

FOIRE AUX QUESTIONS

POUR COMPRENDRE L'IMPORTANCE DU MODELE DES GROUPEMENTS D'INDEPENDANTS POUR NOTRE SOCIETE

Le rapport dévoilé le 21 mai 2026 réalisé au nom de la commission d'enquête sénatoriale sur les marges des industriels et de la grande distribution contient plusieurs raccourcis et incompréhensions concernant le modèle des groupements d'indépendants du commerce coopératif et associé.

La FCA a construit une foire aux questions spécialement à l'intention des sénateurs afin de leur permettre de mieux cerner l'importance de ce modèle pour notre société.

COMPRENDRE L'ACTIVITE IMMOBILIERE DANS LES GROUPEMENTS D'INDEPENDANTS

1. Pourquoi certains groupements sont propriétaires fonciers et détiennent les murs qu'ils louent à leurs adhérents ?

- L'accès au foncier est économiquement difficile particulièrement pour les petits formats (proximité et super) au regard des capacités d'investissement du commerçant, souvent un salarié devenu chef d'entreprise. L'alternative pour le commerçant est un bailleur extérieur non intéressé par la réussite de l'enseigne.
- Le commerçant cherchera naturellement à réduire le coût de l'immobilier en arbitrant entre détention des murs et location. La location au groupement, plutôt qu'à une foncière immobilière extérieure, lui garantit un juste prix du loyer sans abus, car les commerçants sont collectivement aux commandes de la foncière. Le groupement est une structure de moyen au service de ses membres et qui a pour fonction d'améliorer leurs conditions économiques. Ce sont les commerçants qui sont collectivement aux commandes. Le groupement permet ainsi au commerçant d'accéder indirectement à une certaine maîtrise du foncier sans supporter les risques de l'investissement.

2. Pourquoi certains commerçants indépendants sont également propriétaires de la galerie marchande qu'ils louent à d'autres commerçants ?

- Les commerçants ont choisi d'investir dans cette activité car elle leur permet de maîtriser l'environnement de l'enseigne et le dynamisme de la zone commerciale. Dans une période où il y a de la compétition avec les comportements d'achat en ligne et les marketplaces, un changement des comportements de consommation, cela permet au magasin qui est la « locomotive » de la zone, d'insuffler une cohérence commerciale de nature à augmenter les chances d'attraction du client

en magasin : un raisonnement gagnant-gagnant pour l'ensemble des commerces de la zone.

- Il s'agit donc d'une activité immobilière inhérente à la stratégie commerciale du commerçant et nullement d'une activité de spéculation immobilière tous azimuts (même si en soi, rien n'interdit à un entrepreneur de diversifier ses activités).

3. En résumé, pourquoi est-il si important pour le commerçant, seul ou via son groupement, de détenir le foncier ?

- Parce que la maîtrise de l'implantation est le premier critère de l'indépendance. Une bonne implantation est un élément clé de la réussite commerciale. La conservation de cette implantation génération après génération assure l'ancrage de l'activité économique dans le territoire.
- Parce que la logique de rendement à court terme des investisseurs fonciers extérieurs au groupement constitue une menace pour le maintien du commerce, du métier, sur le territoire, car elle peut conduire à une réappropriation d'un emplacement pour une autre activité, commerciale ou non, dès lors qu'elle est plus lucrative pour le bailleur.
- Parce que la maîtrise du loyer permet au commerçant de ne pas subir les fluctuations financières des grandes investisseurs fonciers en recherche de rendements en dividendes pour leurs actionnaires, sans aucune corrélation avec l'activité commerciale réelle.

COMPRENDRE L'ACTIVITE ECONOMIQUE DANS LES GROUPEMENTS D'INDEPENDANTS

1. Pourquoi ne peut-on pas additionner les chiffres d'affaires, et encore moins les résultats d'exploitation, résultats nets et marges de chaque indépendant membre d'un même groupement ?

