

# REPÈRES

Le magazine du commerce coopératif et associé – N° 769 / Mars-avril 2026

**Grand invité**

Alain Di Crescenzo :  
« Nous sommes un pays  
de bâtisseurs »

**Perspectives**

L'IA et le modèle  
coopératif au service  
des champions  
de demain,  
par Paul Midy

**Atol**

Dans le Jura,  
un opticien en croisade  
pour la santé visuelle

## Entreprendre

Face aux défis de l'isolement et  
de la croissance, les clés du modèle  
coopératif et associé



Les Rencontres  
de la FCA 2026

# Pour un commerce souverain

Affirmer nos choix  
Choisir notre avenir



FÉDÉRATION DU COMMERCE  
COOPÉRATIF ET ASSOCIÉ

**02 juin 2026 à 9h**

Cité internationale universitaire de Paris



Retrouvez toutes les informations  
sur [commerce-associe.fr](https://commerce-associe.fr)  
ou en scannant ce QR code



**In Extenso**

# Une aventure sans fin

« **Quoi que vous rêviez d'entreprendre, commencez-le. L'audace a du génie, du pouvoir, de la magie.** » C'est par ces mots passés à la postérité que Goethe nous enjoint de plonger à corps perdu dans le grand bain de notre vie, en refusant de nous satisfaire de sa simple écume.

C'est que l'entrepreneuriat n'est pas seulement une aventure économique ; il est, plus profondément, **une manière d'habiter le monde.** Il engage celui qui s'y consacre dans un dialogue constant avec l'incertitude, où la volonté se mesure à l'imprévisible et où l'intuition précède souvent la démonstration. Entreprendre, c'est accepter de tracer un chemin dont nul ne garantit l'issue, mais dont chaque étape révèle une part de vérité sur soi-même et sur la société que l'on contribue à façonner.

Dans le secteur du commerce, cette exigence prend une résonance particulière.

Car le commerce n'est jamais un simple échange de biens : il est un lien, parfois fragile, toujours essentiel, entre des producteurs, des territoires et des consommateurs. **L'entrepreneur y devient un médiateur attentif,** à l'écoute des attentes comme des silences, capable de saisir les mutations d'un monde où les habitudes se transforment à mesure que s'accroissent les transitions économiques, technologiques et environnementales.

Il serait tentant de réduire l'entrepreneuriat à une succession d'indicateurs, de performances et de parts de marché. Pourtant, cette lecture, si nécessaire soit-elle, demeure incomplète. Car **derrière chaque initiative se dessine une vision,** et derrière chaque décision, une responsabilité. L'entrepreneur ne se contente pas d'optimiser :

il arbitre, il engage, il assume. À ce titre, il est aussi un acteur de souveraineté, non seulement économique, mais culturelle et sociale.

Cette responsabilité s'exprime aujourd'hui avec une acuité renouvelée. À l'heure où les chaînes d'approvisionnement se recomposent, où les attentes en matière de transparence s'intensifient, et où le sens donné à l'acte d'achat évolue, faire commerce suppose de concilier des exigences parfois contradictoires. Comment demeurer compétitif sans renoncer à l'ancrage territorial ? Comment innover sans céder à l'éphémère ? Comment croître sans diluer ce qui fonde l'identité même de l'entreprise ?

Il n'existe pas de réponse unique à ces questions, mais une certitude demeure : **l'entrepreneuriat ne peut prospérer durablement sans une forme de fidélité** – fidélité à une vision, à des partenaires, à un territoire. Cette constance n'exclut ni l'audace ni la transformation ; elle en constitue, au contraire, le socle. Elle permet d'inscrire l'action dans le temps long, là où se construit la confiance, cette ressource invisible et pourtant décisive dès lors que l'on met l'humain au centre de tout.

Ainsi compris, **l'entrepreneuriat dépasse la seule création de valeur pour devenir un engagement.** Il appelle à une forme d'exigence, faite de lucidité et de persévérance. Et dans un monde en quête de repères, il demeure, peut-être plus que jamais, une promesse : celle d'agir, plutôt que de subir, et de contribuer, à son échelle, à l'équilibre toujours fragile du réel.



FCA

**Olivier Urrutia,**

Délégué Général de la Fédération du Commerce Coopératif et Associé

## LA CHRONIQUE

## Délétère



Eric Avenel/FCA

**Jean Pierre Dry,**  
Président  
de la Fédération  
du Commerce  
Coopératif et  
Associé

Quel regard porter aujourd'hui sur notre planète, sur le monde qui nous entoure, avec bienveillance ? Ukraine, Moyen Orient, Liban, Iran ne sont plus que des territoires de guerre dont l'issue reste totalement incertaine. Les conséquences qui commencent à en découler sont déjà visibles sur notre vie quotidienne : augmentation du prix des carburants, risque de rupture d'approvisionnement, inflation qui semble inévitable.

Quant à la situation de notre pays rien ne permet d'imaginer une situation au moins stable avant une élection présidentielle à haut risque.

Il nous faut bien, pourtant, trouver des raisons objectives de rester confiants dans cet avenir semé d'embûches. Nous représentons, ensemble, à travers notre Fédération, un levier pour avancer. Notre force collective est un rempart contre la morosité et à ce titre nous défendons tout ce qui fait la force de notre modèle de commerce coopératif et associé.

Nous sommes au plus près de nos clients pour leur apporter ce contact social qui s'effrite progressivement. Nous avons cette capacité, non seulement de résister, mais également d'apporter des solutions au quotidien à chacun.

Nous sommes un rempart contre la morosité et rien ne pourra remettre en question notre rôle social.

Plus que jamais notre responsabilité est engagée et je sais que nous saurons, tous ensemble, y faire face.



Adobe Stock

## TOUR D'HORIZON

Crise au Moyen-Orient.  
Une onde de choc  
sur l'économie mondiale  
— Page 6

Petits colis :  
la fin des angles morts ?  
— Page 6

Des élections municipales  
au goût de revanche  
pour les territoires  
— Page 7

## 8 JOURNAL DE BORD

Vidi fête dix ans de réussite  
du collectif dans la santé  
— Page 8

L'affichage environnemental  
gagne les rayons du textile  
— Page 9



Guilherme Farinha/Unsplash

10

## GRAND LARGE

**Entreprendre**

**Les clés du modèle coopératif et associé face aux défis de l'isolement et de la croissance**

L'entrepreneuriat est plus que jamais perçu comme un projet de vie qui demande à être accompagné en conséquence. Un domaine dans lequel brille le commerce coopératif associé, par la mutualisation des outils, mais aussi en proposant un accompagnement poussé des entrepreneurs prêts à se lancer.

— Page 12

Radiographie

— Page 15

L'invité

**Alain Di Crescenzo,**  
président de CCI France

— Page 16

**18 RELIEFS**

Atol

Dans le Jura, un opticien en croisade pour la santé visuelle

**20 PARTENAIRES**

Se préparer à la facturation électronique avec le Crédit Coopératif

**21 PERSPECTIVES**

L'IA et le modèle coopératif au service des champions de demain, par Paul Midy

**22 ESCALES**

À lire, à voir, à découvrir... et l'agenda de la FCA

**Qui sommes-nous ?**

La FCA fédère 180 groupements et enseignes du commerce coopératif et associé. Un modèle unique qui repose sur la mutualisation d'outils et de services par des chefs d'entreprise indépendants. Ses piliers ? Propriété partagée, performance économique, gouvernance démocratique.

