

Assurer le développement équilibré des différentes formes de commerce, les propositions du Conseil du Commerce de France

Paris, le 8 mars 2017 – À l’occasion des prochaines échéances électorales, le CdCF se mobilise auprès des pouvoirs publics, élus et candidats pour les alerter de l’impact des politiques publiques sur la situation du commerce, secteur d’activité du quotidien des Français, autour de son Manifeste « Une nouvelle politique pour le commerce - Comment préserver l’emploi ? ». **Assurer le développement équilibré des différentes formes de commerce est un enjeu majeur des pouvoirs publics, des commerçants et plus largement des Français qui ont pris l’habitude d’acheter sur Internet tout en demeurant attachés à leurs commerces physiques.**

Du magasin de centre-ville à la grande surface en périphérie, des marchés à la boutique virtuelle, du point de vente unique à l’enseigne internationale, le commerce est présent partout en France au cœur des territoires. Indispensable à la société et pourtant absent des programmes politiques, ce secteur majeur de l’économie représente 1 409 milliards d’euros de CA ; 3,5 millions d’emplois dont 3 millions de salariés. Ses 873 000 entreprises forment chaque année ¼ des apprentis et sont le premier employeur d’un jeune sur 4. Le commerce connaît une triple révolution technologique (développement du e-commerce, numérisation des données, robotisation des tâches).

Comment instaurer une plus grande équité fiscale entre tous les acteurs du commerce indépendamment du mode de distribution des produits et services ?

Le sujet n’est pas d’opposer une forme de commerce à une autre. Cette vision des choses est dépassée. Il s’agit plutôt de faire en sorte que le nouveau modèle omnicanal se développe dans des conditions optimales du point de vue de la croissance et de l’emploi. Pour cela, l’égalité des conditions de concurrence est majeure et suppose des mesures disruptives.

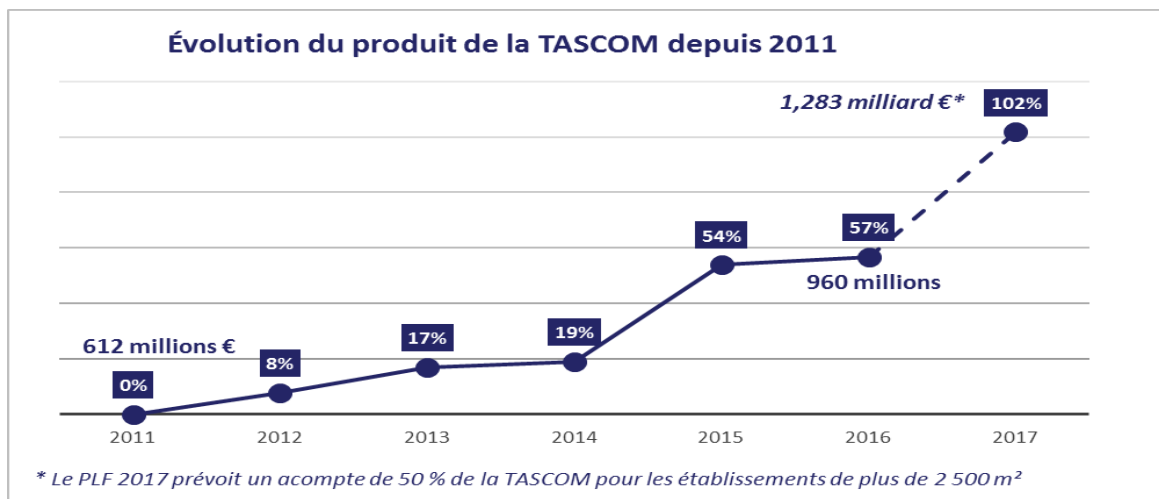
Si le chiffre d’affaires du e-commerce n’est encore que de 72 Mds €, il progresse plus rapidement (+ 14 % en 2015 par rapport à 2014) que celui du commerce dans son ensemble (+ 0,53 % en 2015), qui est de 1 409 Mds €. En dix ans, les ventes sur internet ont progressé de 675 %. Dans le commerce de détail, le e-commerce représente aujourd’hui en moyenne 7 % des parts de marchés, mais déjà 21 % pour l’équipement de la maison/high-tech, 17 % pour l’électro-ménager, 15 % pour l’habillement, 11 % pour la chaussure et 10 % pour le sport. **Une part de plus en plus importante des ventes se fait donc hors des magasins.**

Pourtant, en dehors de celle sur les résultats produits et déclarés en France, **la fiscalité applicable au commerce repose en grande partie sur l’emprise foncière des points de vente** : la taxe foncière sur les propriétés bâties ; la contribution foncière des entreprises, la taxe d’enlèvement des ordures ménagères (TEOM), la taxe sur les surfaces commerciales.