- Au même titre qu'on ne peut additionner les revenus d'individus au motif qu'ils adhèrent à la même association, dans un groupement d'indépendants, c'est le même raisonnement avec des éléments encore plus complexes.
- Chaque adhérent a sa propre structure juridique, ses propres sociétés. Un commerçant peut avoir une holding et plusieurs sociétés exerçant dans plusieurs secteurs d'activité distincts.
- Il n'y a pas une entreprise qui se ressemble en termes de choix d'investissement selon son histoire, son modèle économique, le choix de ses fournisseurs, le choix des services à apporter selon sa compréhension des attentes des clients, etc.

- Additionner les chiffres d'affaires, les résultats et les marges consisterait à nier la liberté commerciale du commerçant indépendant.

2. Pourquoi envisager une obligation de publication d'informations agrégées des données relatives aux magasins indépendants n'a pas de sens ?

- Il ne peut, par nature, y avoir de comptes consolidés pour des indépendants parce qu'additionner ces données est impossible ; l'information agrégée n'aurait pas de signification.
- Non seulement chaque commerçant réalise ses commandes, ses achats, et détermine ses prix de revente, ses opérations promotionnelles, selon ses propres considérations économiques, sa compréhension des attentes de sa clientèle, mais en plus le chiffre d'affaires du commerçant peut aussi intégrer des achats auprès de fournisseurs non référencés par le groupement et des activités qui ne sont pas proposées par le groupement.
- C'est justement la valeur ajoutée des groupements d'indépendants : les groupements sont riches de la diversité de leurs membres. On ne peut appréhender économiquement un groupement en additionnant l'activité économique de ses membres.

3. En résumé, pourquoi agréger les informations financières des indépendants membres d'un même groupement est dangereux ?

- Imposer une agrégation revient à nier l'indépendance entrepreneuriale et la responsabilité individuelle de chaque commerçant concernant son propre compte d'exploitation.
- L'objectif des données agrégées est de constituer une base de référence pour effectuer une appréciation économique ou financière. Si les données ne peuvent être additionnées, cette base de référence serait nécessairement fautive et mettrait gravement en danger les indépendants et leur groupement (ex : hypothèse d'une assiette de référence fallacieuse pour une taxation bien réelle).
- La force du modèle du groupement est justement de permettre à des acteurs de proximité si différents d'agir ensemble pour être plus compétitifs par l'effet de mutualisation. La puissance de leur enseigne commune ne change pas la réalité du terrain : ce sont des entrepreneurs indépendants qui assument chacun individuellement les risques liés à leur propre gestion de leur exploitation. Ils sont autant d'employeurs, créateurs d'emplois, déjà contribuables imposés sur le sol national et contributeurs à la richesse économique et sociétal des territoires. Ils prennent des risques et font le dynamisme économique d'une grande partie du commerce en France.

- De fait, la propre liberté de décision des commerçants adhérents se retrouve dans la gouvernance du groupement qui repose sur une règle d'égalité politique (« un associé, une voix »).

COMPRENDRE L'IMPORTANCE DES GROUPEMENTS D'INDEPENDANTS POUR NOTRE SOCIETE

1. Pourquoi le modèle du groupement d'indépendants est un outil de souveraineté (et nullement un outil de contournement) ?

- La mutualisation des moyens est vitale pour permettre à des commerçants indépendants français de rester compétitifs face à des géants intégrés internationaux. Sans cette puissance d'achat collective, le patrimoine professionnel français serait en danger de rachat par des investisseurs étrangers.
- Le groupement est un « guichet unique » de services (logistique, informatique, formation, etc.) qui assure la pérennité de l'indépendant isolé. Ce besoin de mutualisation nécessite des rapprochements à l'échelon national, voire européen, pour demeurer compétitif face à ces grands acteurs mondiaux.

2. Pourquoi le modèle du groupement d'indépendants est un modèle d'ancrage territorial et de réinjection locale de la valeur (et non de remontée de la valeur vers le haut) ?

- Les groupements d'indépendants n'ont pas pour finalité de faire remonter les bénéfices vers une holding internationale ou de verser des dividendes à des investisseurs externes. La valeur est produite et réintégrée localement par l'adhérent commerçant qui participe au tissu économique de sa région (investissements locaux, recrutement autonome).
- Tous les bénéfices du groupement (les excédents) sont distribués aux commerçants ou réinvestis dans la stratégie du groupement (pas de spéculation financière d'investisseurs extérieurs).
- Chaque entrepreneur commerçant est un contribuable fiscal dans son lieu d'implantation qui correspond à sa zone de chalandise.
- L'implication des entrepreneurs commerçants dans la vie locale et citoyenne est récurrente (maires, membres des CCI, investissement dans le monde associatif) et garantit une écoute des besoins du terrain.

