

# 5

## PROPOSITIONS

---

de la Fédération du  
Commerce Coopératif  
et Associé

# POUR L'AVENIR DU COMMERCE ET LE COMMERCE D'AVENIR

---

Nos commerces,  
la vitalité des territoires



Candidats, citoyens,  
**engagez-vous** à nos côtés  
pour que vos commerces  
puissent être représentés  
par un **ministère du  
Commerce**

# CE QUE NOUS — APPORTONS À LA FRANCE —

**Notre mission :**  
**Penser et mettre en œuvre l'avenir du commerce**

**30%**

du commerce de détail



**562 585**

employés exerçant dans  
plus de 30 secteurs d'activité



**50 037**

points de vente



**156**

milliards d'euros de  
chiffre d'affaires



**La Fédération du Commerce Coopératif et Associé (FCA) défend un modèle économique historique et vertueux**, permettant aux commerçants regroupés sous une enseigne d'être collectivement copropriétaires de la marque et de son savoir-faire, qui constituent leurs biens communs.

La vitalité de notre modèle, la pérennité de ses entreprises et le dynamisme de ses entrepreneurs lui confèrent un rôle majeur dans le développement de l'emploi.

Depuis plus de 20 ans, notre organisation nous permet de connaître une croissance supérieure à celle du commerce de détail. **En 2020, nous affichons un taux de croissance de 3 % dans un marché en baisse de 2 %, témoignant d'une très grande résilience de notre modèle coopératif, même en temps de crise.**

Au cours des dix dernières années, tandis que l'**emploi salarié** dans le commerce de détail ne progressait que de 9,5 % en moyenne, il **progressait de 20 % dans le Commerce Coopératif et Associé.**

**Forte de ces constats, la Fédération du Commerce Coopératif et Associé souhaite s'inscrire dans une démarche de réflexion et d'action sur l'avenir du commerce français à travers son modèle durable et devenir un acteur prescripteur de vision pour les commerçants, les consommateurs et l'ensemble des parties prenantes de la société.**

Traversé par plusieurs enjeux, le monde du commerce doit **s'adapter aux évolutions de nos sociétés et aux nouvelles attentes des consommateurs.** Pour devenir des commerces d'avenir, nous devons également consolider nos modèles grâce à des politiques publiques favorables au développement de ces derniers.

Depuis mai 2017, le commerce – hors commerce extérieur – n'apparaît plus dans l'intitulé des attributions d'aucun ministre ou secrétaire d'État. Pour penser et agir sur les sujets relatifs au commerce, qui sont au cœur des dynamiques de notre société, **nous souhaitons pouvoir bénéficier d'un interlocuteur ministériel dédié.**

Auprès du Gouvernement et avec lui, la FCA souhaite développer plusieurs axes de réflexion :

- Accompagner les transmissions d'entreprise
- Accélérer la transition RSE du commerce
- Faciliter la transformation digitale du commerce
- Créer un choc de simplification administrative
- Instaurer l'équité fiscale dans le commerce

# NOTRE IDENTITÉ ET NOS VALEURS

Le Commerce Coopératif et Associé mise sur le collectif et sur l'humain et agit au plus près de vous. Notre modèle est reconnu et largement **plébiscité par les Français**. Selon un sondage OpinionWay\*, 70 % d'entre eux souhaitent privilégier leurs achats dans ce type de commerces, et 88 % considèrent que le développement des coopératives de commerçants est une bonne chose pour l'économie française. Chaque année, les consommateurs élisent plusieurs de nos enseignes comme « l'enseigne préférée des Français », reflétant le lien de confiance établi entre eux et nous.

## Un commerce au cœur des territoires

La proximité est notre culture

1

Nous sommes **acteurs du développement et de la cohésion des territoires**. Nos commerces sont répartis majoritairement dans les villes de moins de 50 000 habitants, et à 50 % dans les villes de moins de 10 000 habitants. Nos entreprises sont fortement ancrées dans leur territoire.

Nos dirigeants, femmes et hommes, restent en moyenne **32 ans à la tête de leur entreprise, de sa création à sa transmission**. Forts de cette continuité, de la connaissance et de l'attachement à leur environnement local, ils s'impliquent et s'engagent auprès des associations et dans les instances de la vie publique et institutionnelle. Ils sont à l'initiative de nombreux partenariats avec les entreprises de leur territoire, notamment les producteurs locaux.