Cette fiscalité est datée et pénalisante pour le commerce physique, car elle continue de croître alors que le chiffre d’affaires des magasins diminue. Selon le « Baromètre de la fiscalité locale » du Medef (édition 2015), la fiscalité locale des entreprises a progressé de 10,1 % entre 2011 et 2014 et représente 2 000 € par salarié.

Avec la réforme des valeurs locatives foncières des locaux professionnels, cette fiscalité locale, hors TASCOM, va peser davantage sur les commerçants. À l'issue des mécanismes de lissage et de planchonnement, on risque d'aboutir à une explosion des charges fiscales pesant sur les points de vente, surtout dans les centres-villes, la taxe foncière et la TEOM étant répercutées aux commerçants par les propriétaires des locaux commerciaux.

En outre, depuis 2011, la taxe sur les surfaces commerciales (TASCOM), qui est un impôt pesant uniquement sur le commerce, a augmenté de 57 %, passant de 612 millions € à 960 millions €. Avec l'acompte de 50 % pesant sur les établissements de plus de 2 500 m² du projet de loi de finances pour 2017, le montant devrait atteindre 1,283 milliard € en 2017.



NOS PROPOSITIONS

- Remplacer la TASCOM et la fiscalité locale assise sur l'emprise foncière des magasins par une taxation fondée sur une assiette commune à tous les acteurs du commerce (valeur ajoutée *via* la CVAE ou la vente *via* la TVA).

- Faire payer à tous les pure players étrangers, à due proportion de la part de leur chiffre d'affaires réalisée en France, les mêmes impôts que ceux payés par les acteurs du commerce français.

- Achever la suppression de la C3S qui pénalise les entreprises produisant et déclarant de la valeur ajoutée en France.

- Reporter l'entrée en vigueur de la réforme des valeurs locatives foncières des locaux professionnels prévue en 2017, afin notamment de réaliser des simulations micro-économiques et ainsi mieux mesurer son impact.

- Instaurer un moratoire sur la fiscalité du commerce, qui prendrait la forme d'un engagement à ne pas créer de nouvelles taxes spécifiques au commerce, et ce, quelles que soient les formes de commerce (magasins physiques, e-commerce).

Comment simplifier la vie des commerçants ?

Faciliter la modernisation des magasins physiques

Depuis plusieurs années, les pouvoirs publics se concentrent sur la dévitalisation commerciale des centres-villes, alors même que ce sont la déconcentration du peuplement urbain et la multiplication des pôles de vie qui ont conduit au développement de commerces dans les quartiers et en périphérie.

Que ce soit en périphérie, avec la restructuration urbanistique et environnementale des zones commerciales existantes, ou dans les centres-villes, où l'attractivité nécessite une amélioration de l'offre, la modernisation de l'appareil commercial impose agilité et rapidité pour répondre aux attentes des clients et améliorer leur expérience shopping en magasin.

L'enjeu prioritaire aujourd'hui est de proposer aux clients, **une offre omnicanale moderne et diversifiée tout en faisant du commerce physique le cœur d'une nouvelle dynamique en matière d'expérience client.** De la fréquentation des points de vente physiques dépend le maintien d'un niveau d'emploi élevé dans le commerce, mais aussi l'attractivité des territoires.

Or ces dernières années, le législateur a multiplié les réformes en matière d'urbanisme commercial en renforçant à l'excès la prise en compte des exigences environnementales (performance énergétique des bâtiments, lutte contre l'artificialisation des sols, préservation de la biodiversité...). Ces nouvelles obligations alourdissent l'instruction des dossiers et renchérissent le coût des projets de création ou d'agrandissement des magasins de 30 %.

