

Pour un commerce
*local, indépendant
et souverain*

2027

Les groupements et les enseignes du commerce associé



Nos constats pour le *commerce français et européen*



Jean Pierre Dry
Président

L'économie française et européenne est aujourd'hui mise à mal par une concurrence mondiale exacerbée et des stratégies politiques protectionnistes. Nos entreprises subissent à la fois la hausse des droits de douane, les pratiques de dumping de certains États étrangers et le développement massif des marketplaces extra-européennes.



Olivier Urrutia
Délégué général

En parallèle, le secteur du commerce connaît une mutation profonde tirée par le e-commerce, les places de marché, le commerce sur les réseaux sociaux et, demain, l'intermédiation par l'intelligence artificielle. Le consommateur évolue désormais dans un marché mondialisé. Il achète aussi facilement auprès d'un vendeur à Shanghai que dans son centre-ville, tout en exigeant des services sur mesure, de l'instantanéité et une information continue jusqu'à une livraison rapide.

Cette nouvelle donne menace directement nos standards européens. L'Europe garantit un haut niveau d'exigence concernant les droits des consommateurs, la protection des données personnelles, la sécurité des produits et le respect de l'environnement. Or, le développement d'une consommation de masse de produits importés qui s'affranchissent de ces règles fragilise ce cadre protecteur, tout en pénalisant les entreprises européennes qui s'y conforment.



Pour un commerce *local, indépendant et souverain*

1

**Mettre un terme à une fiscalité
confiscatrice pour en faire un vrai
levier de prospérité** *p. 7*

2

**Sanctuariser et renforcer le soutien
à la transmission-reprise** *p. 12*

3

**Garantir l'équité face au
Far West des marketplaces** *p. 19*

Qu'est-ce que le commerce associé

p. 24

Chiffres clés

p. 25

Un modèle de performance économique

p. 26

Un modèle de souveraineté

p. 28

Un modèle de cohésion territoriale

p. 30

Un modèle inspirant de simplification

p. 31

À propos de la FCA

p. 34

1. Mettre un terme à une fiscalité confiscatoire pour en faire un vrai levier de prospérité

Baisser la charge de l'impôt de production qui pèse sur le commerce en supprimant la CVAE	<i>p. 7</i>
Supprimer la Tascom, obsolète et injuste pour le commerce physique	<i>p. 9</i>
Étendre aux PME les exonérations fiscales envisagées pour l'implantation dans les quartiers prioritaires	<i>p. 11</i>

2. Sanctuariser et renforcer le soutien à la transmission-reprise

Sécuriser et promouvoir le pacte Dutreil auprès des entrepreneurs	<i>p. 12</i>
Accompagner le salarié qui souhaite reprendre et devenir entrepreneur	<i>p. 13</i>
Sécuriser la solidarité financière entre indépendants grâce au modèle du commerce associé	<i>p. 13</i>
Adapter le crédit-vendeur et encourager son développement	<i>p. 15</i>
Accélérer la procédure de validation de France Travail pour le salarié démissionnaire qui reprend une entreprise	<i>p. 16</i>
Autoriser le déblocage anticipé du PER pour financer la création ou la reprise d'entreprise	<i>p. 17</i>
Renforcer les missions de Bpifrance dans son soutien financier au commerce indépendant	<i>p. 18</i>

3. Garantir l'équité face au Far West des marketplaces

Désigner un opérateur économique effectivement responsable pour chaque produit importé en Europe	<i>p. 19</i>
Renforcer les pouvoirs de la DGCCRF dans la lutte contre le comportement déloyal de certaines marketplaces	<i>p. 20</i>
Cibler les contrôles sur les flux à fort risque de préjudice économique	<i>p. 20</i>
Renforcer les capacités nationales de blocage des marketplaces concernées	<i>p. 21</i>
Promouvoir la coopération entre administration et professionnels européens pour détecter les non-conformités	<i>p. 21</i>
Simplifier les instruments anti-dumping de l'UE	<i>p. 22</i>
Accélérer la réforme de l'union douanière	<i>p. 22</i>

Mettre un terme à une fiscalité confiscatoire pour en faire un vrai levier de prospérité

La fiscalité actuelle fait peser une charge excessive sur le commerce physique. Maintenir cette pression fiscale inadaptée comporte des risques majeurs pour nos territoires. Elle aggrave d'abord la baisse de rentabilité de commerces ancrés localement et non délocalisables. Elle crée ensuite un véritable avantage concurrentiel au profit des modèles de vente en ligne, y compris des acteurs non européens opérant sur les marketplaces. Enfin, elle risque d'accélérer le démantèlement du tissu commercial au cœur de nos territoires.

1.

Baisser la charge de l'impôt de production qui pèse sur le commerce en supprimant la CVAE

Au niveau national, le commerce (de gros et de détail) emploie 3,45 millions de personnes soit 12,7 % de l'emploi total c'est à dire presque autant que l'industrie : 3,6 millions d'emploi (13,7 % du total).

Les différents secteurs du commerce dégagent une valeur ajoutée dans l'économie de 251,9 milliards d'euros soit une part de 10,6 % de l'économie. Le secteur du commerce compte 785 100 entreprises actives, soit 13,9 % par rapport à l'ensemble de l'économie. Le chiffre d'affaires du seul commerce de détail s'élève en 2025 à 624,2 milliards. Le commerce de détail constitue ainsi l'un des piliers de l'économie française, tant par les richesses qu'il génère que par les emplois qu'il soutient.

Les commerçants partagent la même fiscalité que les autres secteurs et notamment les mêmes impôts de production. Ils sont notamment assujettis à la contribution économique territoriale (CET) qui regroupe la cotisation foncière des entreprises (CFE) et la cotisation sur la valeur ajoutée des entreprises (CVAE). La CFE pèse 1 % de la valeur ajoutée du commerce de détail et l'artisanat commercial en 2021, quand la CVAE pèse 0,7 % de cette même valeur ajoutée.

La suppression de la CVAE à horizon 2027, accompagnée d'une baisse du plafond de valeur ajoutée qui affecte aussi la CFE, aurait dû constituer un choc de compétitivité positif annuel pour les acteurs du secteur estimé à 1,3 % de la valeur ajoutée.

Cependant, le calendrier de suppression a subi de multiples reports successifs en raison des fortes contraintes qui pèsent sur les finances publiques de l'État.