**Par les salaires versés, les investissements réalisés, les impôts locaux acquittés, le Commerce Coopératif et Associé contribue ainsi au rayonnement et au dynamisme des collectivités territoriales.**

Enfin, ces commerces sont depuis longtemps **une solution concrète pour répondre aux défis du désenclavement des régions rurales et du délaissement des zones périurbaines défavorisées**. Ils revitalisent les régions et les centres-villes, amplifient leur dynamisme commercial et concourent à l'aménagement responsable des territoires dans les zones périphériques.

Notre création de valeur locale se traduit par :

**50 %** de la CVAE\*\* dans 5 des 13 régions de France

Impôts et taxes locales **42 %**

**49 %** des impôts sur les sociétés

Implantation majoritairement dans les villes **< 50 000** habitants

\* Sondage « Les Français et le commerce coopératif » réalisé par OpinionWay pour la FCA en mai 2015

\*\* Cotation sur la valeur ajoutée des entreprises

## Un commerce à visage humain

Nous formons une communauté de destins

2

Notre but est de construire ensemble, de développer des outils et savoir-faire communs tels que des moyens logistiques, des concepts de vente, des services ou encore des plateformes communes d'achat. Nous sommes acteurs et décideurs au sein de nos groupements avec comme unique boussole, la mutualisation, la démocratie, l'implication, la solidarité et le partage entre adhérents mais également avec l'ensemble de nos parties prenantes.

**Le capital humain est au cœur de notre réussite. Véritable ascenseur social, le Commerce Coopératif et Associé favorise l'accès à l'entrepreneuriat à de nombreux salariés issus des points de vente au sein desquels ils travaillent. Avant de devenir entrepreneurs, 75 % des chefs d'entreprise étaient salariés, et plus de 30 % étaient salariés de l'enseigne qu'ils ont intégrée en tant qu'entrepreneurs.**

Nous commerçons dans une logique de proximité et d'accompagnement des bassins de vie au sein desquels nous sommes implantés. Nous sommes au service de nos clients et nous contribuons à tisser jour après jour le lien social.

**Plus que jamais, la crise sanitaire et économique que nous avons traversée a éprouvé nos relations sociales. Néanmoins, nos commerces physiques ont su résister, en première ligne, et se sont adaptés aux contraintes pour continuer à vous servir.**

## Un commerce qui a du sens

Nous portons une vision forte pour l'économie de demain

3

Inscrit dans l'Économie Sociale et Solidaire, le mode coopératif favorise une horizontalité synonyme de responsabilité collective. Certes indépendant juridiquement et financièrement, chaque commerçant est un coopérateur inscrit dans une relation de long terme avec une entreprise intergénérationnelle.

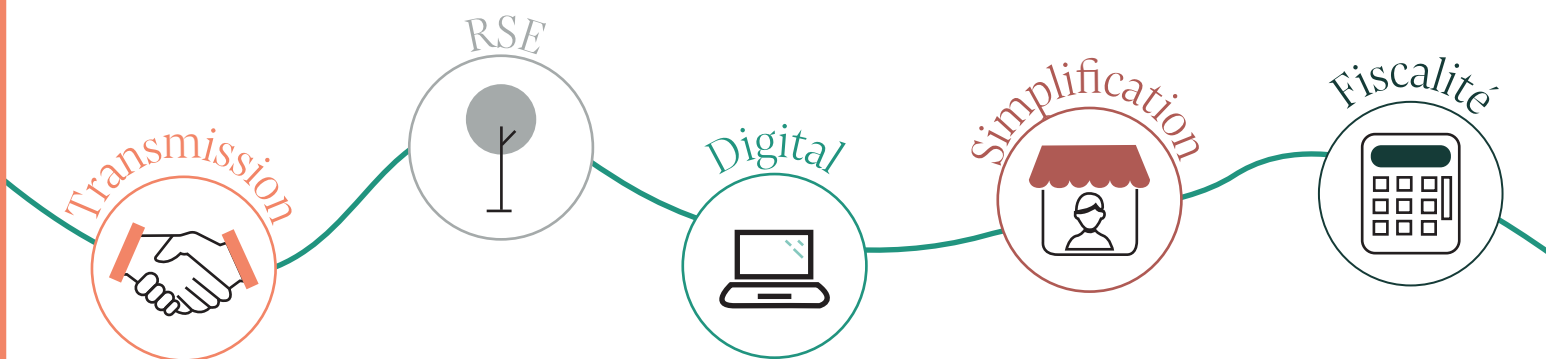
À ce titre, **nous endossons collectivement et individuellement notre responsabilité sociale et sociétale, et souhaitons nous engager pour un commerce à impact positif, au-delà de la performance financière.**