La Fédération a pour mission de faire connaître, reconnaître et rayonner le modèle. Elle accompagne les groupements et les chefs d'entreprise indépendants sur des questions économiques, juridiques, fiscales, réglementaires ou encore techniques, elle porte leur voix auprès du gouvernement, des parlementaires, des administrations publiques, des élus locaux et dans les principales instances du commerce en France, et elle participe à faire vivre un écosystème vertueux au service du commerce et des commerçants indépendants.

Le commerce coopératif et associé représente aujourd'hui plus de 40 % du commerce de détail en France, 41 000 chefs d'entreprise indépendants, 52 000 points de vente, plus d'une pharmacie sur deux et 650 000 emplois.



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)

fca-commerce-associe

FCACommerce

FCA.CommerceAssocie

Couverture © Guilherme Farinha/Unsplash

Repères est édité par la Fédération du Commerce Coopératif et Associé (FCA), 77 rue de Lourmel, 75 015 Paris • Directeur de la publication : Olivier Urrutia • Conception graphique : La mécanique du sens • Impression : Gestion Graphic - 4-6 rue Jules Verne - 95320 Saint-Leu-la-Forêt • Dépôt légal à parution. ISSN 0753-3454.

Crise au Moyen-Orient

## Une onde de choc sur l'économie mondiale

**Le conflit entre les États-Unis et l'Iran fait déjà sentir ses effets bien au-delà du Moyen-Orient, en pesant directement sur l'économie mondiale.** En première ligne, les marchés de l'énergie. Le blocage du détroit d'Ormuz, par lequel transitent près de 20 % du pétrole mondial, a provoqué une flambée des prix. Le baril de Brent a franchi les 110 dollars avant de fluctuer fortement, tandis que les prix du gaz restent orientés à la hausse dans un contexte de forte volatilité. Ce choc énergétique se diffuse rapidement à l'ensemble de l'économie. En France, il alimente un retour de l'inflation et pèse sur la croissance : une hausse de 10 dollars du baril réduit en moyenne le PIB de 0,15 point. Pour le commerce, les répercussions sont directes. La hausse des carburants renchérit les coûts

de transport et de logistique, qui peuvent représenter jusqu'à 10 % du coût final des produits. Elle fragilise aussi le pouvoir d'achat des ménages, entraînant des arbitrages plus marqués dans les dépenses. Dans le même temps, les tensions sur les approvisionnements et les conditions de paiement accentuent les fragilités de certaines filières, notamment dans le transport et la logistique, dans un contexte où les chaînes logistiques mondiales restent vulnérables aux chocs géopolitiques. Dans ce contexte, le risque d'un scénario de stagflation, mêlant croissance ralentie et inflation élevée, se renforce en Europe, un scénario également évoqué par plusieurs institutions économiques internationales. Un environnement incertain qui pourrait durablement peser sur l'activité commerciale. ●



Adobe Stock

## PETITS COLIS : LA FIN DES ANGLES MORTS ?

Portés par l'essor de plateformes internationales comme Shein ou Temu, les flux de petits colis à bas prix ont fortement augmenté ces dernières années, soulevant des enjeux d'équité et de conformité. La taxe française de 2 euros par article, instaurée en 2026 pour ces envois, s'est rapidement heurtée à des stratégies de contournement. Un arrêté du 23 mars permet désormais aux douanes de contrôler des marchandises mises en libre pratique dans un autre État membre. Cette évolution s'inscrit dans un mouvement plus large de régulation à l'échelle européenne.



5

## UNE PROPOSITION DE LOI SUR LE COMMERCE DE PROXIMITÉ RETOQUÉE AU SÉNAT

Le Sénat a rejeté, le 25 mars, la proposition de loi visant à « soutenir et valoriser les commerces de proximité ». Le texte prévoyait notamment un encadrement des loyers commerciaux, un renforcement des pouvoirs de préemption des maires et un contrôle accru des implantations. Des mesures qui ont suscité de fortes réserves, certains y voyant un risque de freiner l'investissement dans un contexte déjà marqué par une vacance commerciale de 11 % en 2024, contre 6,8 % dix ans plus tôt. Une décision saluée par la FCA, qui appelle à privilégier des leviers plus équilibrés, favorables à l'installation, à l'activité et à la diversité commerciale dans les territoires.

EN CHIFFRE

# 7,7%

**de chômage en 2025.** Le taux de chômage remonte légèrement de 0,3 point après plusieurs années de baisse, mais reste inférieur de 2,7 points à son niveau de 2015. Dans le même temps, le taux d'emploi atteint 69,3 %, son plus haut niveau depuis 1975, signe d'un marché du travail globalement dynamique.

## LA PRODUCTION FRANÇAISE RÉSISTE MALGRÉ LES TENSIONS



Dans un contexte marqué par les tensions géopolitiques et la hausse des coûts, la production industrielle française fait preuve de résilience. Selon la Direction générale des entreprises (DGE), la France a ouvert en 2025 légèrement plus d'usines qu'elle n'en a fermées, avec un solde positif de +15 sites, et des extensions en progression d'environ 1 %.

Certaines filières tirent cette dynamique, comme les énergies renouvelables (+26 %) ou l'électronique (+12 %), tandis que d'autres, comme la chimie ou la métallurgie, restent sous pression.

EN CHIFFRE

# 593

## MILLIARDS D'EUROS de recettes fiscales en 2025.

Les recettes fiscales ont fortement progressé en 2025 (+6,8 %), pour atteindre 593 milliards d'euros. Une hausse plus rapide que celle du PIB, ce qui porte leur poids à 21 % de la richesse nationale, sous l'effet du rebond de certaines taxes et de nouvelles mesures fiscales.



## LE PARI DE LA SIMPLIFICATION

Adopté définitivement les 14 et 15 avril, le projet de loi de simplification de la vie économique vise à alléger les contraintes pesant sur les entreprises. Il prévoit notamment la possibilité de mensualiser les loyers commerciaux et plafonne les dépôts de garantie à trois mois, afin de préserver la trésorerie des entreprises. Le texte assouplit également certaines règles d'aménagement du territoire et crée un Conseil de la simplification chargé d'évaluer l'impact des futures normes. Si ces avancées sont attendues, leur mise en œuvre concrète et leur portée réelle seront déterminantes pour juger de leur efficacité dans la durée.

Municipales

## La revanche des territoires

Les Français ont élu leurs près de 35 000 maires les 15 et 22 mars, à l'issue d'un scrutin marqué par une forte dimension locale. Au-delà des équilibres politiques, les enjeux de commerce, d'aménagement et d'attractivité des centres-villes ont pesé dans plusieurs territoires. Stationnement, fiscalité locale, régulation des implantations ou soutien aux commerces indépendants : les nouvelles équipes municipales disposent de leviers très concrets pour structurer l'activité économique. Autant de priorités au cœur des 14 propositions portées par la FCA pour accompagner un commerce de proximité ancré et durable dans les territoires. ●



## CARNET DE NOMINATIONS NOUVEUX VISAGES POUR DE NOUVEAUX CYCLES

Dans un environnement en mutation, plusieurs groupements du commerce coopératif et associé font évoluer leur gouvernance pour accompagner leurs priorités stratégiques et consolider leur pilotage.

**Krys Group** ouvre ainsi une nouvelle phase avec la nomination d'**Alexandre Leboucq** à sa présidence, dans le cadre de son plan « Cap sur 2028 ».

**BigMat France** confie la direction de son directoire à **Nicolas Barbarin**, dans un secteur de la construction en recomposition.

Le groupe **SOCODA** nomme **Vincent Kuss** à la présidence du directoire, dans la continuité du cap engagé ces dernières années.

