuellement fermés dans les centres commerciaux.**

Les **Grands magasins parisiens**, pour leur part, assurent la distribution de nombreuses marques qui comptent sur la puissance de ces locomotives pour vivre.

Après trois mois de fermetures en 2020 et une période de soldes décevante, les commerces portent un stock de marchandises important qui accroît les difficultés financières des entreprises tant au niveau de leur trésorerie que de leurs marges.

Pour tous, cette situation met en danger les magasins fermés mais également les autres magasins de leur réseau qu'ils soient situés en centre-ville ou en centre commercial ainsi que leurs partenaires franchisés et affiliés. Elle met également en péril l'ensemble des industriels et fournisseurs de ces magasins. **Elle est donc une menace pour tout un écosystème, interdépendant, dans tous les territoires.**

Cette fermeture crée également une **situation d'injustice inacceptable** vis-à-vis des autres magasins qui sont restés ouverts y compris parfois au sein des centres commerciaux fermés ou à proximité.

Enfin, elle **crée des difficultés importantes et quotidiennes pour une partie importante des Français**, dont les centres commerciaux constituent des commerces de proximité devenus désormais inaccessibles. C'est le cas de nombreuses périphéries de grandes agglomérations, notamment parisienne, mais également des territoires plus ruraux.

Les Fédérations demandent au Gouvernement d'indiquer rapidement aux entreprises :

- **un calendrier de réouverture de tous les commerces. Il faut à tout prix éviter de fragiliser davantage des commerçants de toute taille et empêcher le risque d'effet domino qui ne manquerait pas d'intervenir dans tous les territoires en cas de restructuration de chaînes de magasins.**

- **Les modalités des aides économiques qui seront mises en place.** Le Ministre de l'Economie, des Finances et de la Relance s'est en effet engagé à ce qu'une indemnisation « *simple, rapide et totale* » des pertes engendrées par cette fermeture soit assurée par l'Etat pour tous les commerces et centres commerciaux impactés par cette décision.

La survie de milliers de magasins et de leurs emplois passe inévitablement par leur réouverture rapide !

A propos du Conseil du Commerce de France : Le Conseil du Commerce de France est une association qui regroupe une trentaine de fédérations professionnelles. Il représente le commerce dans toute sa diversité et rassemble aussi bien les commerces indépendants ou franchisés, que le commerce associé ou la grande distribution intégrée, de tous secteurs : équipement de la personne, équipement de la maison, alimentation... Il est l'expression de toutes les formes de distribution : commerces de proximité, centres commerciaux, e-commerce. Il représente 70% des emplois d'un secteur dans lequel travaillent 3,6 millions de personnes. Le CdCF est présidé depuis le 7 juin 2016 par William Koeberlé.

À propos de l'Alliance du Commerce : L'Alliance du commerce rassemble l'Union du grand commerce de centre-ville, la Fédération des enseignes de l'habillement et la Fédération des enseignes de la chaussure. Elle représente 27.000 magasins et 180.000 salariés dans le secteur de l'équipement de la personne.

En savoir plus : <https://www.alliancecommerce.org/> Contact presse : Hélène Baratte // Responsable Communication // Tél : 01 40 15 60 71 - 06 29 61 88 90 // Mail : hbaratte@alliancecommerce.org

À propos de Procos : Procos accompagne les enseignes du commerce spécialisé dans la gestion et le développement de leur réseau. Ses 300 enseignes adhérentes représentent 60 000 magasins, 750 000 emplois, 95 milliards de chiffre d'affaires. La fédération analyse le marché et ses évolutions, anime des clubs d'échanges, contribue au partage d'informations et à la réflexion de ses membres sur l'avenir du commerce.

En savoir plus : <https://www.procos.org/> Contact presse : Sophie Madignier // Directrice Relations Extérieures et Marketing // Tél : 01 44 88 95 60 // Mail : sophie.madignier@procos.org

À propos du CNCC : Le Conseil National des Centres Commerciaux est l'organisation professionnelle française fédérant tous les acteurs participant à la promotion et au développement des sites commerciaux : promoteurs, propriétaires, gestionnaires, enseignes, prestataires et groupements de commerçants. Outre l'objectif d'assurer la représentation des intérêts de ses diverses composantes, le CNCC s'attache à défendre le dialogue entre ses différents membres, à organiser la réflexion prospective, le travail en commun et les bonnes pratiques de ses adhérents. Il a vocation à rassembler tous les acteurs du commerce au sein des espaces commerciaux qu'ils soient centres commerciaux, retail parks ou commerces de pied d'immeuble.

Le CNCC compte plus de 400 sociétés adhérentes représentant plus de 800 sites commerciaux en France, dont 1 sur 5 est situé en centre-ville.