Déjà, nos enseignes favorisent la transition écologique de l'économie et accompagnent les modes de consommation de demain, locaux, et durables. À travers des initiatives territoriales, nos commerçants font vivre les principes de l'éco-responsabilité, de l'Économie Sociale et Solidaire mais aussi de l'innovation.

**Plus écologiques, plus solidaires, pionniers d'une gouvernance repensée, nos commerces prendront la voie d'une consommation responsable et inclusive.**

**Avec l'aide des pouvoirs publics et d'un ministère en charge de nos enjeux, nous sommes prêts à devenir les fers de lance du commerce de demain.**

# 5 PROPOSITIONS POUR PÉRENNISER NOTRE MODÈLE VERTUEUX



## 1 Faciliter la transformation omnicanale des commerces

Les deux types de commerce, physique et numérique, se mêlent désormais dans **un phénomène d'omnicanalité** afin de répondre aux exigences des consommateurs et de faciliter leur expérience d'achat. La transformation omnicanale des commerces traditionnels implique d'engager des dépenses d'acquisition, location/leasing ou abonnement, de nouveaux équipements et logiciels ainsi que des dépenses de prestations, par exemple pour la création, modernisation des sites et applications connectés ou pour l'installation de solutions logistiques unifiées.

*Afin d'accélérer cette transformation des commerces traditionnels indispensable à leur maintien sur le marché concurrentiel, des incitations financières sont nécessaires :*

**1 Créer une subvention à la transition numérique couvrant les dépenses de formation, d'équipement et de prestation nécessaires à la transformation omnicanale du commerce**

Nous proposons **la création d'une subvention de 10 000 euros par an et par entreprise** exerçant une activité de commerce de détail et répondant aux critères européens de la PME, pour une durée de cinq ans, ayant pour objet de couvrir ces dépenses engagées pour la modernisation du commerce vers l'omnicanalité.

**2 Favoriser l'hybridation de l'usage des stocks d'entreprises liées au sein d'un même réseau du commerce indépendant organisé**

Nous proposons pour prendre la mesure de la nouvelle ère omnicanale, pour les commerçants appartenant à un réseau du commerce indépendant organisé, tel qu'un groupement de commerçants lié à ses adhérents (Commerce Coopératif et Associé) ou un franchiseur lié à ses franchisés, **que le stock de référence pour les ventes en liquidation et les soldes puisse être celui de l'ensemble des membres du réseau, et le cas échéant du groupement ou du franchiseur**, l'essentiel étant d'être capable d'assurer à bref délai au consommateur la disponibilité des produits faisant l'objet d'une publicité.

## 2 Accélérer l'adoption par les commerces de pratiques et de démarches RSE

La réglementation environnementale est de plus en plus complexe, avec un impact sur l'ensemble des activités des entreprises. L'ensemble de ces mesures crée une instabilité de la réglementation qui rend particulièrement difficile leur appropriation par les acteurs opérationnels.

*Pour faciliter l'accélération de la transition RSE des commerces, la FCA propose de :*

### 1 Stabiliser et simplifier les obligations relatives à l'information du consommateur

Les consommateurs sont concernés par un surenchérissement de l'information concernant leurs droits, les qualités du produit, son impact environnemental, ses modalités de fabrication, etc. qui conduisent à l'effet inverse de celui recherché.

Cela concerne notamment les récentes obligations liées à l'information du consommateur sur l'impact carbone, sur l'incorporation de matière recyclée, l'emploi de ressources renouvelables, la durabilité, la compostabilité, la réparabilité, les possibilités de réemploi, la recyclabilité et la présence de substances dangereuses, de métaux précieux ou de terres rares ou encore concernant les informations relatives aux garanties légales et contractuelles.