Alors que la suppression totale était initialement promise pour 2024, puis décalée à 2027, la loi de finances pour 2025 a de nouveau repoussé cette échéance. La disparition définitive de la CVAE n'est désormais prévue que pour 2030.

La FCA propose d'appliquer dès 2028 la suppression de la CVAE qui ne s'est pas encore traduite dans les faits. Les entreprises du commerce qui réalisent plus de 500 000 euros de chiffre d'affaires continuent donc à ce jour de payer cet impôt de production en 2026, et devront l'intégrer dans leur prévisionnel de trésorerie pour encore plusieurs années.

Le commerce de détail est un contributeur fiscal massif dont la rentabilité est structurellement entravée par le poids des prélèvements.

Le modèle d'affaires du commerce de détail repose historiquement sur des volumes de vente élevés qui compensent des marges très faibles.

Dans ce contexte de faible rentabilité, la structure de la fiscalité française, fortement assise sur la production plutôt que sur les seuls bénéfices, pèse de manière asymétrique sur ces acteurs sachant que les impôts de production (foncier, surfaces commerciales, masse salariale) doivent être acquittés même si l'entreprise est déficitaire.

Le commerce de détail finance donc très largement le modèle social et étatique français, mais l'importance de cette fiscalité, en particulier celle déconnectée de la rentabilité réelle, pèse lourdement sur ses capacités d'autofinancement, d'investissement et de maintien de sa compétitivité.

2.

Supprimer la Tascom, obsolète et injuste pour le commerce physique

Le commerce de détail, secteur majeur de l'économie, se distingue par des surfaces de ventes importantes, qui viennent accroître sa fiscalité foncière. Nécessairement, le commerce en ligne apparaît moins imposé par la fiscalité foncière, ce qui pose la question de l'équilibre global des différents prélèvements entre les acteurs du commerce.

La fiscalité du commerce n'est plus adaptée à cette évolution du commerce mondial.

Alors que le rôle d'intermédiaire des marketplaces permet à des vendeurs étrangers d'accéder au consommateur français, le commerçant français physiquement présent sur le territoire continue de payer plus de 100 impôts et taxes différents dont plusieurs sont directement corrélés à une existence physique de son établissement :

- Taxes foncières,
- Cotisation foncière des entreprises,
- Taxe d'aménagement,
- Taxe sur les friches,
- Tascom,
- Taxe locale sur la Publicité Extérieure, etc.

Réduire cet impôt territorial, voire réduire certaines taxes telles que la Tascom, peut être un levier pour soutenir le commerce physique indépendant.

Le commerce physique a par ailleurs un rôle important à jouer dans la (re)dynamisation de certains territoires.

La taxe sur les surfaces commerciales (Tascom) ne vise que les commerces physiques exploitant une surface de vente au détail de plus de 400 m² et réalisant un chiffre d'affaires hors taxe de plus de 460 000 euros et renferme déjà un certain nombre de dérogations et d'assouplissement totalement légitimes et liés au secteur d'activité particulier.

Lors de sa création par la loi n° 72-657 du 13 juillet 1972, tous les commerces disposaient d'une surface de vente physique. Il demeurerait possible d'introduire un dispositif de taxation homogène et équitable.

Aujourd'hui, le critère de surface de vente n'est plus un critère d'imposition neutre et équitable du fait de l'exclusion des sites de vente en ligne.

Le commerce physique étant désormais connecté, omnicanal, une substitution à la Tascom d'un impôt sur l'activité de vente en ligne aggraverait encore la pression fiscale sur le commerce physique.

La FCA propose la suppression de la Tascom.

Au regard de l'état des finances publiques et d'une affectation d'une partie de cette taxe aux collectivités locales, cette suppression pourrait être progressive selon les modalités suivantes :

- 1^{re} année : suppression de la majoration de 50 % du montant de la taxe perçue par l'État pour les établissements dont la surface de vente est supérieure à 2 500 m² (partie affectée au budget de l'État),
- 2^e à 4^e années : suppression du montant restant de la Tascom (partie affectée au budget des collectivités locales) selon une règle de dégressivité sur trois ans par application d'une réduction uniforme de 33,33 % par an au montant de la taxe à l'ensemble des opérateurs avant sa suppression définitive.

3.

Étendre aux PME les exonérations fiscales envisagées pour l'implantation dans les quartiers prioritaires

Les 1 584 quartiers prioritaires de la politique de la ville (QPV) bénéficient d'un dispositif inédit pour encourager l'installation d'activités commerciales, artisanale ou de santé entre le 1^{er} janvier 2026 et le 31 décembre 2030 :

- 100 % d'exonération d'IR et d'IS pendant 5 ans puis une exonération partielle et dégressive les trois années suivantes.
- 100 % d'exonération de CFE (Cotisation foncière des entreprises) pour la même période.
- 100 % d'exonération de la TFPB (Taxe foncière sur les propriétés bâties) pour la même période.

Ce dispositif vise aujourd'hui les très petites entreprises (moins de 50 salariés et chiffre d'affaires inférieur à 10 millions d'euros).

Pour inciter à l'implantation de nouveaux services utiles pour les habitants, diversifier l'économie des quartiers et créer de l'emploi local, il apparaît nécessaire d'élargir ce dispositif aux PME. Les commerces de taille moyenne font office de véritable « locomotive » d'attractivité dans leur zone de chalandise avec un effet dynamisant efficace et durable.

Le commerce associé joue un rôle primordial dans les QPV, où il représente 44 % des magasins d'optique, d'alimentation et des pharmacies.

La FCA propose l'extension aux PME des exonérations fiscales envisagées pour les créations ou reprises dans les QPV.

Sanctuariser et renforcer le soutien à la transmission-reprise

Alors que le tissu des entreprises françaises est composé à plus de 98 % de TPE/PME, dans les dix prochaines années, sous l'effet mécanique de la démographie, 500 000 entreprises devront être reprises, transmises ou... disparaître. Plusieurs risques se profilent : rachat par des capitaux étrangers à la recherche de valeur ajoutée, cession d'emplacements stratégiques à des investisseurs fonciers au détriment du commerce de proximité, ou encore disparition pure et simple d'entreprises rentables et utiles fautes de repreneur, accélérant la décommercialisation et le report de la consommation vers des marketplaces étrangères.

4.