Côté santé, **Giphar** porte **Géraldine Noury-Pepion** à sa présidence, tandis que **Running Conseil** amorce une nouvelle dynamique de développement avec l'arrivée de **Gilles Chibaut**. **Canal BD**, enfin, engage un nouveau cycle avec **Stéphane Godefroid**, succédant à Jean Pierre Nakache.

Au-delà des trajectoires individuelles, ces nominations traduisent une même volonté : adapter les organisations aux évolutions de leurs marchés tout en affirmant la singularité du modèle coopératif et associé.



## Dix ans du réseau Vidi : le pari du collectif en santé

Dix ans après sa création, Vidi met en lumière le chemin parcouru depuis 2016. Né de l'initiative de radiologues souhaitant se regrouper pour préserver leur indépendance et mutualiser leurs moyens, le réseau s'est progressivement imposé comme un acteur structurant de l'imagerie médicale libérale.

Parti de 14 groupes fondateurs, le groupement fédère aujourd'hui 75 groupes de radiologie, radiothérapie et médecine nucléaire, représentant près d'un quart de la radiologie libérale. Au fil des années, Vidi a élargi son périmètre, passant d'une centrale d'achats à un ensemble de services couvrant notamment les achats, le recrutement, la communication ou encore le développement d'outils dédiés, en lien avec les enjeux d'innovation et de gestion des données. Cette dynamique se poursuit avec l'intégration récente du groupe de médecine nucléaire CEI, basé à Rennes. Une première pour le réseau, historiquement centré sur la radiologie et la radiothérapie. Cette ouverture marque une évolution dans le positionnement de Vidi, qui renforce son approche

# 10 MILLIONS

de patients pris en charge  
chaque année dans le réseau Vidi.

pluridisciplinaire et accompagne la structuration de parcours de soins plus intégrés, notamment en oncologie.

Au-delà de son développement, le groupement s'inscrit dans un contexte de transformation rapide du système de santé, marqué par des besoins croissants en investissements technologiques, en coordination des soins et en gestion des données. La mobilisation récente des médecins libéraux sur ces enjeux illustre aussi la capacité du collectif à se fédérer pour défendre ses conditions d'exercice. Dans ce cadre, le modèle coopératif permet de mutualiser des investissements lourds, de renforcer le poids des acteurs face à leur environnement et de mieux organiser les parcours de soins, tout en préservant l'indépendance des praticiens. ●

# L'affichage environnemental gagne les rayons du textile

Expérimenté depuis plusieurs mois, l'affichage environnemental textile fait son entrée dans les rayons de la grande distribution. Au-delà de l'information du consommateur, il interroge les modèles de production et amorce une transformation plus large des pratiques du secteur.

**Un dispositif encouragé par les pouvoirs publics.** Portée par la loi AGECE puis par la loi Climat et Résilience, la démarche vise à rendre plus lisible l'impact des produits tout au long de leur cycle de vie. Le textile figure parmi les filières prioritaires de cette expérimentation. Concrètement, les produits sont évalués à partir de plusieurs indicateurs, comme les émissions de CO<sub>2</sub>, la consommation d'eau, l'énergie mobilisée ou l'usage des ressources, agrégés pour produire un score global. L'enjeu est de transformer une information complexe en un repère simple, mobilisable au moment de l'achat. Dans ce cadre, la méthodologie Ecobalyse vise à harmoniser les modes de calcul et garantir la comparabilité des scores.

**Des initiatives concrètes en rayon.** Sur le terrain, plusieurs groupements s'emparent déjà de ces dispositifs. E.Leclerc déploie un écoscore textile sur ses marques propres, avec l'objectif d'équiper plus de 4 000 références d'ici fin 2026. Chaque produit affiche un score, complété par un QR code donnant accès à des informations détaillées, notamment sur les émissions de CO<sub>2</sub>, la consommation d'eau et d'énergie ou la traçabilité. De son côté, Coopérative U participe aux expérimentations en déployant Ecobalyse



sur certains produits, afin de tester les modalités d'affichage et la compréhension des scores par les consommateurs.

## Un mouvement qui dépasse le textile.

Ces démarches s'inscrivent dans une évolution plus large. À l'image du Nutri-Score ou de l'étiquette énergie européenne, l'affichage environnemental participe à l'émergence de nouveaux repères pour le consommateur. Cette logique se déploie déjà dans d'autres univers. E.Leclerc a ainsi généralisé un « coût environnemental » sur ses produits alimentaires à marque de distributeur, exprimé en points d'impact et couvrant l'ensemble du cycle de vie. Accessible en ligne, sur le drive et progressivement en magasin, il vise à offrir une information plus comparable entre produits.

## Un levier de transformation pour les acteurs.

Au-delà de l'information, ces dispositifs introduisent un nouveau critère de comparaison entre produits et pourraient influencer les arbitrages des consommateurs. Ils traduisent aussi une évolution plus profonde, avec des démarches visant à mieux mesurer l'empreinte carbone des fournisseurs et à intégrer ces enjeux dans les politiques d'achat. Derrière le score affiché, un travail de fond est nécessaire, fondé sur la collecte des données, leur fiabilisation et leur comparabilité. Pour les groupements du commerce coopératif et associé, ces évolutions ouvrent la possibilité de faire évoluer leurs offres, en intégrant progressivement l'impact environnemental comme un critère à part entière, au même titre que le prix ou la qualité. ●



# L'entrepreneuriat au défi de l'isolement et de la croissance



Guilherme Fainha/Unsplash

**L**a France n'a jamais autant entrepris. En 2025, le pays a franchi un nouveau cap historique. « *L'année 2025 s'est terminée avec près de 1,2 million d'unités légales créées, soit + 5 % en un an* », souligne Alain Di Crescenzo, président de CCI France. Un record absolu, dans un « *contexte pourtant marqué par des incertitudes économiques et institutionnelles* ».

Pourtant, derrière l'euphorie des chiffres, une réalité plus nuancée s'impose. Créer est devenu plus accessible, mais avec 68 500 défaillances d'entreprises et 61 459 chefs d'entreprise qui ont perdu leur emploi en 2025, le véritable défi est ailleurs. L'enjeu n'est pas seulement de susciter des vocations, car « *elles sont là*

», mais de « *sécuriser les parcours et de faire grandir ces entreprises dans la durée* ». L'entrepreneuriat est plus que jamais perçu comme un projet de vie, et demande à être accompagné en conséquence. Un domaine dans lequel brille le commerce coopératif et associé, par la mutualisation des outils, mais aussi en proposant un accompagnement poussé des entrepreneurs prêts à se lancer. L'équilibre parfait entre liberté d'action et puissance d'un grand groupe. Dans cette quête de liberté mais aussi de pérennité, le modèle trace une voie royale. Alors que le pays est mis au défi de faire émerger des « éléphants » économiques, le commerce coopératif et associé a toutes les clés pour permettre aux nouvelles générations d'entrepreneurs de se lancer et de passer à une échelle supérieure. ●

# En quête de liberté et de pérennité

Une nouvelle génération d'actifs, avec une vision pragmatique de l'indépendance, arrive sur le marché du travail. Le mythe du *self-made man* travaillant seul dans son garage s'efface au profit d'un besoin de structure.

**P**aul Guillôme, apprenti en master Franchise et Commerce en Réseau à l'IGR-IAE de Rennes, résume ce changement de paradigme : « *Ce qui m'attire dans le commerce en réseau, c'est la possibilité d'entreprendre dans un environnement structuré.* »

Pour ces nouveaux venus, animés d'un « *vif désir de se lancer dans l'entrepreneuriat* », l'isolement est parfois perçu comme un frein à la performance. Le groupement permet de déléguer les tâches chronophages pour se recentrer sur l'essentiel. En bénéficiant de fonctions supports comme l'informatique, la logistique ou le marketing, l'entrepreneur peut « *se concentrer davantage sur l'essence même du commerce, à savoir la partie opérationnelle et relation client* ». Une rupture quasi anthropologique avec le mythe tenace de l'indépendant isolé, à la fois

omniscient et omnipotent. On cherche désormais l'efficacité collective sans sacrifier sa liberté de décision.

