**Jacques Creyssel, délégué général de la Fédération des Entreprises du Commerce et de la Distribution**

**« Nous sommes pour la concurrence… mais à armes égales »**

**Comme percevez-vous cette rentrée 2017?**

Plutôt positivement ! Le moral des Français s’améliore. Les Etats généraux de l’alimentation sont, à ce stade, un moment de construction salutaire. Dans le même temps, tout ce que nous disons, depuis des années, sur la nécessité d’une véritable politique du commerce est en train de se confirmer ! Le paysage du retail est en profonde mutation. Le digital change clairement la donne. Certains acteurs renforcent leur rôle, parfois de prédateurs, en profitant de l’absence d’une parfaite égalité des règles de concurrence. Il est urgent de disposer d’une véritable politique du commerce qui fixe les mêmes règles pour tous. J’en appelle aux pouvoirs publics qui, parfois, ont du mal~~,~~ à comprendre que certains acteurs, qui se disent hors marché, veulent aussi… casser les marchés.

**Quel est votre regard sur les Etats généraux de l’alimentation ?**

C’est une excellente initiative. Une formidable opportunité pour créer de la valeur, et pour cesser de nous opposer les uns aux autres. Ils interviennent au moment opportun : la déflation semble enrayée depuis quelques mois. Les consommateurs recherchent plus de qualité et des produits bons pour la santé. Ils sont prêts à payer un peu plus cher pour cela. Enfin, l’ensemble des acteurs, producteurs, transformateurs et distributeurs, ont une volonté et une démarche communes de construction. Pour préparer ces états généraux, nous nous sommes réunis, à l’initiative de la FCD pendant deux mois avec 6 organisations professionnelles, et avons produit un diagnostic commun. Même démarche, avec le lancement, ces derniers jours d’un instrument commun d’auto-diagnostic RSE avec l’ANIA, Coop de France et la FEEF. Tout ceci est symbolique d’un changement d’état d’esprit.

**Justement que va-t-il sortir de ces échanges ?**

La 1ère priorité est bien évidemment de permettre à l’ensemble des agriculteurs de vivre dignement de leur métier. Nous avons besoin d’une agriculture française forte, car elle est la mieux à même de répondre aux besoins de qualité exprimés par les consommateurs, tout en sécurisant nos approvisionnements. N’oublions jamais que la grande distribution est le débouché des 2/3 de la production agricole française. Nos sorts sont liés. La 2ème priorité est de répondre à la demande d’une alimentation saine et durable. C’est une chance historique pour l’ensemble de la filière agroalimentaire française. C’est par la création de valeur que l’on sortira du marasme actuel. Or, aujourd’hui, l’offre ne suit pas la demande, elle-même croissante. Il n’est pas normal que 80% du porc bio soit importé alors qu’il est rémunéré deux fois et demie plus cher au producteur ! Dans le même temps, il faut rassurer les consommateurs et leur montrer à quel point l’alimentation d’aujourd’hui n’a jamais été aussi surveillée et d’aussi bonne qualité. La 3ème priorité des Etats Généraux est enfin, pour nous, de promouvoir un réseau de PME agroalimentaires françaises de qualité. C’est grâce aux PME que nait l’innovation aujourd’hui. Et ce sont elles qui ont fait 80% de la croissance des ventes en magasin depuis dix-huit mois.

**Mais à propos des crises alimentaires, la distribution a été mise en cause sur le dossier du Fipronil…**

Il s’agit d’une fraude dont nous sommes les victimes, tout comme les consommateurs. Nos équipes qualité se sont mobilisées tout l’été, avec les pouvoirs publics. Le principe de précaution a été strictement appliqué. Cela doit rassurer les consommateurs. La 2nde partie des Etats Généraux devra être l’occasion d’ouvrir des débats légitimes sur les modes de production ou la composition des produits, mais elle devra aussi mettre en évidence que jamais le niveau de sécurité et de contrôle des produits alimentaires n’a été aussi élevé. Sur tous ces sujets de qualité, nous avons besoin d’indicateurs et de règles claires, notamment sur les nanoparticules, comme d’un effort de recherche accru sur les substituts aux substances potentiellement dangereuses.