Sécuriser et promouvoir le pacte Dutreil auprès des entrepreneurs

Le pacte Dutreil vise à assurer la pérennité d'entreprises familiales en allégeant la charge fiscale de leur transmission, sous condition. Conclure un pacte Dutreil ouvre droit, sous conditions, à une exonération de 75 % de la valeur de l'entreprise, sous réserve notamment que le repreneur conserve l'ensemble des biens affectés à l'exploitation de l'entreprise et en poursuive effectivement l'exploitation pour une durée déterminée. Alors que le commerce est l'un des secteurs les plus fiscalisés, ce mécanisme est indispensable pour répondre aux grands enjeux de la transmission. Amendé dans le cadre de la dernière loi de finances pour 2026, il est essentiel de le sécuriser.

La FCA propose la préservation et la sanctuarisation du pacte Dutreil dans sa forme actuelle. L'efficacité de ce dispositif est directement liée à sa stabilité et à la garantie pour les entrepreneurs de pouvoir l'intégrer dans leur business plan à long terme, une transmission se préparant en moyenne sur 6 à 10 ans.

La FCA propose la mise en place d'une politique de formation des entrepreneurs sur le pacte Dutreil et de coordination des professionnels de l'accompagnement sur l'accélération de la sensibilisation sur ce mécanisme.

5.

Accompagner le salarié qui souhaite reprendre et devenir entrepreneur

Lorsqu'un chef d'entreprise part à la retraite sans successeur familial, le salarié est bien souvent un repreneur idéal. Présent au quotidien, il connaît les clients, les fournisseurs, le territoire et le métier. Les chiffres le confirment : selon Bpifrance, la reprise par un salarié affiche l'un des meilleurs taux de réussite à cinq ans. C'est un mode de transmission prisé du commerce associé, qui en fait une voie royale d'ascension sociale et d'accession à l'entrepreneuriat.

Pourtant, ces projets se heurtent à un obstacle majeur. Face à des investisseurs externes ou à de grands réseaux qui cherchent de simples emplacements, le salarié manque souvent d'apport financier.

Sans levier fiscal adapté pour encourager le cédant à privilégier la reprise par un salarié, ces commerces de proximité risquent de changer de mains ou de disparaître, affaiblissant l'économie locale.

La FCA propose la création de dispositifs d'importance équivalente aux effets du pacte Dutreil pour les transmissions, assorti de mesures de simplification en vue de soutenir et encourager la reprise par un salarié.

L'abattement de 600 000 euros prévu pour les cessions réalisées au profit de jeunes agriculteurs pourrait par ailleurs être étendu aux cessions réalisées au profit de salariés ayant au moins deux ans d'ancienneté.

6.

Sécuriser la solidarité financière entre indépendants grâce au modèle du commerce associé

Sans surcoût pour les finances publiques, le commerce associé dispose de solutions de financement et d'accompagnement des candidats à la reprise qui permettent à des indépendants de céder à des indépendants.

Il s'agit de l'expression de la solidarité financière qui repose sur les liens forts existants entre les entrepreneurs qui sont associés au sein d'une même coopérative d'entreprises ou autre groupement de commerce associé.

Le groupement peut être amené, directement ou via une filiale, à accompagner la reprise d'une entreprise par un salarié (qui devient chef d'entreprise) en créant avec lui une société de portage.

Le montage est le suivant :

- La coopérative finance en grande partie l'opération et s'engage à céder les titres de cette société d'exploitation à l'ancien salarié repreneur qui deviendra alors l'unique propriétaire de l'entreprise.
- Pendant dix ans d'activité, la valeur de ces titres aura augmenté.
- Comme la coopérative ne cherche pas ici à effectuer une plus-value mais à faciliter le financement de la reprise d'une entreprise par un salarié, elle s'engage à lui racheter les titres à la valeur nominale (valeur de départ) et non à la valeur vénale.

Alors que l'administration fiscale considèrerait qu'un tel renoncement à réaliser une plus-value pouvait être constitutif d'un acte anormal de gestion, le Conseil d'État a récemment admis la validité de certaines opérations spécifiques au regard de l'objectif de sécurisation du réseau, mais avec de strictes conditions (Cons. d'État, décision n° 497011 du 2 juill. 2025).

Ce renoncement d'effectuer une plus-value poursuit en effet un objectif d'accompagnement à la reprise afin de maintenir l'entreprise dans le giron du groupement.

Cette solidarité financière peut également s'exprimer entre plusieurs entrepreneurs membres d'un même groupement, y compris lorsque le groupement n'a pas initié cette solidarité. Il s'agit de la situation où un ou plusieurs adhérents membres d'un même groupement sont amenés à financer une opération de reprise d'une entreprise par un salarié repreneur, en renonçant à lui céder au terme des dix ans les titres à leur valeur vénale.

Une réflexion devrait être menée afin d'encourager plus largement par la loi ou la doctrine fiscale de tels engagements de cession à la valeur nominale dans le cadre d'un portage, car ils permettent de réduire le coût de la reprise et compensent la faiblesse de l'apport initial du repreneur.

La FCA propose la mise en place d'un cadre sécurisé permettant d'autoriser plus largement les engagements de cession à la valeur nominale dans le cadre d'un portage, initié ou non par le groupement (absence de qualification d'acte anormal de gestion).

Ce mécanisme de solidarité financière éprouvé et gagnant-gagnant apporté par le modèle du commerce associé doit être encouragé afin d'être mis au service des enjeux nationaux de la reprise des commerces.

7.

Adopter le crédit-vendeur et encourager son développement

Le crédit-vendeur est un accord financier par lequel le vendeur d'un bien (fonds de commerce, parts sociales, immobilier) accepte que l'acheteur lui paie une partie du prix de vente de manière différée et échelonnée dans le temps.

Pour un repreneur, cette solution permet de réduire le financement bancaire nécessaire et donc le niveau d'apport personnel.

Le fait que le vendeur accepte un paiement différé peut être perçu comme un signe de confiance dans la pérennité de l'activité.

Le crédit-vendeur produit un effet de levier : les banques apprécient ce mécanisme car il démontre la confiance du vendeur dans la pérennité de son entreprise et dans les capacités du repreneur. Il complète souvent le plan de financement lorsque la banque refuse de financer 100 % de l'opération.