NOS PROPOSITIONS

- Prévoir une procédure d'autorisation d'exploitation commerciale allégée pour les projets d'agrandissement des magasins et pour les projets commerciaux de taille moyenne. Abroger en conséquence les nouvelles règles sur l'application des normes environnementales aux bâtiments existants et celles sur les surfaces de stationnement.

Permettre à chaque commerçant d'adapter ses horaires et jours d'ouverture aux attentes des clients, indépendamment de sa localisation ou de son activité

Alors que les clients peuvent acheter en ligne 24h/24 et 7 jours/7 et se faire livrer chez eux, parfois en moins d'une heure, **les commerçants ne peuvent ouvrir librement leurs magasins le dimanche ou en soirée**, sauf s'ils bénéficient d'un régime dérogatoire de droit ou géographique (zones touristiques internationales, zones touristiques, zones commerciales, gares...).

En outre, les modes de vie évoluent et supposent de revoir des règles parfois centenaires.

NOS PROPOSITIONS

- Libéraliser l'ouverture des magasins le dimanche et en soirée, sous réserve d'accord social fixant les contreparties accordées aux salariés (accord collectif ou referendum auprès des salariés, quelle que soit la taille de l'entreprise ou de l'établissement, quelle que soit la localisation du point de vente ou l'activité exercée).

- Supprimer les arrêtés préfectoraux de fermeture ou, à défaut, limiter leur durée de validité à cinq ans.

Simplifier le droit du travail pour faciliter les embauches et la gestion des collaborateurs

À l'instar des autres secteurs d'activités, le commerce est noyé sous une réglementation foisonnante et en perpétuelle accroissement, malgré la démarche de simplification à l'œuvre depuis plusieurs années. À tel point que **tout commerçant est potentiellement en infraction avec une loi ou un décret qu'il ne connaît**

pas, notamment en droit du travail ou en matière d'information du consommateur.

Le code du travail est devenu un véritable obstacle à l'emploi pour de nombreuses entreprises. À titre d'exemple, on peut citer plusieurs dispositions adoptées durant le quinquennat, qui complexifient davantage l'emploi et la gestion du personnel :

- l'existence d'un plancher minimal de durée de travail pour le temps partiel, qui est difficilement compatible avec les contraintes horaires des points de vente ;
- des accords d'entreprises majoritaires qui vont rigidifier le dialogue social dans les entreprises ;
- le compte personnel de prévention de la pénibilité,
- la création d'une instance de dialogue social dans les réseaux de franchise.

Le code du travail doit être simplifié, au profit de règles déterminées dans les branches et les entreprises, sans remise en cause par les juges. Les partenaires sociaux devraient pouvoir négocier librement les moyens à mettre en œuvre pour atteindre les objectifs fixés par la loi, plutôt que d'intégrer dans les conventions et accords collectifs les règles générales édictées par le législateur.

NOS PROPOSITIONS

- **Laisser aux partenaires sociaux le soin d'adopter les moyens nécessaires à la réalisation des objectifs fixés par la loi, en tenant compte des caractéristiques propres aux secteurs et aux entreprises concernés.**
- **Supprimer le compte personnel de prévention de la pénibilité.**
- **Supprimer l'instance de dialogue social dans les réseaux de franchise.**

Engager une véritable réforme de simplification du droit *a priori* et *a posteriori*

Le processus de simplification est un échec. Pour une norme ancienne remise en cause, plusieurs nouvelles sont souvent votées. Ceci n'est pas compatible avec la gestion normale d'une entreprise.

Les réformes engagées sur certains sujets se succèdent parfois dans des délais très rapprochés et sont éparpillées dans plusieurs lois, rendant ainsi la **réglementation particulièrement instable et la gestion de l'entreprise absolument imprévisible**. À titre d'exemples, on peut évoquer le droit applicable aux relations commerciales et à l'urbanisme commercial.

À cela s'ajoute cette singularité française qui consiste à toujours aller plus loin que ses voisins **en sur-transposant les textes européens ou en devançant leur entrée en vigueur**. À titre d'exemple, on peut citer l'interdiction des paiements en espèces au-delà de 15 000 € pour les touristes étrangers, alors que la plupart des pays européens autorisent ces paiements sous réserve de contrôle inversé. Or les commerçants évoluent dans un marché européen, voire mondial. Des réglementations spécifiquement françaises impliquent des obligations supplémentaires, applicables uniquement au marché français, qui nuisent à la compétitivité des entreprises françaises et à l'harmonisation attendue dans le cadre du marché européen.

