



Face à la concurrence du e-commerce, le Conseil du commerce de France ne veut plus d'une fiscalité basée sur le foncier

24/02/2017 Emilie Zapalski

DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE - TOURISME



Hamilton / Rea | E-commerce

Elaborer une stratégie nationale de revitalisation du commerce, mettre en place une fiscalité qui ne soit plus basée sur l'emprise foncière des magasins, diminuer le coût du travail... Dans un manifeste présenté le 23 février 2017, le Conseil du commerce de France (CDCF) avance plusieurs propositions pour "une nouvelle politique pour le commerce". Il compte discuter de ces idées avec les candidats à l'élection présidentielle.

Le commerce fait face à une triple révolution technologique : le développement du e-commerce, qui comptabilise 65 milliards d'euros de chiffre d'affaires, en hausse de 14% en 2015 par rapport à 2014, la numérisation des données, et la robotisation des tâches. Pour faire face à cette nouvelle donne, qui risque de chambouler le secteur,

Le Conseil du commerce de France (CDCF) avance plusieurs propositions dans un manifeste pour "Une nouvelle politique pour le commerce" diffusé auprès des candidats à l'élection présidentielle et présenté le 23 février 2017. Le secteur compte en effet 3,5 millions d'emplois, dont 3 millions de salariés et 873.000 entreprises. Il représente 1.409 milliard d'euros de chiffre d'affaires, et c'est le premier employeur d'un jeune sur quatre. "Il faut qu'on travaille pour maintenir ces emplois, d'où nos propositions", a expliqué William G. Koeberlé, président du CDCF.

Une fiscalité équitable

Au premier rang des revendications du CDCF : une fiscalité équitable, entre les commerces "physiques", qui actuellement sont taxés sur leur foncier, et les commerces sur internet (ces derniers ont bien des entrepôts mais situés dans des zones moins coûteuses). "On a un impôt uniquement assis sur les surfaces physiques, c'est un non-sens quand le commerce digital prend 15% par an ! La réglementation fiscale doit s'adapter aux mutations", a indiqué Pierre Gogin, premier coprésident d'Union sport et cycle, tandis que Frédéric Sambourg, président de la Fédération des magasins de bricolage et de l'aménagement de la maison (FMB) a estimé qu'il fallait "militier pour nous départir d'une fiscalité majoritairement assise sur le foncier". Le CDCF propose de remplacer la taxe sur les surfaces commerciales (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. Depuis 2011, la Tascom a augmenté de 57% passant de 612 millions d'euros à 960 millions. En contrepartie de cette taxe commune, le CDCF demande un moratoire sur la fiscalité du commerce : l'engagement de ne pas créer de nouvelles taxes spécifiques au commerce, et ce, quelles que soient les formes de commerces (magasins physiques, e-commerce).

Le CDCF souhaite aussi que les "pure players"* étrangers (Amazon, eBay, Cdiscount...) paient, à due proportion de la part de leur chiffre d'affaires réalisé en France, les mêmes impôts que ceux payés par les acteurs du commerce français. Autre proposition : passer d'une fiscalité punitive à une fiscalité incitative, à travers notamment un crédit d'impôt pour les investissements destinés à la modernisation et à la digitalisation des commerces. "Mieux vaut disposer de moyens d'accompagnement plutôt que des moyens de sanctions", a souligné Frédéric Sambourg.

Une stratégie nationale de revitalisation du commerce

Pour les commerces de centre-ville, qui souffrent actuellement, surtout dans les petites et moyennes villes, d'un fort taux de vacances, le CDCF propose d'élaborer une stratégie nationale de revitalisation du commerce. Associant investissements et incitations fiscales, elle pourrait dans un premier temps être mise en œuvre dans les villes moyennes subissant un taux de vacance commerciale supérieure à 10% en tenant compte de leur morphologie urbaine. Le conseil propose aussi d'étendre à la reprise d'entreprise les aides applicables à la création d'entreprise et d'étendre la mission de l'Observatoire de la vacance commerciale (créé au sein de la Commission de concertation du commerce) au suivi de l'évolution du commerce sur le territoire, y compris les points de vente qui ne sont pas soumis à autorisation d'exploitation commerciale.

En matière d'emploi, le CDCF insiste sur la nécessité d'alléger le coût du travail, à travers la suppression de toute charge sociale au niveau du Smic (pérennisation du crédit d'impôt pour la compétitivité et l'emploi-CICE), et d'exonérer de toutes cotisations sociales pendant trois ans l'emploi d'un premier salarié dans un nouveau commerce. Il estime que l'alternance doit être favorisée avec un financement sécurisé et stable et une exonération de toute charge sociale sur tous les contrats de formation en alternance pendant toute la durée de la formation, sans distinction de taille d'entreprise ou de forme juridique et quel que soit le nombre de contrats conclus.