L'acquéreur peut répartir le financement dans le temps. Le crédit-vendeur a pour fonction première de débloquer une transaction qui, autrement, ne pourrait pas se faire. Il lie financièrement le vendeur au succès futur de l'entreprise, l'incitant à bien accompagner l'acheteur lors de la passation.

Par ailleurs, le vendeur n'est pas contraint de vendre en dessous du prix de marché à un acquéreur qui n'a pas les moyens financiers immédiatement, mais est prêt à payer à terme le juste prix.

Selon l'enquête de Bpifrance Le Lab, le crédit-vendeur est encore sous-utilisé car il représente 7 % des sources de financement d'une opération de reprise. Pourtant, pour les entreprises qui y ont eu recours, il représente en moyenne 40 % du financement de l'opération de reprise.

L'inconvénient du crédit-vendeur actuel est le coût fiscal qu'il représente pour le vendeur, car le vendeur accepte de percevoir une partie du prix de manière différée, mais doit payer immédiatement l'impôt sur l'intégralité de la plus-value de cession.

La FCA propose de différer le paiement de l'impôt sur les plus-values acquitté par le crédit-vendeur à l'année où il perçoit effectivement le produit de la cession.

8.

Accélérer la procédure de validation de France Travail pour le salarié démissionnaire qui reprend une entreprise

Un salarié peut démissionner et percevoir ses allocations chômage (ARE) s'il porte un projet de création ou de reprise d'entreprise. Il doit cependant franchir plusieurs étapes administratives pour le traitement de son dossier :

Avant de démissionner :

- Solliciter un Conseil en Évolution Professionnelle (CEP) pour élaborer son projet avant de présenter sa démission.
- Faire valider son dossier par une commission paritaire interprofessionnelle régionale (CPIR) qui vérifie la viabilité financière et opérationnelle du projet (délai légal de 2 mois pour statuer).

Après la démission :

- Démissionner une fois l'attestation favorable obtenue.
- Purger le délai de préavis (1 à 3 mois).
- S'inscrire à France Travail et justifier de ses avancées (entreprendre des démarches dans les 6 mois).

En pratique, le salarié qui a connaissance d'un projet de reprise ne pourra donc être candidat à la reprise que dans un délai de 4 à 6 mois. Face à cette contrainte de temps, le cédant privilégiera souvent un autre candidat acquéreur immédiatement disponible.

La FCA propose d'accélérer la procédure de validation de France travail concernant le salarié qui démissionne pour reprendre une entreprise, avec :

- Un délai d'instruction réduit (par exemple 15 jours au lieu de 2 mois en commission) pour les dossiers justifiant déjà d'un stade de maturité avancé (comme la présentation d'une Lettre d'intention ou d'un compromis de vente signé).
- L'exonération de la phase de recours à un conseiller si le salarié repreneur est déjà suivi par un acteur économique consulaire (CCI, Chambre de Métiers) ou institutionnel (Bpifrance, Réseau Entreprendre).

9.

Autoriser le déblocage anticipé du PER pour financer la création ou la reprise d'entreprise

Contrairement au Plan d'Épargne Entreprise (PEE), les sommes bloquées pour le salarié en tant que produits d'épargne retraite (PER, PERCOL) ne peuvent pas être débloquées pour la création-reprise d'entreprise.

Les seuls motifs de déblocage anticipé du PER sont les accidents de la vie (décès, invalidité, surendettement, fin de droits au chômage) ou l'achat de la résidence principale.

Cette asymétrie est un non-sens économique, car elle maintient « dormante » une épargne qui pourrait être immédiatement injectée dans l'économie réelle, au moment précis où le salarié décide de prendre un risque entrepreneurial.

Si le PER est un actif de retraite, on peut également considérer que l'acquisition d'un fonds de commerce ou d'une entreprise constitue en soi la constitution d'un patrimoine professionnel dont la revente, en fin de carrière, constitue l'une des formes les plus classiques du financement de la retraite des indépendants.

La FCA propose de permettre le déblocage anticipé du PER en cas de création ou de reprise d'entreprise.

Afin de prévenir tout abus et garantir le sérieux des projets, cette mesure d'assouplissement pourrait reprendre le même niveau d'exigence que le déblocage du PEE :

- L'obligation pour le repreneur de détenir le contrôle effectif de l'entreprise (dirigeant).
- L'obligation d'affecter les fonds débloqués exclusivement à la constitution du capital social ou à l'apport en compte courant d'associé bloqué.
- Une limite de délai (par exemple, la demande de déblocage doit intervenir dans les 6 mois suivant l'immatriculation ou la reprise de l'entreprise).

10.

Renforcer les missions de Bpifrance dans son soutien financier au commerce indépendant

Le commerce physique indépendant, clé de voûte de la vitalité des territoires, doit faire face à un mur de financement, particulièrement lors des phases critiques de développement (transition numérique, rénovation énergétique) et de reprise d'entreprise.

Aujourd'hui, les banques privées se montrent structurellement frileuses face au financement des TPE et des PME. Leurs critères de rentabilité à court terme et leurs exigences de garanties personnelles freinent l'initiative entrepreneuriale. Le financement de l'immatériel (le fonds de commerce) est souvent jugé trop risqué par le secteur bancaire traditionnel. Or, la majorité des rachats d'entreprise se financent à 70 % par l'emprunt.

Bpifrance n'est pas une banque privée mais la Banque Publique d'Investissement, le bras armé financier de l'État.

À ce titre, sa mission n'est pas de maximiser ses propres profits en imitant le comportement des acteurs privés, mais de corriger les défaillances du marché lorsque l'intérêt général l'exige. Bpifrance excelle aujourd'hui dans le soutien aux startups et à la « French Tech ».

La FCA propose l'adaptation de la doctrine d'intervention de Bpifrance pour rééquilibrer son action vers l'économie du quotidien : le commerce indépendant.

Soutenir financièrement les opérations de reprise et de développement des commerces n'est pas une simple mesure économique, mais répond à une stratégie politique d'aménagement du territoire et de cohésion sociale.

Le soutien au commerce indépendant doit être clairement fixé dans son mandat stratégique fixé par l'État, avec des objectifs chiffrés de déploiement dans les territoires.