## Sécuriser un projet de vie

Si l'entrepreneuriat est, par définition, une prise de risque, le modèle coopératif et associé agit comme un réducteur d'incertitude. Il offre ce que la création ex nihilo peine parfois à garantir : une expertise immédiate et une longueur d'avance sur le cœur de métier. « *La transmission du savoir-faire est essentielle et c'est l'élément sur lequel je capitaliserais le plus* », souligne Paul Guillôme. En rejoignant un réseau, le créateur ne part pas d'une page blanche. Il bénéficie d'une enseigne déjà bien installée, d'outils mutualisés pensés pour lui et pour sa performance, et d'un accompagnement de « A à Z ». Chez les hôteliers indépendants The Originals, l'accompagnement personnalisé commence ainsi dès l'étude de marché pour « *sécuriser et valoriser l'investissement* ». La coopérative souligne l'intérêt du modèle pour bénéficier d'un « *accès unique à une communauté de professionnels engagés, et à un accompagnement collectif pour accélérer votre montée en autonomie* » en plus de tous les outils mis en œuvre pour faciliter le projet entrepreneurial, notamment via des formations. Le réseau d'agences immobilières L'Adresse met quant à lui en avant « *un suivi continu des agences et des hommes qui la composent* » grâce à un pôle d'animation dédié. Et la coopérative de pharmaciens Giphar va même jusqu'à chiffrer le gain en matière de performance : « *jusqu'à deux heures par jour* » sur la gestion administrative des chefs d'entreprise, grâce à la mutualisation.

**3 SUR 10**

3 Français sur 10 envisagent de créer ou de reprendre un jour une entreprise, soit près de 15,7 millions d'entrepreneurs potentiels (OpinionWay pour CCI France et le MEDEF).



Si l'entrepreneuriat est, par définition, une prise de risque, le modèle coopératif et associé agit comme **un réducteur d'incertitude.**

#### Repères

**5%**

de hausse des créations d'entreprises en 2025.

**68 500**

défaillances d'entreprises enregistrées l'an dernier.

**8,3%**

de hausse du nombre de points de vente du commerce coopératif et associé par an depuis 2017 (étude Xerfi-FCA 2025).

**53%**

des Français citent la peur de l'instabilité financière comme principal frein pour entreprendre (OpinionWay pour CCI France et le MEDEF).

Il existe enfin un ingrédient essentiel dans la réussite de ces réseaux : le parrainage. Celui-ci prend la forme d'un accompagnement personnalisé des jeunes entrepreneurs par un adhérent établi, qui le familiarise avec les outils et la culture du groupement. Le parrainage va parfois beaucoup plus loin, et contribue à tisser des liens extrêmement forts entre les adhérents. Chez E.Leclerc, les adhérents apportent ainsi leur caution financière au candidat qui se lance.

Face à ce qui s'apparente parfois à un saut dans le vide, les groupements proposent un parcours balisé qui ne s'arrête pas une fois le projet lancé, mais s'inscrit dans la durée. Des éléments jugés « rassurants » pour limiter la prise de risque initiale, sans compromettre le désir de liberté. « *Le commerce en réseau n'est pas aussi standardisé que je le pensais au départ*, observe Kilian Deschamps. *C'est un milieu riche et divers où les possibilités sont nombreuses voire presque infinies.* »

De nombreux chefs d'entreprise du commerce coopératif et associé entreprennent en famille. Un choix décisif, alors que 45 % des dirigeants se sentent isolés, selon une étude Bpifrance Le Lab.

> Innovation locale, réussite nationale

Contrairement à certaines idées reçues sur la standardisation des réseaux, la réussite du commerce coopératif et associé, qui a vu son parc de points de vente progresser de plus de 8 % par an en moyenne depuis 2017, repose précisément sur une très forte agilité locale.

Les entrepreneurs jouissent d'une parfaite indépendance dans la gestion de leur affaire, de leurs équipes, de leur activité, de leurs projets de développement. Une initiative locale couronnée de succès a d'ailleurs toutes les chances d'être instantanément répliquée ailleurs dans le réseau. C'est de cette façon qu'est né le Drive E.Leclerc, devenu aujourd'hui première plateforme e-commerce de France. Chacun bénéficie des innovations de tous. Cette horizontalité est une dimension clé du modèle : le commerce coopératif et associé est une aventure collective entre pairs.

De la « gazelle » à « l'éléphant » : le défi de la croissance

Paul Midy, entrepreneur et député, souligne une faiblesse structurelle du tissu économique français : la difficulté du « passage à l'échelle ». Si la France est un « très bon pays pour entreprendre », elle peine encore à transformer ses petites entreprises en leaders mondiaux. Il fait volontiers sienne une image de l'ancien ministre Renaud Dutreil, qui a donné son nom au fameux Pacte : « *La France est un pays parfait pour faire naître des souris ou des gazelles, mais c'est une autre histoire pour faire émerger des éléphants.* »

Le commerce coopératif et associé permet, lui, de franchir ce plafond de verre. En mutualisant les achats, la logistique, le marketing, la politique



Alamy

Si le e-commerce redessine nécessairement les modèles de vente, il ne tue pas le commerce et conforte au contraire les atouts du commerce physique.

d'enseigne, le pilotage de la data ou encore la politique RH, un entrepreneur local mobilise la puissance de frappe d'un grand groupe. Ce modèle permet de voir grand à moyen-long terme, un critère majeur pour les jeunes diplômés. Une véritable stratégie de *scale-up* appliquée au commerce de proximité, qui permet aux indépendants de se lancer avec une longueur d'avance et de se développer, en leur évitant de se retrouver confrontés à un mur de financement pour développer les outils indispensables à leur croissance.

Un modèle de souveraineté territoriale

Au-delà de la performance économique, le commerce coopératif et associé répond à une mutation profonde de la société et de la consommation. « *Les consommateurs changent, et le commerce avec eux* », observe Alain Di Crescenzo. La demande pour plus de convivialité et d'expérience redessine les centres-villes. Dans ce contexte, le modèle coopératif et associé excelle car le terrain, et donc l'humain, est au cœur de son fonctionnement.

En permettant à des milliers d'indépendants de rester maîtres de leur destin tout en étant protégés par la force du groupement, il est essentiel dans le maillage économique et social du territoire. ●

