

MISSION COMMERCE

SAISINE GOUVERNEMENTALE

Avec un chiffre d'affaires de 1637 Mrd€, le commerce représente 10,4% de la valeur ajoutée totale de l'économie en 2017. 3,6 millions de personnes travaillent dans ce secteur : 400.000 chefs d'entreprises indépendants et 3,2 millions salariés. Très divers dans ses formes et pratiques, le commerce connaît, depuis 20 ans, des mutations considérables liées à la révolution numérique et à la transition écologique.

Les défis écologique et numérique et leur inscription dans un modèle économique aux exigences parfois contradictoires s'inscrivent dans un cadre qui « transforme la relation au client vers plus d'individualisation et de proximité ».

La mutation numérique, mesurée notamment au travers des ventes du e-commerce, bouleverse le secteur. Le e-commerce qui représentait quelques 3% des ventes totales du commerce en 2010 atteint 13,4% en 2020. Selon la FEVAD la progression est de plus de 32% sur la seule année 2020 pour les produits et de 27% pour les places de marché, confirmant l'effet d'accélération de la crise sanitaire. Si ce sont les acteurs spécialisés (Amazon, Cdiscount...) qui ont d'abord dominé la mutation, les grandes enseignes se sont adaptées rapidement, combinant vente traditionnelle, retrait en magasin et vente en ligne. En revanche, l'appropriation du numérique par les commerçants indépendants et artisans reste inégale et insuffisante. Un effort particulier doit être porté pour ces acteurs.

Du point de vue de la transition écologique, le commerce est un secteur économique clef. Il s'adapte à l'intérêt croissant des consommateurs pour les produits locaux, le bio, la qualité sanitaire et nutritionnelle des produits. L'essor de la vente d'occasion et de l'intérêt pour la réparabilité

traduit aussi la prise de conscience environnementale. En parallèle, le développement de nouvelles formes de vente (vente directe...), le regain des indépendants et de l'artisanat commercial, la réimplantation en centre-ville de petites surfaces par la GMS modifie la géographie du commerce et les flux qu'il induit. Si, structurellement, le commerce n'est que le 6ème facteur d'artificialisation des sols, loin derrière l'habitat, il participe fortement à l'émission de Gaz à effet de serre (les flux de marchandises représentent un tiers des émissions de CO2 en zones urbaines).

Pour le CESE les grands objectifs stratégiques de la mutation du commerce sont donc :

- de mettre le numérique au service du commerce de proximité. La pratique de l'omnicanal doit être massivement soutenue en même temps que la réduction des inégalités numériques (couverture THD, illettrisme, formation) et des iniquités fiscales.

- d'accompagner la transition écologique structurelle du commerce avec la prise en compte des enjeux de transport, d'impact carbone et de logistique du dernier kilomètre.

Pour le CESE ces objectifs ne pourront être atteints que dans le cadre d'un accompagnement massif à la formation des salariés comme des employeurs du secteur.



Eveline Duhamel

est Présidente honoraire de la CCI de Dieppe et chef d'entreprise. Elle préside la section aménagement durable des territoires et siège à la délégation aux droits des femmes et à l'égalité où elle représente le groupe Entreprises. Elle a rapporté l'avis *Zones Franches urbaines* et l'étude *Femmes et précarité*.

Contact :

eveline.duhamel@lecese.fr
01-44-43-62-52



Patrick Molinoz

est Maire de Vénarey-les-Laumes (21), vice-président de l'AMF, vice-président de la Région Bourgogne-Franche-Comté. Il siège à la section aménagement durable des territoires et à la délégation aux Outre-mer en tant que Personnalité qualifiée. Il a rapporté l'avis *Proposition de loi relative aux pré-enseignes* et l'avis *Services publics, services au public et aménagement des territoires à l'heure du numérique*.

Contact :

patrick@vll.fr
01-44-43-62-52

Le CESE souligne la nécessité d'améliorer la visibilité du commerce et sa reconnaissance en ajoutant le terme commerce dans l'intitulé du ministère concerné, en organisant des Assises du commerce et en créant une semaine du commerce de proximité.

➡ **Axe 1 : Traitement des vacances et friches commerciales**

- Faciliter l'engagement des collectivités locales : soutien financier (PVD, Coeur de ville), droit de préemption, déploiement d'infrastructures concourant à la transition écologique et numérique du commerce de proximité.
- Introduire obligatoirement parmi les critères en CDAC les incidences économiques, sociales (emplois notamment) et environnementales des projets d'installation d'activités commerciales. Instaurer un mécanisme de compensation par le porteur de projet dès lors qu'il existe dans la zone de chalandise des friches qu'il ne contribue pas à résorber.
- Créer des « zones de revitalisation commerciale » et instaurer des leviers fiscaux incitatifs. Faciliter la transmission-reprise des commerces de proximité.

➡ **Axe 2 : Favoriser la conciliation entre les formes de commerce**

- Généraliser l'approche omnicanale du commerce de proximité en valorisant les outils numériques qui favorisent la proximité et en créant un label de qualité numérique.
- Intégrer la dimension commerce dans les projets de « territoires intelligents » et accélérer le déploiement des infrastructures THD et des réseaux (fibre, 5G, réseaux à faible portée) y compris en zones rurales.
- Renforcer la compréhension des enjeux liés à la donnée et à la cybersécurité et généraliser les règles de transparence des algorithmes.
- Renforcer l'appropriation des enjeux numériques par les commerçants et artisans par une politique massive d'accompagnement et de formation.

➡ **Axe 3 : Renforcer l'équité concurrentielle**

- Faire évoluer la TASCOM pour prendre en compte les conséquences de la numérisation du commerce (taxation spécifique sur les entrepôts).
- Tenir des Assises de la fiscalité pour, sans diminuer les recettes globales, corriger les déséquilibres fiscaux existants entre commerce physique et numérique, notamment par rapport aux GAFA.
- Exonérer d'impôt sur le revenu et de cotisations sociales une part des bénéfices réinvestis dans la transition numérique ou écologique par les entreprises relevant du régime des BIC.

➡ **Axe 4 : Accompagner la transition écologique du commerce**

- Renforcer l'accompagnement des entreprises du commerce et de l'artisanat dans leur transition écologique autour de l'action «TPE-PME gagnantes sur tous les coûts».
- Promouvoir les mobilités décarbonées au centre des villes.
- Accompagner l'achat de véhicules professionnels à faibles émissions par les commerces, mettre en place des livraisons efficaces et décarbonées pour les derniers kilomètres.
- Développer les dispositifs incitant les déplacements doux des salariés du commerce. Prévoir une aide publique incitant les entreprises de moins de 10 salariés à mettre en place un plan de mobilité durable.
- Développer les plates-formes multimodales (fluvial, ferroviaire et combiné).

➡ **Axe 5 : Conforter l'accompagnement et la formation des salariés et indépendants du commerce**

- Inciter les partenaires sociaux des branches professionnelles à négocier un programme de formation ambitieux par un financement spécifique supplémentaire de l'investissement formation pour les entreprises de moins de 50 salariés.
- Encourager la création de groupements d'employeurs de centre-ville pour développer l'emploi de qualité et remplacer les personnels en formation.
- Adopter une approche globale de l'accompagnement et de la formation du commerce de proximité au bénéfice des actifs et salariés du secteur.