Garantir l'équité face au Far West des marketplaces

Certaines marketplaces, notamment extra-européennes, font peser le risque d'une rupture d'égalité concurrentielle au détriment des acteurs français et européens. Elles présentent également des risques pour la sécurité des consommateurs avec des produits non-conformes voire dangereux, induisent une baisse de la protection des droits des consommateurs, y compris en matière de données personnelles, et se soustraient au niveau d'engagement élevé de l'Europe en faveur de l'environnement.

11.

Désigner un opérateur économique effectivement responsable pour chaque produit importé en Europe

Aujourd'hui, les fabricants ou vendeurs établis hors UE bénéficient d'une impunité de fait, en raison des difficultés à identifier un opérateur économique responsable, parfois réduit à une simple boîte aux lettres.

La FCA soutient la création d'un registre européen centralisé des mandataires ou personnes responsables et l'obligation pour les fabricants ou vendeurs établis hors UE de recourir à un mandataire certifié disposant d'une capacité juridique, financière et opérationnelle, de la documentation technique et en mesure de coopérer avec les autorités européennes ou nationales en cas de contrôle.

Dans le cas spécifique des obligations environnementales, la personne responsable des obligations de REP (Responsabilité élargie du producteur) joue un rôle clé pour s'assurer du respect des déclarations et du paiement des écocontributions. Or, ici encore, elle est difficilement identifiable dans le cas des opérateurs étrangers.

La FCA propose le maintien d'un acteur responsable identifiable (le producteur) concernant les obligations de REP qui incombent aux producteurs non établis en France.

Cela implique l'affichage effectif de l'identifiant unique assorti d'un renforcement de la sanction en cas de manquement.

12.

Renforcer les pouvoirs de la DGCCRF dans la lutte contre le comportement déloyal de certaines marketplaces

Certaines plateformes non européennes ne se limitent pas à mettre en relation un vendeur tiers et un consommateur, mais interviennent de manière déterminante sur les conditions de l'offre : fixation des prix et des marges des vendeurs, influence déterminante sur les conditions de commercialisation, etc.

Le modèle de la marketplace, qui ne subit pas toutes les obligations du vendeur professionnel, est ainsi détourné ; ce qui porte gravement atteinte à l'équilibre concurrentiel.

Ces comportements sont aujourd'hui difficiles à identifier car les interfaces vendeurs ne sont pas accessibles au public.

La FCA propose le renforcement des pouvoirs de la DGCCRF avec la mise en place d'outils innovants (Signal Pro à l'instar de Signal conso, « TPE mystère » qui permet à la DGCCRF de se faire passer pour un vendeur tiers) permettant de constater et sanctionner ces comportements déloyaux.

13.

Cibler les contrôles sur les flux à fort risque de préjudice économique

Ce sont les ventes expédiées d'opérateurs localisés dans les pays tiers à l'UE, particulièrement les petits colis, qui sont les plus à même de présenter un risque systémique.

La FCA propose un renforcement de la coordination des contrôles administratifs des différentes organisations nationales et européennes dans le cas de cette lutte contre les pratiques à risque, en croisant par exemple les déclarations fiscales, douanières et de REP pour détecter plus rapidement les anomalies.

14.

Promouvoir les capacités nationales de blocage des marketplaces concernées

Un magasin physique identifié comme responsable de la mise en vente répétée de produits dangereux et non conformes fait rapidement l'objet d'un arrêté de fermeture provisoire ou définitif. L'équivalent n'est pas vrai pour les plateformes de vente en ligne. Le mécanisme français actuel qui a permis par exemple de déréférencer le site internet Wish (C. consom., L.521-3-1) est facilement contournable et doit être renforcé.

La FCA propose le renforcement des capacités de blocage des plateformes électroniques en cas de manquements répétés constatés (déréférencement, blocage de la visibilité sur les moteurs de recherche, etc.).

15.

Renforcer la coopération entre administration et professionnels européens pour détecter les non-conformités

Les contrôles publics, notamment douaniers, concernant la conformité des produits importés aux exigences de qualité et de sécurité, requièrent des tests en laboratoires longs et coûteux qui ne sont pas adaptés à la masse de produits importés qui entrent chaque jour sur le sol européen.

La FCA propose de faciliter la prise en compte par l'administration des contrôles et tests effectués par des fédérations et des entreprises, dès lors qu'il s'agit de laboratoires identifiés et apportant des garanties d'indépendance.

La FCA propose l'élaboration de cahiers des charges sectoriels avec les industriels visant à aider l'administration à détecter les non-conformités.

16.

Simplifier les instruments anti-dumping de l'UE

Les instruments anti-dumping dont dispose la Commission européenne tel que le règlement relatif aux subventions étrangères, qui requiert la preuve de l'existence avérée d'une subvention étrangère, sont inadaptés dans le cadre de la lutte spécifique aux pratiques du e-commerce transfrontalier fondé sur des flux massifs de petits envois.

La FCA propose de permettre à la Commission européenne d'ouvrir plus facilement des enquêtes d'office pour pratiques de dumping ou de subventions, en tenant compte des modèles des plateformes extra-européennes qui bénéficient de soutiens publics cumulés (plutôt qu'une approche colis par colis).

Il est nécessaire de compléter ces instruments par des outils permettant à la Commission européenne de les mobiliser plus facilement.

17.

Accélérer la réforme de l'union douanière

La taxe « petits colis » adoptée dans le cadre de la loi de finances pour 2026 constitue une mesure de rééquilibrage bienvenue mais insuffisante et finalement suspendue, car contournable via le redéploiement par les plateformes de leur chaîne logistique ; une coordination européenne est indispensable.

Nous saluons à ce titre :

- la mise en place uniforme au niveau européen de frais de gestion forfaitaire de 2 euros par colis à compter de novembre 2026,
- le droit de douane forfaitaire de 3 euros par article pour les envois de faible valeur (inférieurs à 150 euros) entrant dans l'UE, applicable à compter du 1er juillet 2026,

- en attendant (enfin) la mise en place de la réforme de l'Union douanière au niveau européen dont le lancement devrait intervenir en 2028.

À compter du 1er mars 2028, les plateformes en ligne (marketplaces) seront les acteurs clés pour garantir que les marchandises vendues en ligne dans l'UE respectent toutes les obligations douanières (augmentation de la responsabilité des plateformes qui deviendront des « importateurs pour les ventes à distance » avec le statut d'importateur présumé ou « deemed importer »).

Il s'agit d'une rupture majeure avec le système douanier actuel, qui reposait jusqu'alors sur le consommateur et les transporteurs.