Les entreprises sont très fréquemment conduites à mettre en conformité leurs documents d'information avec ces nouvelles exigences réglementaires. Les finalités poursuivies entrent parfois en contradiction, telles la suppression du ticket de caisse papier (finalité environnementale) et l'obligation de mentionner la garantie légale sur le ticket de caisse (finalité de protection du consommateur).

**Nous proposons de remettre à plat ce corpus informationnel du consommateur, particulièrement avant et pendant l'acte d'achat, au regard de l'effet utile recherché et en visant une information simple, claire et efficace.**

### 2 Subventionner des audits RSE pour les TPE/PME

Dans le cadre du plan de relance, l'Agence De l'Environnement et de la Maîtrise de l'Energie (ADEME) a lancé un dispositif d'accompagnement financier des TPE et PME dans cette transition écologique.

**Nous proposons d'élargir ce dispositif au financement des études diagnostics RSE réalisées pour l'entreprise qui ont pour objet d'auditer la chaîne de valeur et d'approvisionnement et de calculer l'empreinte carbone de l'entreprise afin d'identifier les opportunités pour réduire et compenser cet impact.**

### 3 Développer le « Name and Praise » avec une base de connaissance RSE à disposition du public

Nous proposons de développer le « Name and Praise », qui consisterait à **missionner un organisme public, tel que l'ADEME, afin de recenser les pratiques environnementales innovantes du commerce**, les classer par catégorie au regard des obligations légales concernées (réduction des consommations énergétiques, stationnements végétalisés, toitures avec panneaux photovoltaïques, etc.), et **partager, avec l'accord des opérateurs concernés, les bonnes mais aussi les mauvaises expériences sur une nouvelle base de connaissance RSE à disposition de tous.**

# 3 Accompagner la transmission de l'entreprise

La transmission des entreprises est un enjeu particulièrement prégnant dans le secteur du commerce avec **plus de 10 000 entreprises potentiellement à transmettre chaque année**. L'enjeu de ces reprises et du maintien de ces services, dont beaucoup sont des services du quotidien, est crucial pour l'animation économique de nos territoires. En leur absence, les habitants ne peuvent se maintenir durablement dans ces territoires qui deviennent peu attractifs. Or, il n'existe pas toujours de repreneur familial. La reprise par un salarié est une alternative naturelle et efficace. Celui-ci déjà présent connaît l'entreprise et a souvent été formé par l'entrepreneur à la reprise, la pérennité d'activité étant alors relativement sécurisée.

*Afin de contribuer au maintien et à la relance des PME dans les territoires et d'encourager l'accession d'un salarié à l'entrepreneuriat dans cette période de crise de la reprise des commerces, la FCA propose plusieurs mécanismes innovants :*

## 1 Minimiser l'impact fiscal de la plus-value de cession pour le cédant en cas de cession à un ou plusieurs salariés

Les plus-values de cession de titres ou de droits de PME réalisées par des dirigeants prenant leur retraite sont réduites d'un abattement fixe de 500 000 euros. **Nous proposons d'élargir le mécanisme de l'abattement fixe ou renforcé en cas de cession des titres de la société à un ou plusieurs salariés de la PME, même si la cession n'est pas liée à un départ à la retraite.**

## 2 Réduire le coût fiscal de la reprise pour le repreneur direct (sans passer par une holding de reprise)

**Nous proposons de permettre au repreneur salarié qui reprend les titres de la société d'exploitation en direct, et non via une holding, et qui détient plus de 90 % des titres de la société, d'être exonéré d'impôt sur le revenu sur les dividendes perçus par cette société sous réserve d'une quote-part de frais et charges correspondant à 5 % de ces dividendes.** Ce régime d'exonération serait limité à la période de remboursement de l'emprunt.