À propos de la Fédération du Commerce Coopératif et Associé (FCA) : la FCA est l'instance représentative du Commerce Coopératif et Associé en France. Elle a pour mission de représenter, de développer et de promouvoir les groupements de commerçants, notamment auprès des pouvoirs publics. La FCA conseille ses adhérents, leur permet de développer des échanges d'expériences inter-groupements et accompagne également les réseaux/enseignes en création.

En 2019, le Commerce Coopératif et Associé a réalisé 159 milliards d'euros de chiffre d'affaires, soit 30 % du commerce de détail en France. Plus de 31 700 entrepreneurs ont fait le choix de cette forme de commerce.

En savoir plus : <https://www.commerce-associe.fr/>

A propos de la Fédération Française de la Parfumerie Sélective : Renouvelée en 2000, la Fédération Française de la Parfumerie Sélective est le syndicat professionnel qui représente les principaux acteurs de la distribution sélective de parfums et produits de beauté (Grandes chaînes nationales, Franchises, Groupements et Indépendants, Grands Magasins) soit 2.570

points de vente représentant plus de 90% du marché de la Parfumerie Sélective. La Parfumerie Sélective est le premier employeur du commerce de détail de beauté et cosmétiques (68%). Ce secteur très féminin (94% des salariés) emploie majoritairement en C.D.I. (87%) et à temps complet (81%). Comme organisation professionnelle, la F.F.P.S. défend les intérêts de ses Adhérents auprès des pouvoirs publics et leur apporte les services nécessaires au développement de leur activité (social, réglementaire, économique et institutionnel). Une dimension européenne, la F.F.P.S. est adhérente à la Fédération Européenne des Parfumeurs Détaillants (F.E.P.D.) dont elle est à l'origine de la création en 1960.

À propos de la Fédération Française de la Franchise : Acteur majeur du dynamisme de l'économie française, la Fédération française de la franchise est la fédération professionnelle des franchiseurs et de leurs franchisés depuis 1971. Elle représente le modèle de la franchise, un modèle d'entrepreneuriat fondé sur le transfert du savoir-faire et le partage de valeur. Son rôle est de promouvoir, défendre et pérenniser le modèle de la franchise, mais également de fédérer son écosystème et de créer les outils et l'environnement propice au développement et à la performance des réseaux de franchise.

La Fédération française de la franchise a créé en 1981 le Salon Franchise Expo Paris, devenu depuis un rendez-vous annuel international majeur de la franchise.

La franchise représente en France 2 049 réseaux, 78 218 points de vente franchisés, pour près de 68 milliards d'euros de chiffre d'affaires.

L'activité génère 757 852 emplois (directs et indirects). En 2009, la FFF a créé L'Académie de la franchise, premier organisme de formation aux métiers de la franchise, dont l'offre est dédiée aux futurs franchisés, mais aussi aux futurs et actuels franchiseurs.

A propos de l'UNION sport & cycle : L'UNION sport & cycle est la première organisation professionnelle du secteur du sport et des loisirs.

Elle fédère 1 400 entreprises représentant plus de 3000 points de vente, 500 marques, plus de 1 500 établissements sportifs, 80 000 salariés, et 12 milliards d'euros de chiffre d'affaires cumulé.

Elle a pour principal objet la représentation officielle de toutes les entreprises industrielles et commerciales du secteur économique des articles et équipements de sports, de loisirs, du cycle et de la mobilité.

Contact presse : Mélanie BRANCO - melanie.branco@unionsportcycle.com

À propos de l'Union de la Bijouterie Horlogerie (UBH) : L'UBH représente les détaillants bijoutiers horlogers indépendants, du commerce associé et succursalistes. Ses 600 adhérents représentent 2400 magasins, 11 000 salariés, 3,9 milliards de chiffre d'affaires. L'UBH accompagne ses adhérents sur les problématiques de droit social, droit des affaires, sur toutes les questions économiques et prospectives et sur la transformation du secteur.

En savoir plus : <https://u-b-h.com> - Contact presse : Sandrine MARCOT // Présidente Déléguée // Tél : 06 85 20 97 72 // Mail : smarcot@u-b-h.com

A propos de la Confédération Nationale de l'Équipement du Foyer : La Confédération Nationale de l'Équipement du Foyer rassemble plus de 70 enseignes nationales et 7000 magasins d'ameublement, électroménager, cuisines, literie, luminaire, téléphonie, revêtements de sols et murs et d'autres biens d'équipement du foyer. L'ensemble emploie près de 125 000 salariés.

À propos de la FFEF : La Fédération Française de l'Équipement du Foyer, forte de sa diversité, représente et défend les intérêts des professionnels du commerce de détail, indépendant et succursaliste, en Équipement du Foyer, Droguerie, Bazar, Arts de la table et Cadeaux. Elle représente près de 30 000 salariés et 8 000 établissements.

En savoir plus : <http://www.2fef.org/> Contact : Allison FONTAINE // Directrice Juridique // Tél : 01 86 64 05 21 // Mail : contact@2fef.org