Le modèle actuel de la marketplace est source de déresponsabilisation. Le législateur européen a bien identifié ce point puisqu'en 2028, les plateformes en ligne qui vendent des biens dans l'UE deviendront des « importateurs pour les ventes à distance » (statut d'importateur présumé ou *deemed importer*).

Les textes européens prévoient un niveau minimal de sanctions et laissent aux États membres la possibilité d'aller au-delà.

La FCA demande une transposition rapide de la réforme de l'union douanière avec la mise en place de sanctions dissuasives pour l'effectivité de cette réforme.

Qu'est-ce que le *commerce associé*

Le commerce associé réunit les coopératives et les autres groupements d'entrepreneurs indépendants qui partagent des règles et des valeurs communes. Les associés entrepreneurs sont à la fois les bénéficiaires des activités du groupement et ses propriétaires.

- **Gouvernance par associés entrepreneurs**, détenteurs du capital du groupement et qui le contrôlent collectivement.
- **Gouvernance démocratique** et égalitaire par des associés entrepreneurs qui ont tous accès aux organes de gouvernance et disposent du même droit de vote, quel que soit le capital détenu (un associé, une voix).
- **Implication effective** des associés entrepreneurs dans le fonctionnement du réseau et la réflexion opérationnelle et stratégique : ils contribuent, par leur effort commun et leur engagement individuel à la réflexion et la prise de décisions dans l'intérêt général du réseau.
- **Activité du groupement exclusivement au service de ses membres.**

- **Maîtrise de l'enseigne et de la politique commerciale** par les associés entrepreneurs.
- **Exploitation par les associés entrepreneurs d'établissements physiques** ou qualité de prestataires personnes physiques.

Attention aux amalgames

Les associés entrepreneurs membres d'un groupement doivent être distingués des franchisés : ces derniers ne contrôlent pas la stratégie du réseau, qui est entre les mains du franchiseur.

Ils doivent également être distingués des réseaux intégrés ou succursalistes. Dans le commerce associé, chaque point de vente appartient à un chef d'entreprise juridiquement et financièrement indépendant. Les entrepreneurs sont propriétaires de leur affaire, et font le choix de mutualiser des outils et des services qu'ils détiennent collectivement.

On ne peut pas agréger les chiffres d'affaires des adhérents d'un groupement comme s'il s'agissait d'une seule et même entreprise : à l'instar des membres d'une association ou des sociétaires d'une mutuelle, ils sont pleinement indépendants.

Chiffres clés

47 000

points de vente

670 000

emplois

41 000

adhérents

250 Mds€

chiffre d'affaires

Un pilier du *commerce de détail*

32 %



des emplois

40,9 %



du chiffre d'affaires

18,8 %



des points de vente

Un modèle *en expansion*

Progression annuelle moyenne du nombre de points de vente entre 2017 et 2024

Commerce associé	+8,3 %
Franchise	+3,7 %
Tout type de commerce	-0,2 %

Un leader *multisectoriel*

En % du CA total

- **65 %** de la pharmacie d'officine
- **55 %** des super et hypermarchés
- **40 %** de l'optique
- **32 %** des articles de sport
- **30 %** du bricolage et du négoce de matériaux

Un modèle de *performance économique*

Avec des centrales d'achat, de paiement, des sites e-commerce, des magasins ultra-connectés, etc. le commerce associé permet à des entrepreneurs français indépendants de répondre à toutes les attentes des consommateurs :

- Défense de leur pouvoir d'achat,
- Accès à une offre diversifiée de produits et de services,
- Sécurité et qualité des produits et des services selon les standards européens,
- Accessibilité des produits selon les nouvelles exigences de consommation,
- Écoute et accompagnement par de vrais commerçants impliqués et soucieux de la fidélisation du client,
- Maîtrise des dernières innovations technologiques (Intégration de l'IA dans les process, plateformes logistiques automatisés, commerces ultra-connectés, etc.).

Les entrepreneurs du commerce associé, organisés en coopératives ou en groupements, apportent aux citoyens de France et d'Europe les réponses à leurs nouvelles attentes de consommation sans sacrifier leurs valeurs européennes : la protection du consommateur, le respect des règles européennes de sécurité et de qualité, le maintien du tissu économique local, la préservation de l'environnement, la préservation de leurs données personnelles.

Les performances économiques du commerce associé démontrent qu'il constitue une alternative crédible pour les entreprises françaises qui ne souhaitent pas être dépendantes des contingences étrangères.

Ce modèle pourrait opportunément être intégré dans l'enseignement, les programmes scolaires afin de donner du sens au parcours professionnel, de promouvoir le chef d'entreprise et le modèle de la coopérative d'entreprises dans le monde éducatif – sensibiliser les étudiants à l'économie coopérative (cursus lycée et postbac).

Un modèle de *souveraineté*

Le modèle du commerce associé permet à des entrepreneurs indépendants, ancrés localement, partout sur le territoire, de rester compétitifs sur leur marché et de relever les défis de ce nouveau monde.

Le commerce associé est un modèle de proximité y compris dans les zones rurales. Il s'implante au plus près de la population, avec une répartition de ses magasins en forte corrélation avec la taille des communes.

Ainsi, plus de la moitié de son parc est localisée dans les villes de moins de 10 000 habitants, où réside 1 Français sur 2. À titre de comparaison, seulement 32 % des succursales y sont présentes, souvent dans de grandes zones commerciales départementales ou régionales.

Cette présence équilibrée illustre l'adaptation du modèle aux besoins locaux et sa capacité à desservir efficacement tous les territoires, y compris les moins densément peuplés. Le commerce associé est ainsi présent dans 12 % des communes rurales. Cet ancrage contribue non seulement à l'accès aux biens et services essentiels, mais crée également des emplois, consolidant son impact concret sur le dynamisme et le développement des territoires.

Indépendants et non-délocalisables

Les coopératives et les groupements français du commerce associé ne sont pas délocalisables ni "opéables", grâce aux vertus de leur modèle qui ancre la démocratie dans son fonctionnement.

Des commerçants locaux aux commandes

Le capital du groupement national est détenu par des associés commerçants, entrepreneurs indépendants, implantés sur tout le territoire.

Tous les commerçants associés sont aux commandes conformément au mécanisme de vote en Assemblée générale selon le principe « un associé, une voix » : chaque associé dispose du même droit de vote, quel que soit son nombre de parts sociales/actions, son nombre de points de vente et son poids économique.