## 3 Mettre en place un « PERCOL Transmission », un plan d'épargne dédié à la reprise de l'entreprise par le salarié

Le PERCOL (Plan Epargne Retraite d'entreprise COLlectif) est un produit d'épargne ouvert par les entreprises pour leurs salariés. **Nous proposons d'élargir les cas de déblocage anticipé du PERCOL actuel au cas où le salarié réinvestit cette épargne dans l'acquisition des titres de la société soit directement, soit via une holding de reprise et d'envisager la création d'un dispositif d'épargne « reprise » spécifique sur le même modèle.**

## 4 Financer par crédit d'impôt la formation du salarié futur dirigeant sous condition de convention de tutorat

**Nous proposons de compenser la perte de revenus subie par le salarié pendant la période de formation en élargissant le périmètre d'éligibilité au crédit d'impôt pour la formation des dirigeants d'entreprise aux salariés futurs repreneurs de l'entreprise.**

Nous proposons dans ce cadre de recourir à la convention de tutorat afin d'organiser les conditions d'une transmission optimale des savoirs par le dirigeant de l'entreprise.

Cette convention définira les actions que le tuteur (dirigeant de la société cible) s'engage à mettre en œuvre à l'égard du tuteuré (salarié repreneur) avant l'opération de cession, et le cas échéant éventuellement après pour le passage de relais.

## 5 Élargir la Garantie BPI au prêt souscrit par une holding de reprise et étendre la durée de la garantie

**Nous proposons d'élargir la garantie BPI au prêt souscrit par une holding de reprise et d'élargir la période de garantie à une période maximum de douze ans (au lieu de dix actuellement).**

En pratique, cela signifie rendre éligible à la « Garantie de fonds propre Relance » ou dispositif équivalent, les investissements en capitaux propres et les financements en quasi fonds propres effectués dans le cadre d'opérations de capital transmission.



# 4 Simplifier le cadre administratif de nos commerces

Les entrepreneurs consacrent trop de temps aux formalités administratives. Simplifier est un enjeu de compétitivité. **Le coût total de la charge administrative pesant sur les entreprises est estimé entre 3 et 5 % du produit intérieur brut.** De nombreuses lois ont contribué à simplifier la législation afin de faciliter les relations entre les entreprises et l'administration ou d'améliorer le quotidien des entreprises. Ce mouvement de simplification doit continuer.

*Les entrepreneurs appellent désormais à une réflexion sur la charge que font peser les opérations de contrôle des services de l'administration sur l'activité des entreprises :*

## 1 Suivre un principe de sobriété administrative concernant les pièces à fournir

**Nous proposons la mise en place d'une démarche d'autodiagnostic qualité effectuée par l'entité de contrôle elle-même, au regard de ses propres besoins opérationnels.** Il s'agirait de suivre un principe de sobriété administrative, de stricte proportionnalité de la demande de documents et informations au besoin.

## 2 Appliquer un principe d'égalité dans les délais pour les contrôles de routine

**Nous proposons d'interroger la pertinence des délais de réponse et de retour exigés de l'entreprise au regard d'un principe de nécessité par rapport à la finalité du contrôle et au degré d'urgence réel.**

## 3 Adapter les exigences des contrôles à la taille de l'entreprise

**Nous proposons que les services de l'administration tiennent compte de la taille de l'entreprise lors de l'appréciation du délai accordé pour répondre à un contrôle de routine, et également lors de l'application du droit à l'erreur dans la réponse apportée.**

## 4 Organiser la coordination des services avec un référent identifié et unique

La loi relative à la croissance et la transformation des entreprises (dite loi PACTE de 2019) a mis en place le guichet unique électronique, plateforme qui d'ici 2023 sera la seule interface pour les formalités de création, modification et radiation d'entreprise quelles que soient leur activité et leur structure juridique.

Nous saluons cette réforme qui répond à un réel besoin des entreprises.

Dans la même ligne, **nous proposons d'engager une réflexion en vue de réduire le nombre d'interlocuteurs des services de l'administration, trop nombreux pour une même entreprise.**

La multiplicité des interlocuteurs complexifie, déshumanise la relation et conduit à une redondance des informations et explications à fournir parfois pour des sujets identiques ou similaires.

# 5 Instaurer une véritable équité fiscale entre toutes les formes de commerce

**Plusieurs dispositifs fiscaux se révèlent en décalage avec les réalités économiques, créant d'importantes distorsions de concurrence.** L'exemple le plus notoire est la taxe sur les surfaces commerciales, dont l'assiette est la surface de vente des commerces de détail et qui ne s'applique donc pas aux entreprises pratiquant uniquement la vente à distance, ce qui leur octroie de fait un avantage compétitif.

