

Communiqué de presse

LE CONSEIL NATIONAL DES CENTRES COMMERCIAUX, PARFAITEMENT CONSCIENT DE L'URGENCE SANITAIRE, REGRETTE VIVEMENT LA DECISION DE FERMETURE DES COMMERCES DITS « NON-ESSENTIELS »

Le CNCC est préoccupé par les dégâts prévisibles sur la survie de nombreuses enseignes déjà très affaiblies. Par ailleurs, un centre commercial inclut le plus souvent un hypermarché et une pharmacie d'une part et des dizaines d'autres commerces d'autre part. Engager les coûteuses dépenses d'ouverture (sécurité, nettoyage renforcé, entretien) pour les seuls premiers est anti-économique. Ouvrir les premiers qui reçoivent le plus de clients et se portent économiquement bien, et fermer les seconds, où la densité de clients est nettement plus faible et qui se portent globalement mal, est illogique et injuste.

Les centres commerciaux, qu'ils soient en centre-ville ou en première périphérie avaient fait la preuve en mai dernier de leur capacité à maîtriser les flux et les protocoles sanitaires. A notre connaissance, aucun cluster n'a été signalé en centre commercial à ce jour. Les centres commerciaux sont aussi massivement venus en aide de leurs commerçants en négociant comme promis des abandons de loyers ciblés et des reports d'échéances. Il fallait les laisser ouvrir sous protocole sanitaire strict.

Au contraire, on encourage officiellement les Français à recourir aux services des pires concurrents du commerce physique : les plateformes internationales du e-commerce et de la livraison à domicile.

Ces prédateurs prospèrent sans pratiquement payer d'impôt, en détruisant les emplois dans une proportion d'un emploi créé pour 4 détruits et polluent les villes avec leurs camionnettes de livraison, leurs emballages et suremballages, en pratiquant un dumping et des ventes à perte en permanence.

Les pouvoirs publics ont failli à instituer une concurrence loyale entre les formes de commerce. Ils subventionnent le e-commerce en l'exonérant de fait des taxes que payent massivement les commerçants (90 taxes différentes ; 50 milliards d'euros versés). C'était déjà une anomalie inacceptable que le CNCC combattait depuis 2 ans, dans l'indifférence ou l'inaction générale.

Aujourd'hui, de surcroît, en pleine saison haute des activités commerciales, on suscite un report massif des ventes du commerce vers le e-commerce, en fermant les uns et en faisant la promotion des autres.



STOP. On ne peut maltraiter ainsi les 3 millions de personnes qui travaillent dans le commerce physique dont 525 000 d'entre-elles en centres commerciaux.

C'est pourquoi, le CNCC demande avec la plus grande vigueur :

1. L'interdiction immédiate du Black Friday prévu à grand renfort de tapage médiatique pour le 27 novembre en plein confinement.
2. La réouverture de tous les commerces physiques le 15 novembre juste à temps pour sauver la saison de Noël.
3. La taxation massive de tous les reports opportunistes de chiffres d'affaires vers le e-commerce pendant le confinement (écart avec le chiffre d'affaires de 2019) et la redistribution aux commerçants physiques de cette ressource fiscale.

Dans un monde idéal, Amazon France, par exemple, serait bien inspiré d'interrompre spontanément et solidairement ses activités pour une période équivalente en 2021 à la fermeture du commerce physique en 2020 et favoriser ainsi la nécessaire convalescence de celui-ci !...

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.

Contact Presse :

communication@cncc.com

Delphine Bosc

Delphine.bosc@shan.fr

07.76.09.21.71