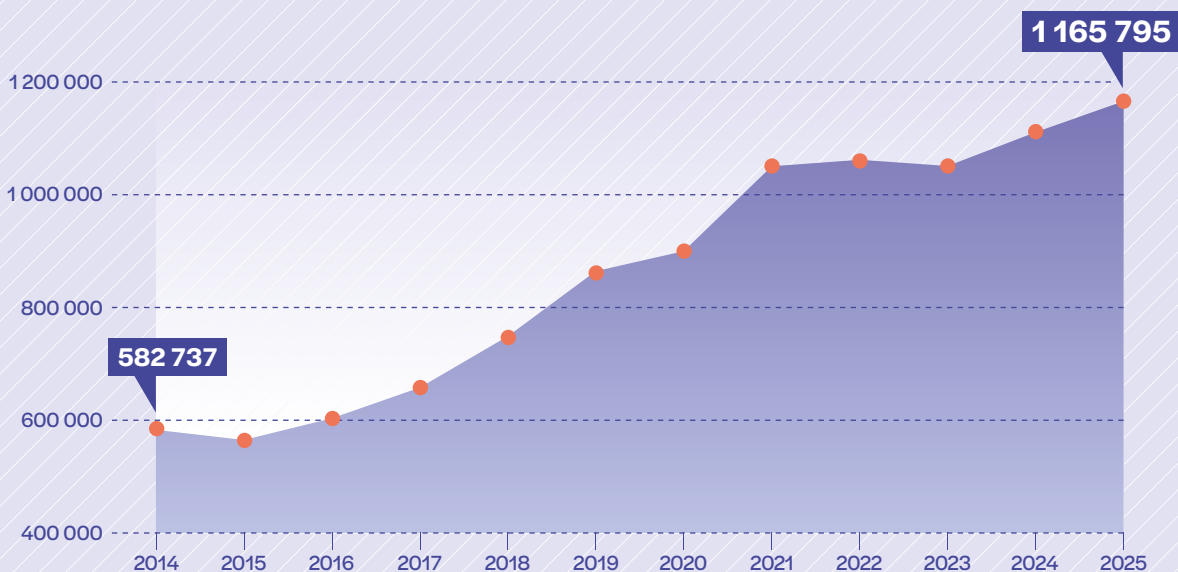
Se financer pour se lancer

Les groupements ont vocation à multiplier les outils au service des chefs d'entreprise, notamment en matière d'achats, de logistique ou de politique d'enseigne, mais aussi de financement, qu'il s'agisse d'accompagner la croissance d'un adhérent établi ou de sécuriser un projet de création d'entreprise. Certains, comme Coopérative U, Gedicooop ou Bigmat, ont directement mis sur pied des équipes et des fonds dédiés. Mais cet appui peut aussi inclure des partenaires avec une proposition de valeur unique dans le paysage entrepreneurial. C'est le cas de la coopérative SOCOREC dont les offres de financement (prêt classique ou participatif, garantie de prêt...) sont exclusivement proposées aux groupements et aux chefs d'entreprise du commerce coopératif et associé.

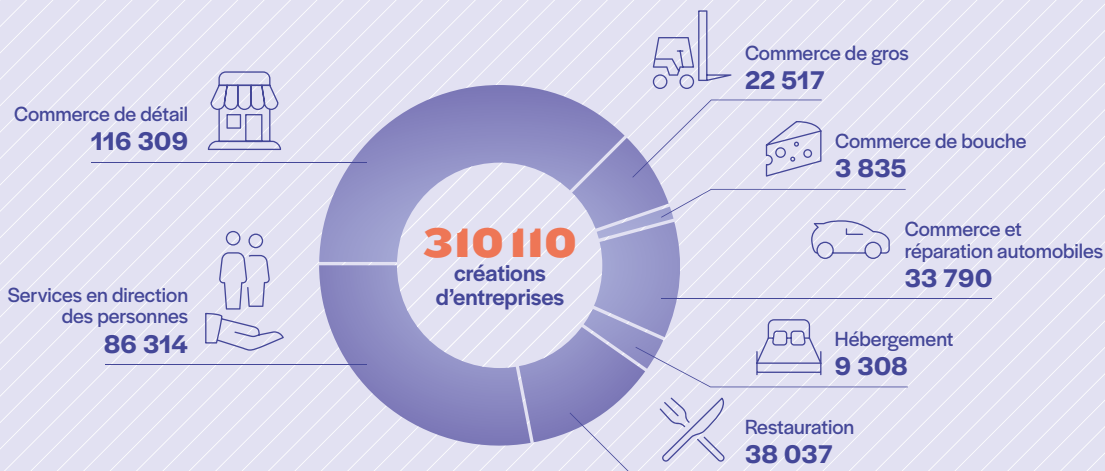
# Radiographie

La création d'entreprise en France a atteint un nouveau sommet historique en 2025. La dynamique entrepreneuriale progresse fortement : + 5 % en un an, un niveau inédit pour la deuxième année consécutive, alors que 2024 était déjà une année record.

## ÉVOLUTION DE LA CRÉATION D'ENTREPRISES EN FRANCE



## CRÉATIONS D'ENTREPRISES PAR SECTEUR DU COMMERCE EN 2025



Source : Insee.

# “ Nous sommes

Comment transformer l'appétit des Français pour l'entrepreneuriat en succès durables ? **Alain Di Crescenzo**, président de CCI France, un pilier du paysage entrepreneurial français, réaffirme son optimisme pour le commerce.

## Les Français ont-ils toujours l'appétit d'entreprendre ?

Nous sommes un pays de bâtisseurs et d'entrepreneurs. Les chiffres le confirment : l'année 2025 s'est terminée avec près de 1,2 million d'unités légales créées, soit + 5 % en un an. C'est un nouveau record, dans un contexte marqué par des incertitudes économiques et institutionnelles. Au-delà des chiffres nationaux, nous le constatons sur le terrain. Rien que sur la création d'entreprise, ce sont plus de 229 500 personnes que nous avons sensibilisées et accompagnées en un an. Derrière ces chiffres, il y a des parcours, des prises de risque, des projets de vie. L'enjeu désormais n'est pas seulement de susciter des vocations, elles sont là, mais de sécuriser les parcours et de faire grandir ces entreprises dans la durée.

## Vous défendez le réseau des CCI, régulièrement menacé de coupes budgétaires. Pouvez-vous rappeler le cœur de sa mission ?

Notre réseau est le premier réseau public d'accompagnement à l'entreprise en France, avec près de 1,2 million d'entreprises et de porteurs de projets accompagnés en 2025. Notre mission est triple.

D'abord, accompagner les entreprises tout au long de leur cycle de vie : création, développement, transition, transmission. Nous sommes un acteur de proximité, ancré dans les territoires. Dans le contexte d'instabilité actuel, la demande d'accompagnement n'a jamais été aussi forte. Ensuite, former les talents. Avec 525 000 personnes formées en 2025, nous sommes le premier acteur de la formation en France après l'Éducation nationale. Notre réseau s'appuie sur 270 établissements (écoles de commerce, d'ingénieurs, CFA) et délivre 245 certifications reconnues. Enfin, nous jouons un rôle structurant pour les territoires en gérant 580 équipements (ports, aéroports, centres d'affaires), répartis dans 89 départements. C'est un levier essentiel d'attractivité économique locale.

Cette capacité d'action repose sur un maillage de 121 chambres et une gouvernance assurée par 9 000 chefs



DR

### Mini bio

#### Depuis 2023

Président de la Fédération nationale des Caisses d'Épargne (FNCE)

#### Depuis 2022

Président de CCI France

#### 2018-2026

Senior Vice President de Schneider Electric

#### 1998-2022

Président-directeur général du Groupe IGE+XAO

1987 Diplômé de l'École Nationale Supérieure d'Arts et Métiers

d'entreprise élus bénévoles. C'est une singularité qui garantit une action connectée aux réalités du terrain. L'impact est réel : nous estimons à 2,4 milliards d'euros la valeur créée par notre action, et à plus de 12 200 les emplois générés. Face aux défis majeurs (transitions écologique et numérique, transformation des modes de consommation), notre rôle est plus que jamais essentiel. C'est pourquoi le réseau doit non seulement être défendu, mais aussi renforcé.

## Quelles sont les priorités de CCI France pour accompagner les porteurs de projets ?

Notre priorité est d'accompagner chaque entrepreneur dans les meilleures conditions, avec une approche de proximité.

Nous proposons des parcours structurants. Nos formations certifiantes « 5 jours pour entreprendre » et « 5 jours pour reprendre », récemment revalidées par France Compétences, permettent d'acquérir les fondamentaux pour sécuriser un projet.