**Et les Etats Généraux pourraient déboucher sur quoi ? Pouvez-vous nous donner des exemples concrets ?**

La priorité, c’est d’abord de créer plus de valeur, en partant des besoins des consommateurs. Le plan d’investissement public de 5 Mds sera à cet égard déterminant. Il faut, dans le même temps, moderniser notre système de relations entre les acteurs, pour que chacun bénéficie de cette valeur ajoutée. Nous sommes ainsi favorables, à ce que l’on prenne désormais en compte les coûts moyens de production, à l’instar ce qui a été fait par un acteur industriel du lait. De même, nous proposons la mise en place de mécanismes de protection des producteurs contre les effets de la volatilité des cours, avec notamment un compte-aléas défiscalisé. Il faut, de même, impérativement renforcer la transparence, en étendant les missions de l’Observatoire des prix et des marges et en renforçant ses moyens. La transparence est la clé du retour à la confiance entre les acteurs de la filière. Le jour où tous les acteurs publieront leurs marges et leurs coûts, comme la Grande Distribution le fait depuis 4 ans, ça ira mieux. Concernant les négociations commerciales, il faut redonner du sens et de la lisibilité à notre système, qui est le plus complexe et le plus instable au monde. La réflexion en cours sur le seuil de revente à perte ou les promotions, que nous accueillons avec intérêt, est ainsi inséparable d’autres éléments : la réaffirmation dans la loi du principe de la libre négociation des tarifs, pour protéger les consommateurs comme l’amont agricole. La clarification, ensuite, des règles d’intervention des pouvoirs publics, notamment sur le déséquilibre significatif, afin que celles-ci soient connues et stabilisées pour tous les acteurs. La transparence et la prise en compte, enfin, des coûts de production pour que la réforme soit positive pour tous.

**On évoque une hausse de 15 à 17% du SRP applicable pour les négociations 2018...**

Il ne faut pas faire peur avec des chiffres fantaisistes ! La FNSEA a fait des propositions intéressantes pour une modernisation de l’interdiction de la revente à perte. Elles doivent s’inscrire pour nous dans un triple objectif : redonner du sens économique et juridique à un SRP qui ne prend curieusement aujourd’hui pas en compte les coûts de production. Favoriser les PME grâce à une meilleure péréquation entre les produits. Et anticiper les enjeux de demain, en évitant qu’un acteur transnational du commerce électronique ne vienne déstabiliser toute la filière agroalimentaire par des pratiques tarifaires abusives facilitées par une optimisation fiscale. Ce qui se passe avec Amazon et Whole Foods doit, à cet égard, faire réfléchir tous les acteurs. La réforme éventuelle du SRP n’est ni une recette miracle, ni une arme contre les consommateurs, n’en déplaise à ceux qui ne veulent visiblement pas permettre aux acteurs de la filière de vivre mieux.

**Et que pensez-vous de l’encadrement des promotions?**

L’augmentation du volume des promotions a d’abord des causes économiques. Les marques PME font aujourd’hui l’essentiel de la croissance, avec des produis locaux, bio, sans gluten… Dans le même temps, les marques nationales multiplient les promotions pour rester attractives et tenter de préserver leurs parts de marché. L’encadrement des différentes formes de promotions, y compris les NIP, sur le modèle de ce qui a été fait pour les produits frais, peut permettre d’atténuer cette dérive, tout en étant un moyen utile de redonner une plus juste image du prix des produits. Il s’agit, par ailleurs, d’un corollaire de la réflexion sur le seuil de revente à perte. Sécuriser et rehausser le seuil de revente à perte, sans limiter le niveau des promotions, n’aurait en effet pas de sens.

**Le gouvernement a déjà annoncé vouloir toucher au Crédit d’impôt compétitivité emploi…**

Toucher au CICE serait une mesure grave et irréfléchie. Depuis 2 ans, le commerce de détail a créé 50 000 emplois nets et ce résultat est directement lié au CICE. Le réformer reviendra à augmenter le coût du travail et les prélèvements sur les entreprises. La réforme annoncée par le Gouvernement va représenter, in fine, 8 milliards de charges supplémentaires, sous forme d’impôt sur les sociétés, auxquels se rajoute 1 milliard de plus au titre d’un effet mécanique sur la participation et l’intéressement. Pour le total du commerce, le surcoût peut être estimé à environ 1,7 Milliard d’Euros en année pleine. L’impact sera massif en termes de coût du travail, en représentant l’équivalent d’une hausse des cotisations de 2,5% à 1,3 Smic et de 4,5% à 1,6 Smic, ce qui va à l’encontre des baisses de charges votées ces dernières années. Ceci est donc incompréhensible du point de vue de la politique de l’emploi. Et une telle mesure toucherait, une nouvelle fois, en priorité, les magasins physiques puisqu’ils emploient 3 à 5 fois plus de salariés par euro de chiffre d’affaires que l’e-commerce. C’est, à notre sens, une erreur grave de politique économique, qui privilégie, une nouvelle fois, l’arme fiscale.