Le CDCF propose enfin de libéraliser l'ouverture des magasins le dimanche et en soirée, sous réserve d'accord social fixant les contreparties accordées aux salariés.

* Un "pure player" est une entreprise dont l'activité est exclusivement menée sur internet.

Redynamisation de centres-villes : des solutions existent

Développement économique

Les Assises pour la revitalisation économique et commerciale des centres-villes, organisées au ministère de l'économie le 28 février, ont permis de mettre en avant les bonnes pratiques de certaines collectivités précurseuses en la matière, et d'insister sur la nécessaire coordination des différents acteurs.

Le phénomène de la dévitalisation des centres-villes, qui touche moyennes et petites communes, attire petit à petit l'attention des pouvoirs publics.

Après le rapport conjoint de l'Inspection générale des finances et du CGEDD

relatif à la revitalisation commerciale des centres-villes remis en octobre à la secrétaire d'Etat chargée du commerce et de l'artisanat Martine Pinville, les Assises du même nom, organisées le 28 février, ont réuni professionnels et élus locaux.

En ouverture, une présentation de l'INSEE issue de l'étude "les entreprises en France" - édition 2016 a permis de dresser un panorama du commerce de centre-ville et de ses évolutions, dans les 250 aires urbaines de plus de 20 000 habitants.

Dans ces territoires, en 2014, un magasin sur trois se trouve en centre-ville, et 25% de l'emploi salarié du commerce y est localisé. Entre 2004 et 2014, l'emploi dans le commerce de centre-ville a reculé (à l'exception des grandes métropoles) : il a baissé dans 85 % des aires urbaines de 20 000 à 199 999 habitants.

L'étude démontre par ailleurs que la présence d'un patrimoine architectural, d'une activité touristique et d'un niveau de vie élevé de la population sont des facteurs de dynamisme des centres-villes.

Pour Christophe Queva, maître de conférences en géographie à la Sorbonne, le phénomène s'explique par plusieurs facteurs :

la périurbanisation ;
le faible dynamisme démographique de ces villes ;
la crise économique qui a amené la fermeture de sites industriels - aujourd'hui des friches qui peuvent être un potentiel de développement ;
ou encore certaines politiques nationales comme la refonte de la carte militaire et judiciaire qui ont fragilisé des villes petites et moyennes.

Un besoin de proximité

Pour Julien Munch et Pierre Narring, les auteurs du rapport relatif à la revitalisation commerciale des centres-villes, deux grandes tendances se dégagent dans les attentes des usagers : ils réclament un retour à la proximité du commerce, qu'elle soit physique, ou via internet. Par ailleurs les centres-villes doivent redevenir des lieux de destination, attractifs.

Leurs propositions d'action reposent sur cinq axes :

l'encouragement à la mise en place de stratégies locales concertées, un travail sur les équilibres des différentes centralités commerciales au travers des documents d'urbanisme, une coordination des différents acteurs du commerce et des élus locaux, un accompagnement des commerçants à l'adaptation au commerce de

demain, un travail sur le foncier.

De nombreuses collectivités se sont attaquées au problème depuis des années, à l'image de Mulhouse, qui travaille sur son plan "Mulhouse grand centre" depuis 2010, avec une action globale sur l'habitat, les espaces publics, la mobilité avec l'arrivée du tramway et une politique volontariste sur le stationnement, l'embauche d'un manager du commerce.

Bourg-en-Bresse mène également un plan de revitalisation de son centre-ville depuis 2010 : "c'est une stratégie de moyen terme, il faut un minimum de continuité", précise Jean-François Debat, le maire de la commune. "Il nous fallait bloquer les extensions et créations de moyennes et grandes surfaces en périphérie, le seul moyen c'est de maîtriser le foncier, et d'utiliser les règles d'urbanisme."

Dans le plan local d'urbanisme a ainsi été inscrite l'interdiction d'activités tertiaires sur certaines zones du centre-ville, pour éviter les ruptures de linéaires commerciaux avec l'installation de banques, assurances... Un manager de centre-ville a également été embauché et une négociation est en cours pour faire revenir des moyennes surfaces, mais exclusivement en centre-ville.

Observer pour piloter

Pour Stéphane Vergne, président de la section thématique sur la revitalisation commerciale des centres-

villes de la Commission de concertation du commerce, l'un des préalables aux actions est la mise en place d'un observatoire de la vacance, indispensable pour piloter les actions de redynamisation. Il faut par ailleurs un dispositif de coordination des tous les acteurs : commerçants, élus locaux, chambres consulaires...

Intervenue en clôture des Assises, Martine Pinville a annoncé le lance-

ment d'un nouvel appel à projets du Fonds d'intervention pour les services, l'artisanat et le commerce (FISAC) au titre de l'année 2017, qui sera mis en ligne dans les prochains jours.