Nous facilitons aussi la mise en relation avec des opportunités concrètes. Le Forum Franchise Tour connecte les porteurs de projet à Nantes, Arras, Lyon, Mandelieu ou Aix, avec des enseignes nationales du commerce associé. L'accès à un local commercial est également un enjeu clé. De nombreuses CCI proposent des solutions de la recherche de locaux jusqu'au suivi post-ouverture, avec des dispositifs mêlant formation et coaching.

Enfin, nous sommes mobilisés aux côtés de notre ministère de tutelle (ministère du Commerce de Serge Papin) dans le cadre de l'expérimentation « Made in local ». Ce dispositif permet à des collectivités de proposer des locaux à loyers modérés, voire nuls, via des « boutiques à l'essai ». Le réseau des CCI intervient en appui pour réaliser les études de faisabilité et identifier les porteurs de projets pertinents.

#### Comment le binôme « CCI/groupements d'indépendants » peut-il agir pour renforcer l'attractivité de nos territoires ?

Je crois beaucoup au modèle coopératif, c'est un modèle performant, comme le prouvent les chiffres et le développement des enseignes nationales qui l'ont choisi. C'est un modèle que je connais bien étant président d'une banque coopérative. Le réseau CCI c'est aussi un réseau d'entrepreneurs. Les groupements d'indépendants sont très présents avec beaucoup d'entrepreneurs élus de leur CCI. Je peux citer Intermarché, Intersport, E. Leclerc, Optic 2000, Système U... C'est toute la richesse de notre réseau : un établissement public dirigé par des entrepreneurs.

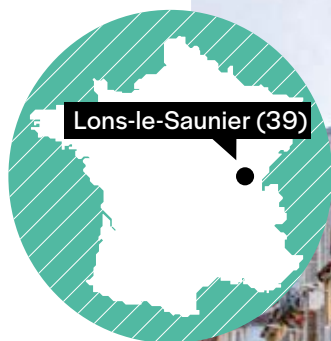
Les conseillers CCI accompagnent le développement des réseaux nationaux : recherche de porteurs de projet, recherche de locaux, lien avec les collectivités, études d'implantation, formation, accompagnement dans les transitions. Ce faisant, ils travaillent à la revitalisation de l'économie de proximité. C'est avant tout par la croissance que l'on réduira la vacance commerciale. Le réseau CCI est complémentaire des réseaux coopératifs sur beaucoup de sujets, comme la décarbonation avec notre outil de diagnostic LISE, ou avec le réseau Négoventis dont les diplômés certifiants (vendeur-conseiller, responsable du développement commercial) peuvent être associés aux formations « métiers » de l'enseignement.

#### Êtes-vous optimiste pour le commerce et le tissu entrepreneurial à horizon dix ans ?

Je suis optimiste pour le commerce, mais c'est un optimisme exigeant. Il faut regarder ce qui marche, et il y a beaucoup d'exemples dans le modèle coopératif. Il faut aussi regarder la réalité en face. Les consommateurs changent et avec eux, le commerce. Nous sommes entrés dans une logique pleinement omnicanale ; le plus un commerce maîtrise de canaux, le plus il a de chance de réussir. La demande de loisir, de convivialité et d'expérience n'a jamais été aussi forte. Cela redessine nos centres-villes et les zones de périphérie, qui laissent plus de place aux piétons, à la restauration, aux lieux de vie.

Certains secteurs doivent se réinventer. Beaucoup le font déjà avec succès, c'est ce que nous valorisons à travers les Trophées du Commerce. Une des clés de réussite à l'avenir sera l'adaptation au réchauffement climatique. Sans prise de conscience, les centres-villes et leurs commerces de proximité risquent d'être invivables et tout le commerce se fera en centres commerciaux climatisés. La deuxième clé, c'est que nous devons accompagner collectivement ces mutations : transitions écologiques, mutations numériques, montées en compétences, équité face à la concurrence internationale. Si ces conditions sont réunies, alors oui je suis confiant. Nous avons des entrepreneurs engagés, innovants et résilients, prêts à relever les défis de demain. ●

# un pays de bâtisseurs et d'entrepreneurs ”



# Atol En croisade pour la santé visuelle

Opticien et administrateur du groupement Atol, Ted Carret fait preuve d'un engagement total en faveur de la santé visuelle, comme commerçant coopérateur et comme bénévole. Depuis Lons-le-Saunier, il s'attache à repenser la prise en charge de la malvoyance et à imposer un regard nouveau sur l'accompagnement optique.



**Notre métier, c'est d'abord de faire des examens de vue** et d'apporter des solutions techniques. Dans notre formation on ne nous enseigne pas à être marchands de lunettes !



**Jurassien d'origine, Ted Carret se forme initialement à l'école de Morez.** Si son premier BTS en instruments d'optique de précision le destinait à la haute technicité, c'est finalement la réfraction et l'examen de vue qui suscitent sa vocation. Son goût pour la mesure et la correction se confirme lors de son service militaire. À l'hôpital de Dijon, lui et un camarade de promotion pratiquent jusqu'à une centaine d'exams de vue par jour. « *Cela donne des fondations solides, et des réflexes se mettent place* », se remémore-t-il. Après avoir gravi les échelons dans les magasins de différentes enseignes, et notamment la coopérative Visual, mais toujours comme salarié, la tentation de l'entrepreneuriat l'emporte. « *Je ne voulais pas regretter de ne pas m'être mis à mon compte* », confie-t-il. En 2002, à 33 ans, il reprend son premier magasin à Lons-le-Saunier et rejoint quelques mois plus tard la coopérative Atol, qui lui ouvre grand ses portes. « *L'après-midi même, alors qu'on*



La magasin Atol de Ted Carret est pionnier dans la prise en charge de la malvoyance.



## Faire Ça Voir, œuvrer à l'autonomie du plus grand nombre

Créée en 2017 par Ted Carret, l'association Faire Ça Voir s'est donnée pour but de sensibiliser et d'informer sur les solutions de compensation pour la difficulté de lecture face à un trouble dys, le daltonisme, la myopie chez les enfants, la malvoyance ou encore la migraine ophtalmique. Autant de handicaps invisibles qui touchent près de 20 millions de Français, et pour lesquels il existe des solutions fonctionnelles encore méconnues et insuffisamment mises en œuvre.

Outre ses missions de sensibilisation et de prévention, l'association participe directement aux financements d'appareillages au bénéfice des patients. L'accompagnement fonctionnel, qui n'est pas remboursé au même titre qu'un accompagnement médical, demeure en effet onéreux. Un obstacle supplémentaire à sa démocratisation.

# 150 personnes

aidées financièrement par l'association Faire Ça Voir en 2025 pour leur équipement en basse vision.

*était en train d'installer l'enseigne au-dessus du magasin, une dame passe, s'exclame "Ah c'est Atol !" et entre, raconte l'entrepreneur. Je me suis dit : j'ai fait le bon choix. »*

### Basse vision, un combat pour l'autonomie

Tout au long de sa carrière, Ted Carret fait de la malvoyance son cheval de bataille et se spécialise dans l'accompagnement des déficiences visuelles. Un exemple : la DMLA, ou dégénérescence maculaire liée à l'âge. Si les ophtalmologistes assurent un suivi d'excellence en France sur le plan médical, Ted Carret estime qu'il existe un vide dans l'accompagnement des patients sur le plan de la dégénérescence fonctionnelle. Et c'est loin d'être la seule déficience visuelle concernée : daltonisme, difficulté de lecture face à un trouble dys, migraine ophtalmique... Alors que des solutions existent, leur méconnaissance conduit de nombreux patients à être privés d'un accompagnement adéquat.

