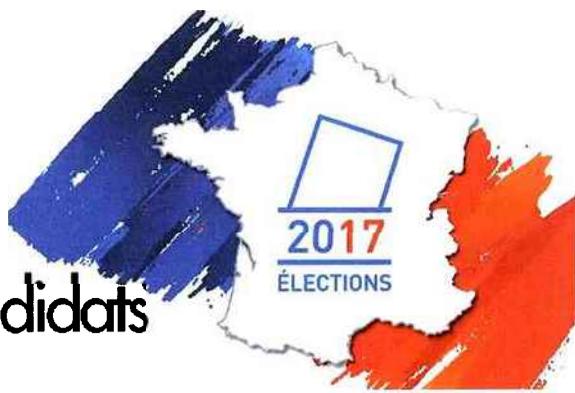




BUSINESS ■ ACTUALITÉS

Commerce Le CdCF interpelle les candidats à la présidentielle



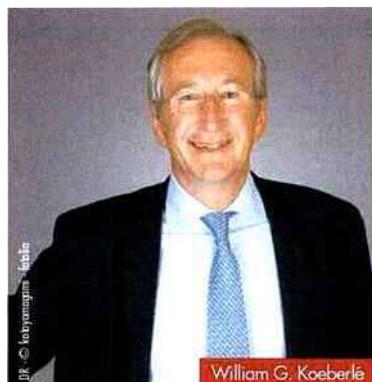
Face à l'inévitable mutation du commerce, tous les acteurs du secteur font front et livrent un Manifeste pour alerter les candidats à l'élection présidentielle sur les défis complexes qui attendent les commerçants. **PAR CÉCILE BUFFARD**

Alors que l'élection présidentielle approche, le Conseil du Commerce de France se mobilise auprès des pouvoirs publics, élus et candidats pour les alerter de l'impact des politiques publiques sur la situation du commerce et lance une vaste campagne de communication autour de son Manifeste "Une nouvelle politique pour le commerce – Comment préserver l'emploi?"

Rappelant que le secteur du commerce représente 1 409 milliards d'euros de chiffre d'affaires en France (3,5 millions d'emplois dont 3 millions de salariés et 873 000 entreprises qui sont le premier employeur d'un jeune sur 4), le Conseil du Commerce de France rappelle le rôle majeur du commerce sur le territoire. "Le commerce connaît une profonde évolution technologique et de plus en plus d'emplois sont menacés. Pour préserver l'emploi, le Conseil du Commerce de France fait des propositions concrètes et souhaite associer tous les acteurs du pouvoir politique dans cette démarche", souligne William G. Koeberlé, président du CdCF.

UNE FISCALITÉ PLUS ÉQUITABLE

La révolution technologique qui menace l'emploi est triple : le développement du e-commerce (40 % produits culturels, 15 % textile, 5 % pour les cosmétiques); la numérisation des données de l'ensemble des processus des entreprises (factures, commandes inventaires, encaissements) et la robotisation des tâches qui, selon le CdCF "malgré un investissement important, fait se rejoindre le coût horaire d'un entrepôt automatisé et celui de l'heure humaine travaillée." Pour relever ces trois défis, le Conseil présente une série de propositions qui préconisent une plus grande équité fiscale entre tous les acteurs économiques



afin de permettre le développement équilibré de toutes les formes de commerce physique ou digital. "Nos clients veulent du e-commerce et nous devons les accompagner sur ce canal. Toutefois, il faut faire attention à ce que les bases fiscales soient plus équitables, en revoyant notamment, la fiscalité au niveau du foncier, ainsi que la taxation du chiffre d'affaires réalisé sur le numérique", explique le président qui redoute une accélération du processus de fermeture de certains commerces si le business sur Internet n'est pas mieux encadré. Une faible taxation des revenus du e-commerce va mécaniquement engendrer la hausse des ventes sur le web qui mobilise deux à cinq fois moins de collaborateurs que le commerce physique. Le risque est donc réel.

PLANS D'INVESTISSEMENTS

Autre sujet : celui de la vacance en centre-ville, qui atteint aujourd'hui 10 % à 20 %. Un phénomène inquiétant que le CdCF veut enrayer en promouvant la modernisation des commerces pour pouvoir répondre aux nouvelles attentes de consommation des clients. Et cela

demande des moyens supplémentaires. "Nous demandons à ce que l'État applique les mêmes mesures au commerce qu'à l'agriculture, avec des plans d'investissements qui permettent aux entreprises de se moderniser et d'aller vers la numérisation et l'omnicanalité", affirme William G. Koeberlé. Concrètement, cela se matérialiserait par le déploiement de crédits d'impôts dans les petites villes, aux commerçants qui en ont besoin. Objectif : encourager l'accompagnement et la formation des hommes et des femmes salariés ou non, aux nouveaux métiers et nouvelles formes de ventes, et accroître l'intégration des jeunes grâce au développement de l'alternance.

REMETTRE LE COMMERCE À SA PLACE

Une mutation du commerce qui ne se fera qu'au prix d'une simplification des textes de loi encadrant le secteur. "Il faut simplifier la vie des commerçants en allégeant le carcan administratif permettant de susciter de nouveaux investissements. Cela implique de regarder l'impact des nouvelles lois et évaluer leur utilité dans le temps. Trop de lois et réglementations entravent le commerce", martèle le président du CdCF. Un discours porté à l'unisson par l'ensemble de la profession – la FCD, la FCA, les commerçants de centre-ville et les acteurs de la vente à distance – qui s'est accordée (une fois n'est pas coutume) pour la rédaction d'un manifeste commun. C'est donc ensemble que les acteurs du commerce vont aller présenter leurs propositions aux différents candidats à l'Élection présidentielle et les interroger sur leur programme. "Nous voulons que nos idées remettent le commerce à sa juste place", annonce William G. Koeberlé qui compte aussi sur le travail transversal de la Commission de Concertation pour le Commerce mise en place le 11 avril 2016 pour défendre les intérêts des commerçants et faire entendre les revendications d'un secteur confronté aux enjeux économiques de demain. ■