Le FISAC pourra intervenir pour des opérations collectives visant notamment à moderniser, diversifier, rendre accessibles physiquement et numériquement, et sécuriser des

commerces de proximité, non seulement dans les Zones de revitalisation rurale (ZRR) et dans les Quartiers prioritaires de la politiques de la ville (QPPV), parmi lesquels se trouvent déjà des centralités dégradées, mais également désormais hors des QPPV, dans les centralités commerciales connaissant un fort taux de vacance. ■

par D. Gerbeau

ENCADRÉS DE L'ARTICLE

Pour aller plus loin

La redynamisation des centres-villes, priorité des villes moyennes
Placer le commerce au coeur des stratégies locales

Encadre manuel 1

La Fédération du Conseil du commerce de France interpelle les candidats à la présidentielle

La Fédération du Conseil du commerce de France, qui regroupe 823 000 entreprises, et une trentaine de fédérations professionnelles, organise les états généraux du commerce le 21 mars prochain. A cette occasion, elle présentera sa plateforme de propositions pour l'élection présidentielle, avec un objectif, la préservation de l'emploi.

Elle réclame notamment une plus grande équité fiscale entre tous les acteurs du commerce, qu'ils soient physiques ou en ligne : la taxe sur les surfaces commerciales et la fiscalité locale assise sur l'emprise foncière des magasins pourrait ainsi être remplacées par une taxation fondée sur une valeur commune à tous les acteurs - valeur ajoutée via la cotisation sur la valeur ajoutée des entreprises ou la vente via la TVA. Elle réclame également le report de l'entrée en vigueur de la réforme des valeurs locatives foncière des locaux professionnels prévue en 2017 pour réaliser de nouvelles simulations et mieux mesurer son impact.

"Aujourd'hui 7% des ventes se font sur Internet, mais dans certains secteurs comme les produits culturels, on monte à 40%. Y compris pour les indépendants, il faut mettre en place des aides à la modernisation, et au passage à la digitalisation des points de vente - pourquoi pas sous forme de crédit d'impôt. Le e-commerce peut servir à développer le commerce indépendant", estime William G. Koeberlé, président du CDCF. Certaines collectivités vont dans ce sens, en proposant à leurs commerçants des plateformes mutualisées de vente en ligne, ou des points de livraison mutualisés. La fédération réclame également un allègement de la réglementation de l'urbanisme en cas de rénovation ou d'extension des bâtiments existants. En ce qui concerne la dévitalisation des centres-villes, le CDCF propose la mise en place de plans d'actions locaux et un plus grand dialogue avec les commerçants et la mutualisation de certains dispositif.



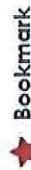


ABONNEZ-VOUS !

Web/Magazine/Conférence



Mon compte



Bookmark



Suivez-nous



NEWS ANNUAIRE DES MARQUES

AGENDA

CHIFFRES CLÉS

RÉPERTOIRE

ÉTUDES

Recherche sur tout le site

News : Les enseignes militent pour une nouvelle politique du commerce

Les enseignes militent pour une nouvelle politique du commerce

- Posté le : 23/02/2017
- Catégorie(s) : Commerce

Le commerce de France, par l'intermédiaire de son conseil national le CdcF, se mobilise de nouveau auprès des pouvoirs publics pour expliquer le contexte des mutations en cours dans le secteur et auprès des candidats à l'élection présidentielle, comme il l'avait fait en 2012 déjà.

Il publie un manifeste de 32 mesures. L'enjeu ? Préserver les 3,5 millions d'emplois qu'il représente. Comment ? En favorisant notamment la formation des personnels, la reprise d'entreprise, en revitalisant le centre-ville et les friches commerciales, en accélérant la transformation digitale des magasins afin qu'ils disposent d'une offre omnicanal.

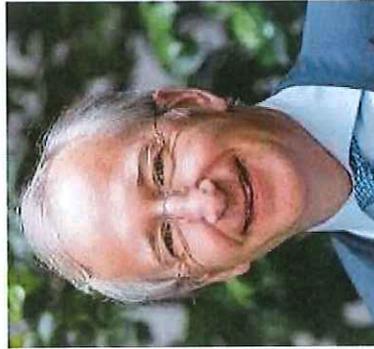
Le socle de ses propositions est constitué par la demande d'une **équité fiscale** entre tous les acteurs du commerce et d'une **évolution réglementaire par co-conception** (pouvoirs publics / entreprise) et pré-test d'impact. « *Nous avons connu 4 lois de modification de l'urbanisme commercial ces dernières années, sans mesure des conséquences de celle-ci. Elles alourdissent l'instruction des dossiers et renchérissent le coût des projets* » a rappelé William G. Koeberlé, le président du CdcF, ce matin lors d'une conférence de presse.

RECHERCHE

OK

CATÉGORIES

Accessoires
Affiliée
Arts Martiaux
Badminton
Basket-ball
Chaussures
Commerce



MOIS / ANNÉES

février 2017

janvier 2017

décembre 2016

novembre 2016