### Un bénévole du bien voir

Ce militantisme pour le « bien voir » trouve son prolongement logique en 2017 avec la création de l'association Faire Ça Voir (*voir ci-dessus*), née d'un appel à projet de l'ARS. La structure intervient là où le système de santé s'arrête, en aidant par exemple à financer l'équipement de personnes malvoyantes. En 2025, elle a ainsi aidé 150 personnes à s'équiper et compte désormais une centaine de relais en France ainsi qu'une antenne en Bretagne. Administrateur délégué à la santé visuelle d'Atol, une responsabilité qu'il a endossée en 2025 à la demande du président-directeur général de la coopérative, Éric Plat, Ted Carret porte et déploie cette expertise au niveau national pour l'ensemble du réseau. Déjà 80 magasins ont été formés par ses soins à des solutions innovantes, parfois même révolutionnaires, à l'instar de ces verres conçus pour les patients atteints de DMLA qui dévient la lumière pour venir projeter l'image sur une zone saine de la rétine. ●



# Se préparer à la facturation électronique avec le Crédit Coopératif

La facturation électronique, en simplifiant les processus et en réduisant les erreurs, représente une opportunité précieuse pour les entreprises du commerce coopératif et associé, leur permettant ainsi d'optimiser la gestion de leurs finances et d'améliorer leur efficacité opérationnelle.

À partir du 1<sup>er</sup> septembre 2026, les entreprises établies en France et assujetties à la TVA devront progressivement être capables de recevoir et d'émettre des factures électroniques. Il reste moins de 6 mois aux chefs d'entreprise pour choisir un partenaire pour les accompagner dans cette transformation digitale. Le Crédit Coopératif propose des solutions intégrant des « plateformes agréées » pour accompagner les structures dans cette transformation digitale.

## Les atouts de la facturation électronique

La digitalisation du processus de facturation comporte de nombreux bénéfices pour les entreprises. Elle permet de :

- **limiter les erreurs ;**
- **gagner du temps et de réduire les délais de paiement** grâce à la diminution des temps de transmission et de traitement des factures ;
- **suivre les flux de trésorerie** et d'avoir une visibilité instantanée sur les flux financiers.

## Des solutions adaptées aux besoins de chacun avec le Crédit Coopératif

Pour préparer sereinement sa mise en conformité en vue de la réforme de la facturation électronique voici les offres du Crédit Coopératif.



DR

### Un service Gestion des Factures pour les besoins essentiels

Cette offre est conçue pour être facilement accessible depuis l'espace de banque en ligne des clients et comporte un module gratuit avec 20 factures incluses par mois.

Ce service propose :

- l'émission et la réception de factures électroniques conformes à la réglementation ;
- l'automatisation de la pré-comptabilité et le pilotage de la trésorerie ;
- une collaboration simplifiée avec son expert-comptable via un espace sécurisé partagé ;
- la centralisation et la numérisation des justificatifs de notes de frais grâce à l'application mobile.

Pour les clients ayant de nombreuses factures à traiter et souhaitant aller plus loin dans l'automatisation de leur processus financiers, des niveaux de services complémentaires sont disponibles\*.

### SuiteEntreprise.com : un module de facturation centralisé sur une plateforme web pour toutes vos banques

Cette solution est une option de SuiteEntreprise.com et propose toutes les fonctionnalités essentielles pour gérer vos e-factures mais aussi :

- de bénéficier d'une vision d'ensemble des comptes détenus dans différentes banques ;
- d'avoir accès au protocole de communication EBICS TS pour signer les fichiers au moyen de certificats numériques avant de les télétransmettre ;
- d'exporter vos factures pour les intégrer dans les logiciels de comptabilité de l'entreprise. ●



Flashez ce QR Code pour tout comprendre de la facturation électronique.

#### EN SAVOIR PLUS

Rendez-vous dans l'un de nos 65 centres d'affaires en France.  
[agences.credit-cooperatif.coop/banque/](https://agences.credit-cooperatif.coop/banque/)

\* Tarification disponible sur le site internet du Crédit Coopératif.

# L'IA ET LE MODÈLE COOPÉRATIF AU SERVICE DES CHAMPIONS DE DEMAIN

Par **PAUL MIDY** • Député de l'Essonne

**L'enjeu est simple**, faire en sorte que l'IA ne soit pas réservée à quelques géants mais qu'elle devienne un outil du quotidien pour nos commerçants et nos entrepreneurs.

Je vois plusieurs leviers.

**D'abord, la simplification.** Trop souvent, nos entrepreneurs se heurtent à un cadre réglementaire flou ou trop lourd. Nous devons fixer des règles claires, protéger les libertés et permettre l'expérimentation. Sinon, ce sont des solutions étrangères qui s'imposeront. C'est très concret, la vidéoprotection augmentée par l'IA peut aider à prévenir les vols et sécuriser les commerces. La technologie existe déjà mais notre cadre actuel ne permet pas pleinement son usage.

**Ensuite, la formation.** L'IA ne doit pas être subie, elle doit être comprise et maîtrisée. Cela passe par des formations concrètes, dès l'école et à l'université mais aussi tout au long de la vie, pour permettre à chacun de s'approprier ces outils dans son activité quotidienne.

**Enfin, sur l'emploi**, je suis convaincu que l'IA est une formidable opportunité. Elle permet déjà à des entrepreneurs de se lancer avec moins de capital, d'automatiser certaines tâches et de se recentrer sur l'essentiel : la relation client, la créativité, le service. Elle transformera des métiers, et elle créera aussi des millions, mieux rémunérés et moins pénibles. Le Forum économique mondial estime ce solde net à 78 millions d'emplois supplémentaires à l'échelle mondiale. En France, les économistes anticipent jusqu'à 500 milliards d'euros de PIB additionnel d'ici dix ans grâce aux gains de productivité.



## Mini bio

### 2026

Proposition de loi visant à améliorer la protection des commerçants grâce à l'usage d'outils numériques, notamment par le recours aux caméras augmentées.

### 2024

Rapporteur du budget ESS à l'Assemblée nationale pour 2025.

### 2022

Député de l'Essonne, membre du Conseil national de l'IA et du numérique.

### 2014-2018

Directeur général de Jumia Travel, puis Jumia One et Jumia Group (première start-up africaine à dépasser le milliard d'euros de valorisation).

L'IA peut être un formidable levier d'entrepreneuriat. À condition de faire les bons choix politiques, elle ne remplacera pas nos commerçants, elle les renforcera.

## La coopération face au défi de la mondialisation

Le modèle du commerce coopératif et associé est, à mes yeux, l'une des grandes forces de l'économie française. Il combine le meilleur des deux mondes, l'agilité et l'ancrage local d'entrepreneurs indépendants, avec la puissance collective d'un réseau structuré.

Concrètement, cela permet de mutualiser les achats, la logistique, la data, tout en gardant des commerçants qui connaissent leurs clients et leurs territoires. C'est un avantage décisif face à des acteurs intégrés ou à des plateformes internationales. Le succès d'enseignes comme E.Leclerc, Intermarché ou Système U montre que ce modèle est non seulement résilient, mais aussi performant, y compris dans le numérique.

## C'est aussi un modèle français de souveraineté économique.

Il permet de garder la valeur sur nos territoires, de soutenir l'emploi local et d'éviter une concentration excessive au profit de quelques grands groupes ou acteurs étrangers. Quand E.Leclerc devient le premier e-commerçant de France, ce sont des entrepreneurs indépendants qui réussissent collectivement, et c'est un signal fort.