Pas de présence sur les marchés financiers

Les parts/actions de la coopérative ou de ses filiales ne sont pas soumises à une cotation d'un organisme financier, ne sont pas cotées en bourse, ne sont pas négociables et ne sont pas proposées aux fonds d'investissement. L'activité de la coopérative et de ses membres n'a pas pour finalité de verser des dividendes à des investisseurs financiers chaque année.

Une logique de « capital patient »

L'associé commerçant ne souscrit pas une part/action dans le groupement dans le but de la faire fructifier et de retirer une rentabilité immédiate, mais pour bénéficier de la puissance du réseau.

L'associé commerçant accepte qu'une partie des excédents réalisés par le groupement national ne lui soit pas redistribuée mais conservée par le groupement afin d'être mise en réserves, de financer des stratégies de moyen et long termes, des investissements dans des outils communs qui permettront de renforcer les services offerts. L'ensemble des investissements sont toujours réalisés in fine au profit du collectif. L'engagement est durable en vue d'un développement pérenne.



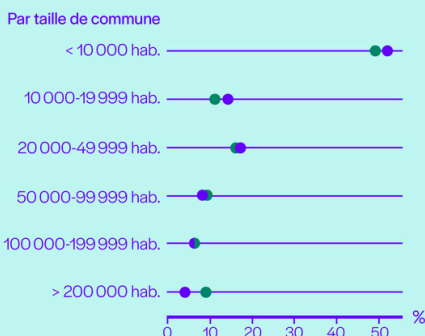
Un modèle de *cohésion territoriale*

Les coopératives et les groupements du commerce associé assurent l'accès à des biens et des services du quotidien (alimentation, pharmacie, optique...) partout sur le territoire, et crée des emplois y compris dans les zones rurales, bien souvent délaissées par les grands groupes intégrés.

Alors que la désertification commerciale et médicale touche de plus en plus de Français, le commerce associé fait mieux que résister : il excelle.

Une présence au plus près de la population

Part en % de la ● population française
et des ● points de vente du commerce coopératif et associé



Plus les cercles sont proches, plus la part de commerces associés est similaire à la répartition de la population.



Lors d'un départ en retraite, un commerce qui fonctionne bien, malgré un bon emplacement, peut disparaître s'il est repris par un réseau international ou un spéculateur foncier. L'activité au service de la population peut disparaître sans autre alternative que le e-commerce.

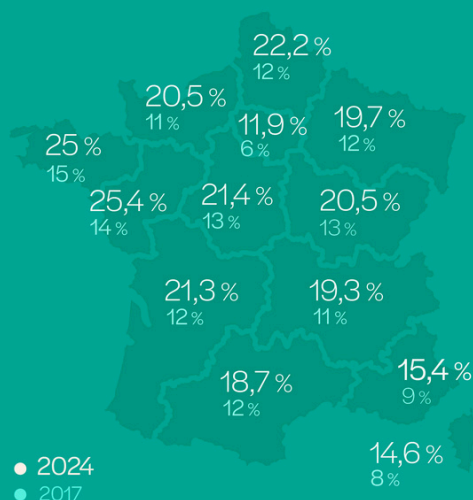
La solution du commerce associé consiste à assurer la reprise ou la transmission à un indépendant ancré localement.

Le groupement accompagne les futurs cédants, parfois très tôt pour anticiper la continuité de l'activité. Lorsqu'il y a un enjeu de transmission-reprise, il met tout en œuvre pour qu'il n'y ait pas de dévalorisation de l'entreprise avant la reprise.

Toutes les pistes sont étudiées par le groupement pour trouver des solutions financières sur mesure pour son adhérent :

transmission familiale, reprise par un salarié, reprise en portage en vue de trouver un autre indépendant repreneur, prise de participation temporaire par la société financière d'accompagnement, subvention pour le développement ou le passage au nouveau concept, etc.

Solidement implanté au cœur des villes, le commerce associé crée un flux bénéfique pour tous les autres commerces. Malgré les défis de la vacance commerciale et du e-commerce, le commerce associé maintient une densité importante en centre-ville, garantissant l'accessibilité piétonne à une population vieillissante.



**Évolution de la part des points de vente
du commerce associé
dans l'ensemble des commerces**

Un modèle inspirant *de simplification*

Au cours des vingt dernières années, la France a adopté pas moins de 28 lois dites de « simplification » sans compter certains ministères parfois dédiés à la simplification. Et pourtant, certains codes juridiques, dont celui de l'environnement, ont connu une inflation vertigineuse sur la même période, nourris par une productivité nationale et européenne dense.

Un modèle d'agilité : créer ou supprimer des services selon les usages et les besoins

Le groupement de commerce associé est un modèle d'agilité par excellence. Concentrateur de services nouveaux, enrichis, modernisés (enseignes, savoir-faire, concept, aménagement magasin, e-commerce, communication marketing, développement, animation, accompagnement juridique et financier, école de formation, marque employeur), sa force réside dans sa capacité à se renouveler et apporter des services qui répondent à des besoins réels.

Comment et pourquoi ? Parce qu'ils sont demandés, construits et financés par les entrepreneurs coopérateurs eux-mêmes qui sont associés de la coopérative et la gouvernent collectivement.

Il s'agit là de la clé d'une simplification qui marche : pas de services inutiles ou inadaptés et des coûts maîtrisés.

Axe de simplification n° 1

Dans une recherche d'agilité appliquée aux services de l'État où le lien économique entre l'apporteur de service et l'utilisateur de service est dilué, il apparaît indispensable d'intégrer une véritable culture de l'audit interne et de la démarche qualité au sein même des services de l'administration, en appliquant des principes d'amélioration continue comparables aux normes de management de type ISO (adaptation constante, mesure de la performance, satisfaction de « l'utilisateur-client »).

Il s'agit notamment d'auditer l'utilité effective des services publics mis en place à destination des entreprises concernant les prestations d'information, d'étude comparative, de consultation, de contrôle et d'accompagnement.

Il s'agit ensuite de proposer des solutions pérennes d'ajustement et de suivi, concernant notamment la formation du personnel et l'adaptation des outils.

