

Communiqué de presse
Le 4 juillet 2017

« OÙ VA LA CONSOMMATION ? »

L'Alliance du Commerce et Procos ont invité les professionnels à réfléchir sur l'adaptation des commerces à l'évolution de la consommation au cours d'une matinée-débat le 4 juillet à Paris « **Où va la consommation ?** ».

Près de 300 participants dont un tiers de représentants d'enseignes du commerce et de l'équipement de la personne ont participé aux échanges avec une affiche qui a fait la part belle à des conférenciers de premier plan – le prospectiviste, Marc HALEVY – et à des locomotives reconnues (Monoprix, FNAC, Oly Gan, Etam, Biocoop, ID Groupe, etc...). Le constat dressé par Christian PIMONT, Président de l'Alliance du Commerce est clair. La demande d'immédiateté et d'individualisation des nouvelles générations place le commerce face à 4 défis majeurs :

1) Le défi du e-commerce

Dans un contexte de déferlante du e-commerce qui représente déjà plus de 15 % des ventes dans nos métiers, d'émergence d nouvelles enseignes et de baisse de la consommation d'habillement, nous devons répondre aux attentes du consommateur et « omni canaliser » nos enseignes.

« Nos réseaux de magasins sont une force. Nous devons adapter notre offre, innover, introduire les nouvelles technologies au service de la relation client », déclare François FEIJOO, Président de Procos.

2) Le défi de la transition numérique et l'emploi

La transition numérique du commerce appelle, dans les commerces physiques, des investissements très importants sur l'ensemble de la chaîne de valeur (design des produits, big data, merchandising, logistique, formation, accueil).

Le commerce est le premier employeur de nos territoires, avec 3,1 millions de salariés et 440 000 non-salariés en 2016, avec dans le seul commerce de détail 1,742 million de salariés.

Le maintien d'un haut niveau d'emploi - en amont, sur la surface de vente et en aval - est la condition préalable d'une relation client forte et différenciante.

« Les initiatives du gouvernement en faveur d'une amélioration du dialogue social dans l'entreprise et d'une simplification des règles, vont dans le bon sens et doivent nous permettre de mieux répondre aux variations très fortes de la fréquentation », souligne Christian PIMONT, Président de l'Alliance.

3) Le défi de la transition numérique et l'impôt

« Il n'est pas normal que des sociétés implantées au plan mondial, les géants d'internet paient moins d'impôts et de TVA que nos PME françaises (Emmanuel MACRON / RMC / 2 mai 2017) ».

« Comment admettre plus longtemps que nos concurrents, les géants de l'internet puissent continuer à rafler le marché sans payer d'impôts locaux, ni d'impôts sur les sociétés ? », s'interroge Christian PIMONT

« Nous sommes favorables à la concurrence de tous les canaux, mais dans des conditions d'équité fiscale » précisent Christian PIMONT et François FEIJOO.

Le commerce « physique » est une industrie lourde, gourmande en capitaux, avec des coûts fixes et notamment loyers, salaires, impôts locaux (taxe sur les surfaces commerciales, taxe foncière, contribution foncière, etc...), stocks.

L'Alliance du Commerce et Procos déplorent la mise en œuvre dès 2017 de la réforme des valeurs locatives assises sur les surfaces de vente avec pour conséquence une hausse souvent très forte des taxes locales sur les petits commerces.

4) Le défi de la présence dans les villes

La présence du commerce au cœur des villes moyennes ne va plus de soi en France dans un contexte de concurrence redoublée entre les différents lieux et canaux de consommation (centre-ville, périphérie, e-commerce).

Or la présence physique et la visibilité de la marque, facteurs de confiance pour le consommateur, demeureront un élément essentiel du commerce du futur.

« Le développement d'un partenariat entre élus et acteurs du commerce est crucial pour maintenir et renforcer l'attractivité des villes et des centres-villes, en particulier dans les villes moyennes » précise François FEIJOO

L'Alliance du Commerce et PROCOS demandent la plus grande vigilance aux pouvoirs publics en ce qui concerne l'accroissement des surfaces commerciales.

« Nous atteignons en France le seuil critique de m² commerciaux dans nos métiers et nous devons maîtriser la cannibalisation entre points de vente d'une même enseigne » déclare Laurent MILCHIOR, Président de ETAM.

Claude BOULLE
06 80 10 10 25

Emmanuel LE ROCH
06 07 21 57 02

La **Fédération Procos pour l'urbanisme et le développement du commerce spécialisé**, représente 260 enseignes et 35% du chiffre d'affaires du commerce spécialisé (soit 735.000 emplois et 93,5 milliards d'euros de chiffre d'affaires).
En savoir plus : <http://www.procos.org/>.

L'**Alliance du commerce** rassemble l'Union du grand commerce de centre-ville, la Fédération des enseignes de la chaussure et la Fédération des enseignes de l'habillement. Elle représente 27.000 magasins et 200.000 salariés dans le secteur de l'équipement de la personne.
En savoir plus : <http://www.alliancecommerce.fr/>.