**Pour aller plus loin**, l'enjeu est d'accompagner ces réseaux dans leur transformation, notamment sur le digital et l'intelligence artificielle, pour qu'ils restent compétitifs face aux géants internationaux. Cela passe par l'accès aux technologies, la simplification et la capacité à investir ensemble. Ce modèle montre une chose essentielle, la coopération entre entrepreneurs peut être une réponse puissante aux défis de la mondialisation. ●

À écouter  
**Quand l'arbitrage se raconte en podcast**



Et si l'arbitrage sortait enfin des manuels ? Avec ce nouveau format podcast, la FCA

donne la parole à des avocats pour décrypter, à partir de situations concrètes, les pratiques du commerce associé. À travers témoignages, cas vécus et analyses, ces échanges éclairent les enjeux, les usages et les points de vigilance d'un outil encore méconnu. Un regard de terrain, pédagogique et incarné, pour mieux comprendre les relations commerciales.

Podcasts « Histoires d'arbitrages », disponibles sur les principales plateformes d'écoute (Deezer, Spotify, Apple Music, Amazon Music, etc.).

# ÉVÉNEMENT



## Siec 2026 : deux jours pour imaginer le commerce de demain

Partenaire du Siec 2026, la FCA s'associe à ce grand rendez-vous de l'immobilier commercial, les 10 et 11 juin à Paris. Enseignes, investisseurs et acteurs des territoires s'y retrouvent pour imaginer des lieux de commerce plus attractifs, hybrides et ancrés dans les usages. Avec son Programme Enseignes, le salon propose un accompagnement sur mesure pour concrétiser les projets et nouer des contacts utiles.

Infos pratiques • Siec • 10-11 juin 2026 • Paris Expo Porte de Versailles.  
 Inscription : <https://badge.siec-online.com/accueil.htm>



## Projection DANS LES COULISSES D'UNE GUERRE INVISIBLE

Avec *La Guerre des prix*, le réalisateur Anthony Déchau plonge dans les négociations commerciales entre grande distribution et fournisseurs. Le film suit une jeune négociatrice confrontée à la brutalité d'un système où chaque centime compte. Entre pression sur les prix, rapports de force déséquilibrés et fragilité du monde agricole, il dévoile les coulisses d'arbitrages décisifs mais invisibles pour le consommateur. Une fiction tendue, très documentée, qui éclaire un enjeu central du commerce.

En salle depuis le 18 mars 2026.

## À vous de jouer Le logement s'invite dans le débat citoyen



À un an de la présidentielle, le réseau coopératif Orp lance, avec Make.org, une consultation

nationale sur l'accès au logement. Objectif : faire émerger des solutions concrètes à partir des propositions des citoyens. Achat, location, crédit, réglementation... tous les sujets sont ouverts. Une initiative qui entend replacer le logement au cœur du débat public et faire remonter les réalités du terrain.

Consultation ouverte jusqu'au 28 mai 2026 sur [Make.org](https://make.org)



## En revue La ville en recomposition

**Un magazine qui parle d'un autre magazine ?** Pourquoi pas. Dans son dernier numéro, la revue *Urbanisme* explore les mutations des villes et des espaces commerciaux, entre nouveaux usages, recomposition des centralités et enjeux de proximité. Une lecture utile pour comprendre comment évoluent les lieux où se vit – et se fait – le commerce.

Revue *Urbanisme*, n°448, disponible en kiosque et en ligne.



## CE QUE LE LUXE DIT DE NOS SOCIÉTÉS

Omniprésent dans nos imaginaires comme dans l'espace public, le luxe est au cœur de l'analyse de Vincent Chabault dans *Sociologie du luxe*. L'auteur décrypte les ressorts d'un secteur en pleine expansion, de la création à la vente, en passant par ses usages sociaux. Entre désir, distinction et diffusion élargie, il met en lumière les tensions d'une industrie mondialisée. Dans la lignée de *Sociologie du commerce*, cet essai propose une lecture éclairante des mécanismes contemporains de consommation.

*Sociologie du luxe*, de Vincent Chabault. Collection « Que sais-je ? », PUF, 128 pages, 10 €.

## L'agenda de la FCA

- 5 mars.** Groupe juridique Consommation de la FCA : « Le Digital Fairness Act »
- 5 mars.** Petit-déjeuner débat organisé par l'AJPME consacré aux attentes des commerçants à l'approche des élections municipales
- 6 mars.** Webinaire de la FCA : « Accessibilité des sites e-commerce, les tips et bonnes pratiques »
- 6 mars.** Groupe de travail juridique de Coop FR
- 9 mars.** Formation sur-mesure pour les coordinateurs régionaux de Kryss Group
- 10 mars.** Conseil d'Administration de la FCA
- 11 mars.** Groupe de travail « Décarbonation » du CNC
- 12 mars.** Groupe de travail « Valeurs du commerce associé » de la FCA
- 13 mars.** Intervention de la FCA pour le DU Paris XIII (Droit & Grande distribution)
- 13 mars.** Intervention de la FCA pour le master Franchise et Commerce en réseau à l'IGR-IAE de Rennes
- 17 mars.** Groupe de travail « Guide financier du commerce associé » de la FCA
- 17-19 mars.** Conférence annuelle d'Independent Retail Europe
- 18 mars.** Groupe de travail « Lutte contre les plateformes étrangères » du CNC
- 19 mars.** Groupe de travail « Le Digital Fairness Act » de la Chaire Droit de la consommation
- 20 mars.** Réunion de travail du CdCF avec le député Paul Midy
- 26 mars.** Groupe de travail de lancement des travaux pour l'élection présidentielle 2027 de la FCA
- 27 mars.** La Parole aux Membres Experts de la FCA : « Réforme des nullités des décisions sociales : application pratique aux groupements de commerçants »
- 31 mars.** Sommet CB 2026
- 31 mars.** Conférence Category Management & Merchandising by LSA
- 31 mars.** Conseil d'administration du Crédit Coopératif
- 2 avril.** Intervention de la FCA pour le master II droit de la consommation à l'Université CY Cergy Paris Nanterre
- 2 avril.** Remise des Trophées SCOPS 2026
- 3 avril.** Intervention de la FCA à l'Université Paris Dauphine
- 7 avril.** Petit-déjeuner débat organisé par *Le Trombinoscope* au Sénat
- 9 avril.** Atelier de la FCA : « Risques et opportunités de l'intelligence artificielle pour un réseau de distribution »
- 13 avril.** Intervention de la FCA lors de l'Assemblée Générale de Running Conseil
- 13 avril.** Cérémonie de remise des prix JNCP
- 14 avril.** Conseil d'administration de Coop FR
- 16 avril.** Groupe juridique Coopératives de la FCA : « La réforme du régime des nullités et la décision sociale coopérative »
- 16 avril.** Audition de la FCA au Sénat pour la mission « Décommercialisation »
- 16 avril.** Club des communicants du Medef
- 16 avril.** Intervention de la FCA lors du dîner organisé par b.connect
- 17 avril.** Groupe de travail juridique de Coop FR
- 23 avril.** Mobilisation générale pour les transmissions d'entreprises (Mission reprise à Bercy)

# FINANCER VOS PROJETS DURABLES, POUR UN AVENIR PLUS RESPONSABLE.



**PRÊTS  
TRANSITIONS**

**Votre démarche de responsabilité sociétale et environnementale (RSE)** mérite un partenaire bancaire qui partage vos valeurs et comprend vos enjeux. Le Crédit Coopératif vous conseille et vous accompagne avec ses solutions adaptées à vos projets de transition.

**UN AVENIR.  
UNE BANQUE.**

**Lancez votre projet**