**Et concernant la loi travail ?**

Sur la loi travail, notre sentiment est exactement l’inverse. Nous accueillons de manière positive les changements annoncés. C’est un exemple remarquable de concertation et de vraies évolutions se profilent. La simplification, avec la création d’une instance unique qui regroupe délégués du personnel, comité d’entreprise, CHSCT, et délégués syndicaux. La priorité au dialogue social et la sécurisation des accords signés, notamment pour le travail de soirée et de nuit. On peut d’ailleurs rappeler que la branche du commerce alimentaire est aujourd’hui la plus dynamique en France, en termes d’accords signés. Cette loi crée des zones de liberté. Il faut que les partenaires sociaux s’en saisissent (ex : contrats de chantier, évolution du CDD). Mon seul regret, au cours de ces mois de discussion, est le maintien des dispositions supplétives actuelles, en l’absence d’accord. L’incitation à conclure des accords sera donc relativement faible, et les effets positifs en matière d’emploi seront donc décalés d’autant. Cela rend encore plus incompréhensible la mesure CICE.

**Pour faciliter l’activité économique, que réclamez en matière de charges?**

Notre priorité est la remise en cause de la fiscalité foncière, y compris la TASCOM, qui ne frappe que le commerce physique. Les impôts fonciers représentent aujourd’hui près de 1% du chiffre d'affaires des distributeurs, soit l'équivalent de leur marge nette. Il faut que tous les acteurs du commerce paient les mêmes impôts et taxes. Nous demandons donc la suppression des cotisations foncières et leur remplacement par une hausse de la CVAE (Cotisation sur la valeur ajoutée des entreprises). Dans le même temps, il est indispensable que des décisions internationales, au niveau de l’Europe et de l’OCDE, soient prises, pour que les GAFA, AliBaba et autres acteurs transnationaux paient effectivement l’ensemble des impôts dus sur leurs activités réelles de ventes dans les pays. La décision récente de justice sur Google, qui considère que légalement, cette entreprise n’a pas d’activités économiques en France, est insupportable. Je me réjouis, à cet égard, de l’initiative récente du Gouvernement français pour créer une taxation spécifique sur l’activité de ces acteurs. On peut discuter des modalités, mais le sens de la démarche est le bon. Il faut réformer notre fiscalité, fondée sur le monde physique alors que notre économie est de plus en plus digitale. Et le point commun entre physique et virtuel, c’est la vente, c’est la valeur ajoutée. Je suis optimiste, à ce sujet. Nos contacts à l’Elysée, à Matignon, à Bercy, depuis l’élection présidentielle ont été très positifs et le Gouvernement réfléchit à la meilleure façon d’avancer sur ce sujet majeur de l’égalité des conditions de concurrence. Quant aux élus locaux, ils se rendent bien compte que si leur base fiscale se restreint, ils devront, en l’absence de réforme, augmenter les taux pour garder le même produit fiscal, ce qui fera fuir, plus encore, le commerce physique.

**On sent que vous êtes assez remontés contre certaines entreprises…**

Nous sommes pour la concurrence… mais à armes égales.Certains acteurs se transforment en véritables prédateurs en profitant de l’absence d’égalité des conditions de concurrence. La baisse très forte des prix de Whole Foods par Amazon, quelques jours, après son rachat effectif, n’est pas une opération promotionnelle ponctuelle. La FCD n’est pas dans la lutte pour conserver l’ancien monde. Bien au contraire ! Nous voulons favoriser un modèle omnicanal qui, à la fois optimise les services auprès du consommateur et qui favorise l’emploi. Nous n’opposons pas e-commerce et commerces physiques. C’est un débat dépassé. Nous exigeons simplement que tout le monde applique les mêmes règles et paie les mêmes impôts, Il faut qu’une nouvelle politique du commerce soit définie qui prenne en compte ces nouvelles dimensions de la concurrence. Toute hausse de la fiscalité foncière est l’équivalent d’une aide d’Etat à Amazon. Idem pour toute nouvelle règlementation en matière d’urbanisme commercial ou de vente de produits, qui ne les concerne pas. Et je ne parle pas des contrôles sur ces acteurs, qui sont inexistants.

**Que pensez-vous des livraisons dominicales qui ne cessent de se multiplier ?**

C’est une évolution inéluctable. A l’heure du commerce électronique, les consommateurs veulent pouvoir faire leurs courses, notamment dans les grandes villes, le soir et le dimanche. L’attentisme des pouvoirs publics sur ce point est incompréhensible. Amazon et la Poste peuvent livrer le dimanche, et les magasins n’en ont toujours pas le droit, hors des zones touristiques. Il est temps de voir que notre commerce de proximité est un formidable atout et que l’enjeu de tout ceci c’est la ville de demain. Et ce sont souvent les mêmes qui s’opposent à l’ouverture des magasins et se plaignent de la désertification des centres villes!

**Mais vous ouvrez de plus en plus de magasins le dimanche…**

L’ouverture du dimanche matin est de droit depuis 1906 ! Elle est malheureusement très souvent remise en cause par des arrêtés préfectoraux que nous combattons systématiquement. Nous avons d’ailleurs récemment obtenu que soit abrogé l’arrêté préfectoral de 1990 qui interdisait à Paris l’ouverture le dimanche si le magasin était également ouvert le lundi. Il faut maintenant aller plus loin et permettre, au moins, l’ouverture toute la journée du dimanche, des magasins alimentaires de proximité dans les villes dépassant un seuil d’habitants à fixer.