NOS PROPOSITIONS

- **Veiller à ce que les dispositions légales et réglementaires adoptées soient toujours en cohérence avec les objectifs et orientations décidées en début de quinquennat.**
- **Réaliser tous les cinq ans une évaluation obligatoire des dispositions légales et réglementaires.**
- **Supprimer les normes inutiles en s'appuyant sur une véritable commission de simplification dont les avis s'imposeraient, sauf objection publique du Gouvernement et du Parlement.**

- Faire coïncider systématiquement la réglementation française avec la réglementation européenne, en évitant de sur-transposer et/ou de devancer l'entrée en vigueur de mesures encore en discussion au niveau européen.

Comment favoriser les initiatives des entreprises et valoriser les bonnes pratiques ?

La plupart des **nouvelles règles qui s'appliquent aux commerçants sont adoptées sans étude d'impact**, ni concertation avec leurs représentants, ce qui conduit à des obligations parfois irréalisables ou à des coûts disproportionnés aux regards des objectifs poursuivis.

De plus, le commerce est en constante évolution et les commerçants ne cessent de s'adapter aux nouvelles attentes des clients en faisant une large place aux innovations. De ces innovations naissent des bonnes pratiques qu'il convient d'encourager et de valoriser, en s'appuyant notamment sur **une fiscalité incitative : les entreprises vertueuses devraient bénéficier d'allègements d'impôts.**

NOS PROPOSITIONS

- Laisser plus de latitude aux entreprises dans les moyens à mettre en œuvre pour atteindre les objectifs fixés par la loi, plutôt que d'imposer des obligations universelles inadaptées à la diversité des entreprises et des secteurs du commerce.

- Modifier la réglementation sur la base d'études d'impact et en concertation avec les représentants du commerce via la Commission de concertation du commerce, installée en avril 2016 et dont le Conseil du Commerce de France avait demandé la création en 2012.

- Développer la fiscalité incitative, notamment dans le domaine environnemental, pour valoriser les bonnes pratiques des entreprises dans la gestion de leurs activités.

<Fin>

Le Conseil du Commerce de France (CdCF) pour mémoire

Créé en 1945, le Conseil interprofessionnel du commerce est devenu en 2000, le Conseil du Commerce de France. Regroupant 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 3,5 millions de femmes et d'hommes. Sa vocation est de défendre et promouvoir le commerce, secteur majeur de l'économie nationale auprès des pouvoirs publics français et européens. À ce titre, il assure notamment la première vice-présidence de la Commission de concertation du commerce (la 3C), instance présidée par le ministre en charge du commerce et qui a été officiellement installée le 11 avril 2016 par Martine Pinville. www.cdcf.com.

Contacts presse

More consulting - Marie-Céline Terré – 06 09 47 47 45 / Clémence Perrard – 06 27 26 49 64.

cdcf@ozinfos.com –

CdCF -Marie-Jo Conti - 06 72 50 35 14 - mjconti@cdcf.com

Démographie des entreprises

- 873 000 entreprises, soit 1 entreprise française sur 5
- 95,6 % de TPE de moins de 10 salariés
- Des grandes enseignes nationales présentes dans le monde entier
- 100 000 créations de commerces, soit 1 entreprise créée sur 5
- 150 nouveaux commerces de détail par jour
- Entre 2011 et 2015, le commerce a créé plus de 550 000 entreprises

Poids économique

- Chiffre d'affaires : 1 409 Mds €
- Valeur ajoutée : 193 Mds €, soit 10,2 % de la VA de l'ensemble de l'économie française

Poids social

- 3,5 millions d'emplois dont 3 023 900 salariés répartis sur tout le territoire français,
- 19 % des emplois des secteurs marchands
- 83 % des salariés à temps complet (81 % pour l'ensemble de l'économie)
- 90 % des salariés bénéficient d'un CDI
- 24 % des jeunes actifs travaillent dans le commerce

Sources des données : Insee, CdCF