Un modèle de finalité productive : augmenter le temps consacré au métier en réduisant les tâches administratives

Le commerce associé a pour finalité le respect du métier de l'entrepreneur en le déchargeant des tâches qui ne sont pas son cœur de métier. Chaque entrepreneur coopérateur retrouve le temps et les moyens de bien faire son métier et de le développer. C'est pourquoi la coopérative attire tous les métiers. Au-delà du commerce, on compte déjà des coopératives de notaires, de commissaires de justice, de radiologues, d'architectes.

Un modèle d'efficacité : la compréhension de la norme, condition de sa bonne exécution

Dans un groupement de commerce associé, une norme statutaire ou de règlement intérieur peu claire est une norme incomprise et donc inappliquée par les entrepreneurs.

Instituer un principe du « droit à l'erreur » constitue un aveu d'échec du législateur et du gouvernement à produire des normes suffisamment intelligibles pour être pleinement respectées. Il convient de commencer par travailler sur l'intelligibilité des normes.

Axe de simplification n° 2

Dans une démarche de finalité productive appliquée aux services de l'Etat, il apparaît indispensable d'accélérer l'effort de simplification administrative et notamment la numérisation amorcée avec la suppression de certains formulaires Cerfa, la création du Guichet unique ou encore le mécanisme « Dites-le nous une fois ». Le temps que les chefs d'entreprise et leurs équipes consacrent aux tâches administratives, à effectuer des déclarations, se soumettre à des contrôles, est du temps en moins pour leur métier et in fine pour la productivité nationale.

Axe de simplification n° 3

Les entrepreneurs français sont à la fois soumis au droit français et au droit de l'UE. Cette situation conduit à un phénomène de plus en plus récurrent de surtransposition qui induit une forte complexité de la norme et des situations d'iniquité entre les entreprises selon leur situation sur le territoire de l'UE.

Il convient de lutter contre un phénomène protéiforme de surtransposition :

- Des normes nationales plus strictes que les normes européennes (normes plus élevées, champ d'application élargi de l'acte de l'UE, exigences linguistiques et de sécurité, obligations de déclaration, exigences supplémentaires en matière d'étiquetage, etc.),

- Des procédures administratives nationales plus exigeantes (en matière d'autorisation, de notification ou d'octroi de permis, procédures parallèles ou multiples à différents niveaux local, régional ou national, de nouvelles obligations en matière de documents),
- Des mesures nationales interprétatives plus strictes (interprétations juridiques strictes ou divergentes des définitions européennes),
- Des normes nationales identiques aux normes européennes mais avec un agenda d'application différent,
- Des mesures nationales d'exécution plus sévères (sanctions sévères, injonctions lourdes en matière d'information, inspections fréquentes).

Un modèle humain : être au service de l'entrepreneur

Dans un groupement de commerce associé, le groupement fait preuve de bienveillance à l'égard de l'entrepreneur car il est d'abord et avant tout à son service. Des échanges, des discussions, des rencontres s'imposent systématiquement avant toute démarche coercitive.

Beaucoup de lois conduisent à de nouvelles obligations déclaratives et/ou de renforcement des pouvoirs de contrôle.

Axe de simplification n° 4

Réinstaurer la confiance et la présomption de bonne foi à l'égard du chef d'entreprise qui est un acteur responsable de premier plan dans l'activité économique, c'est indirectement mettre un terme à cette productivité législative de défiance et redonner du sens au concept de mission de l'État à la fois partenaire et au service des entreprises.

À propos de *la FCA*

La FCA est l'instance représentative du mouvement coopératif et associé du commerce et des services en France.

Elle fédère plus de 180 groupements et enseignes, et représente ainsi plus de 41 000 chefs d'entreprise indépendants, 47 000 points de vente et 670 000 emplois pour un chiffre d'affaires annuel de 250 milliards d'euros.

Le commerce associé est un modèle d'organisation d'entreprises en réseau qui regroupe des entrepreneurs juridiquement et financièrement indépendants au sein d'une structure centrale, sous forme de coopérative ou de groupement de commerçants.

Ensemble, ils mutualisent les achats, les outils de gestion ou encore la politique d'enseigne avec une gouvernance démocratique, en toute indépendance.

Gouvernance

Président

Jean Pierre Dry, Président
d'honneur de Passion Beauté

Vice-Président

Didier Duhaupand, Associé du
Groupement Mousquetaires

Vice-Présidente

Pascale Gozzi, Associée et
Administratrice Céracles
Coopérative (Sport 2000)

Trésorier

Stéphane Conty, Associé et
Administrateur de Synalia

Délégué général

Olivier Urrutia

Administrateurs

- Jacques Baudoz, Président-Directeur général de JouéClub
- Brice Cardi, Président de l'Adresse Immobilier
- Olivier Cohn, Directeur général de Best Western France
- Hervé Flambard, Associé et Administrateur de Coopérative U
- Hélène Grillet, Présidente-Directrice générale du groupement Architecteurs
- Benoît Le Gavrian, Président du Directoire et Directeur général de Giphar
- Gérard Leclerc, Président-Directeur général d'Intersport France, Belgique, Espagne et Portugal
- Frédéric Mazeaud, Associé Krys
- Philippe Michaud, Président de E.Leclerc
- Frédéric Ondet, Président du Directoire de Gedicoop
- Olivier Padieu, Président d'Optic 2000
- Armand Pinton, Président d'Astera
- Éric Plat, Président-Directeur général d'Atol les Opticiens
- Yannick Signès, Associé et membre du conseil de gérance d'Orpi

Mandats

La FCA siège dans les principales instances du commerce en France :



Conseil national du commerce



Commission d'examen des pratiques commerciales



Conseil supérieur de la coopération



Crédit coopératif



Commission des comptes commerciaux de la nation



Observatoire de la formation des prix et des marges des produits alimentaires



CB (groupement des cartes bancaires)



Comité de suivi des négociations commerciales



Conseil national de la consommation



Commission des clauses abusives



IDCoop

Organisations professionnelles



MEDEF



Les Entrepreneurs



Conseil du commerce de France



Coop FR



Independent Retail Europe



Mercatel



Association française d'étude de la concurrence



FÉDÉRATION DU COMMERCE
COOPÉRATIF ET ASSOCIÉ

77 rue de Lourmel, 75015 Paris

Tél. 01 44 37 02 00

fca@fca-commerce-associe.fr

www.commerce-associe.fr



À retrouver en
version numérique