*Aussi, nous identifions plusieurs opportunités d'action pour l'équité fiscale :*

## 1 Poursuivre les réformes initiées au niveau international et européen

En France, l'iniquité fiscale entre le commerce physique et le commerce numérique concerne principalement, en termes de charges fiscales pour les commerçants, les impôts sur les bénéfices et sur la valeur ajoutée : Impôt sur les Sociétés (IS), Cotisation sur la Valeur Ajoutée des Entreprises (CVAE) et Taxe sur la Valeur Ajoutée (TVA) ainsi que les impôts ayant une assiette foncière : Taxe sur les Surfaces Commerciales (Tascom), Cotisation Foncière des Entreprises (CFE), Taxe Foncière sur les Propriétés Bâties (TFPB) et autres taxes locales. **Le rétablissement de l'équité fiscale entre le commerce physique et le commerce numérique suppose une réforme globale de la fiscalité du commerce aux niveaux international, européen en plus du niveau national.**

## 2 Substituer à l'impôt foncier un impôt fondé sur la valeur ajoutée

**La suppression de la TFPB, de la CFE (ainsi que des taxes additionnelles), de la Tascom et la création d'une imposition fondée sur le chiffre d'affaires ou la valeur ajoutée permettraient d'aboutir à une imposition uniforme des différentes formes de commerce et des différents acteurs économiques.**

Nous proposons également de privilégier la création d'une imposition fondée sur la valeur ajoutée pour les raisons suivantes :

- L'assujettissement des seuls pure players à cette nouvelle imposition pourrait être jugé contraire aux principes constitutionnels d'égalité devant la loi et devant les charges publiques.
- Une imposition fondée sur le chiffre d'affaires serait injustement pénalisante pour les commerçants ayant une activité déficitaire ou dégageant de faibles marges sans tenir compte de leur capacité contributive.

Cette imposition sur la valeur ajoutée s'appliquerait aux commerçants établis en France, quel que soit le canal de vente, et rétablirait une forme d'équité fiscale entre eux.

Cependant, un consensus international serait nécessaire pour qu'elle s'applique aux commerçants étrangers n'ayant aucune installation en France et qu'elle soit effectivement recouvrée.

Le produit de cette nouvelle imposition pourrait être affecté aux collectivités territoriales.

## 3 Simplifier la fiscalité par la suppression des taxes à faible rendement et une modification des valeurs locatives des locaux professionnels et commerciaux

**Nous proposons la poursuite des travaux d'identification des taxes à faible rendement dont la suppression serait opportune dans une démarche de simplification de la fiscalité française.**

Si la réduction de la CVAE a bénéficié à toutes les entreprises de commerce assujetties établies en France, quel que soit le canal de vente, seules celles qui exploitent un entrepôt logistique répondant à la qualification d'établissement industriel ont bénéficié de la réduction de la CFE et de la TFPB, ainsi que des taxes additionnelles.

Or, la loi de finances pour 2021 a réduit de moitié la valeur locative des établissements industriels (tels que certains entrepôts de logistique) évalués selon la méthode comptable (en pratique, réduction de 50 % des cotisations de CFE et TFPB). Cette réforme n'a pas bénéficié équitablement, par définition, à tous les commerçants.

Aussi, **nous proposons de poursuivre la révision des valeurs locatives en réduisant les valeurs locatives de tous les locaux professionnels et commerciaux et en aménageant la mise en œuvre de la réforme relative à la révision de valeurs locatives des locaux professionnels et commerciaux, entrée en vigueur le 1<sup>er</sup> janvier 2017 au travers un allongement de la durée d'application du dispositif de « lissage » (actuellement d'une durée de dix ans).**



The ORIGINALS ACCESS    The ORIGINALS BOUTIQUE    The ORIGINALS CITY    The ORIGINALS COLLECTION    The ORIGINALS RELAIS    The ORIGINALS RESIDENCE



FÉDÉRATION DU COMMERCE  
COOPÉRATIF ET ASSOCIÉ

## Contactez-nous !

Fédération du Commerce Coopératif et Associé  
77, rue de Lourmel - 75015 Paris  
Tél. 01 44 37 02 00

[www.commerce-associe.fr](http://www.commerce-associe.fr)

## Suivez-nous sur les réseaux sociaux