**Ce sujet rejoint celui de la vitalité commerciale des centres villes**

Il est frappant de voir que le problème de la désertification commerciale des centre bourgs se pose de la même façon dans de nombreux pays européens: l’Italie, l’Allemagne, la Grande-Bretagne, la Belgique, et ceci malgré des organisations commerciales et des systèmes d’urbanisation souvent très différents. Les causes structurelles sont en effet communes. La 1ère d’entre elles est la désindustrialisation qui touche surtout les petites et moyennes agglomérations (entre 50 000 et 100 000 habitants). La 2nde est liée à l’évolution des modes de vie. Les familles ne veulent plus habiter en centre-ville. Elles vivent, travaillent et vont faire leurs courses en périphérie, là où sont d’ailleurs désormais les équipements publics (hôpitaux…) Il faut donc cesser de croire que le commerce en périphérie est le grand responsable de la désertification commerciale des villes moyennes. Comme de croire qu’un moratoire sur les ouvertures des magasins, ou une baisse du seuil de passage en CDAC, réglerait le problème. Les solutions existent, comme le montrent de vraies réussites dans de nombreuses villes.

**Alors comment redynamiser ces espaces ?**

Inverser le mouvement suppose une politique d’ensemble. Il faut d’abord créer ou rénover des logements en centre-ville, car sans client de proximité, pas de commerce viable. Ensuite, il faut mettre en œuvre une politique de dynamisation commerciale des centres avec des animations régulières, des managers de centre-ville dynamiques, et des horaires adaptés aux clients. Enfin, il est important d’instaurer une politique de mobilité intelligente. Dans bien des cas, cela passe par la construction de parking en centre-ville, voire des parkings gratuits. L’évolution récente du commerce alimentaire de proximité est, à cet égard, un exemple de transformation réussie, et d’apport massif à la dynamique des villes. Sans compter que nos enseignes permettent également de maintenir ou de développer des services publics : Environ 2400 magasins de proximité proposent un service de bureau de poste, y compris dans les grandes villes! Le magasin est un élément clé de notre vie en société. Si demain, ils sont remplacés par des casiers ou des showrooms, notre vie sociale ne sera plus la même. Il s’agit là d’un vrai sujet de société.

**Vous parlez souvent de l’uberisation du commerce…**

Le digital, c’est la somme de trois évolutions : la numerisation, l’uberisation et la robotisation. L’ubérisation revient à faire un séquençage de la chaîne de valeur. Autrefois, les chaines de valeur étaient complètes. Aujourd’hui, un acteur peut se positionner sur un seul – généralement le plus potentiellement rentable- en laissant les éléments négatifs aux autres. Lorsqu’on combine ceci à la numérisation, notamment le traitement des data, on voit qu’il y a un risque de perte de valeur pour tous les acteurs du commerce. La data ou le paiement peuvent être ubérisés. Si le retail n’a plus qu’une action de distribution et de logistique et que ce qui fait sa valeur, par exemple, la connaissance des clients et des marchés est transférée chez les banquiers, les opérateurs téléphoniques ou les Gafa, il est clair que cela sera un élément de dépérissement du commerce. C’est là un des enjeux majeurs du commerce omnicanal.

**Et que pensez-vous de la robotisation?**

Selon une étude récente, le coût horaire de l’heure travaillée dans un entrepôt est aujourd’hui équivalent, à iso-heures travaillées, entre l’humain et le robot, mais l’écart va se creuser… On peut discuter de l’impact de la robotisation, de l’intelligence artificielle sur l’emploi, et des sujets éthiques qui s’y rattachent. Mais ce qui est certain, c’est que cette révolution technologique donne aujourd’hui la possibilité d’offrir de nouveaux services aux consommateurs. Prenez un entrepôt automatisé et couplez le avec un véhicule autonome : vous avez alors la possibilité de livrer en une heure de manière généralisée. Face à ce mouvement, le service humain doit être amplifié, recréé. C’est ce qui se passe aujourd’hui dans les magasins, quelle que soit leur taille. Plus que jamais, le plaisir doit être au centre du commerce.

**Alors faut-il taxer les robots ?**

Ce qu’il faut c’est arrêter de taxer d’une manière générale.

**A quand Amazon et Costco à la FCD…**

Notre sujet, c’est le respect des règles communes au commerce. Costco n’a pour l’instant fait aucune demande mais répond à nos critères. Pour l’autre entreprise, vous imaginez bien que ce n’est pas à l’ordre du jour…

**Propos recueillis par Morgan Leclerc et Yves Puget**