3. Pourquoi le modèle du groupement d'indépendants est un acteur en faveur du salariat (et non un acteur de « casse sociale ») ?

- Tous les salariés réunis dans la même aventure bénéficient de la force d'une organisation en réseau. En rejoignant un groupement, l'adhérent demeure indépendant mais n'est plus isolé ; la pérennité de son

exploitation et celle du réseau en groupement profitent mécaniquement au salarié en termes de sécurité de l'emploi et de perspective d'évolution.

- Les droits et avantages du salarié, et en premier lieu la pérennité de son emploi, sont bien plus importants pour un salarié d'un commerçant appartenant à un groupement que pour un salarié d'un commerçant indépendant mais isolé, sans enseigne ni accompagnement ni bénéfice de la mutualisation.
- Les salariés tant du groupement que des magasins adhérents bénéficient très souvent des offres de formation et d'accompagnement proposées par le groupement afin de répondre à leurs besoins de mobilité d'adaptation et d'évolution des compétences. Il peut s'agir de formations aux fondamentaux du métier, de formations pluridisciplinaires en point de vente, de CQP, de modules VAE pour acquisition d'un BTS, etc. Parfois, le groupement a construit ses propres modules e-learning, mis en place des partenariats diplômants avec des écoles, voire ouvert sa propre académie de formations.
- Le modèle du groupement de commerçants est un puissant levier d'ascension sociale. Une grande majorité des chefs d'entreprise en coopérative étaient salariés auparavant. Le groupement et les adhérents eux-mêmes accompagnent chaque année des collaborateurs pour qu'ils deviennent eux-mêmes entrepreneurs et propriétaires. C'est une aventure humaine où l'humain est au centre, offrant des perspectives d'évolution de carrière uniques dans le secteur.
- L'humain est au centre des valeurs du groupement qui repose sur les principes « un homme, une voix » et d'égalité politique des adhérents. Ainsi, chaque homme peut un jour être, adhérent, administrateur, voire être élu président du groupement.

4. Pourquoi le modèle des groupements d'indépendants doit être encouragé et protégé (et pourquoi le rapport se trompe de cible) ?

- Le modèle du commerce coopératif et associé, instaure une organisation démocratique dont la finalité est de protéger l'indépendance des commerçants français et de maintenir un maillage territorial stable et solidaire. Là où des financiers purs ne chercheraient qu'une rentabilité immédiate, leur vision est celle d'un « capital patient » investi dans le temps long du réseau avec une réelle prise en compte des besoins des consommateurs et un souci élevé de fidélisation à l'enseigne.
- Quel que soit le secteur d'activité, plus aucun n'est épargné par le développement du numérique. Le modèle des groupements d'indépendants doit être encouragé, protégé en cette période où le commerce physique connaît la concurrence disruptive des marketplaces non-européennes poursuivant des intérêts logistiques et de data décorrélés du développement des territoires.

- Il est nécessaire de lutter activement, rapidement et par tous moyens contre les pratiques déloyales des marketplaces (pas nécessairement extra-européennes) qui ne respectent pas les règles (de sécurité, de lutte contre la pollution, de conformité, de commercialisation, de fiscalité, etc.).
- Les enseignes françaises des indépendants réussissent sur les deux tableaux : répondre à la demande massive et volumineuse de tous les consommateurs quelle que soit leur lieu de résidence et assurer un haut niveau d'exigence conforme aux standards européens concernant la qualité, la sécurité, la conformité des produits et au regard des enjeux environnementaux et de santé publique.
- Les principales plateformes d'intermédiation ne sont pas françaises ou européennes. Il y a une captation extra-européenne de la valeur produite par l'activité des commerces français et des achats des consommateurs résidents en France, y compris la data et les services de paiement, au point de conduire à terme à une relation de dépendance des acteurs français.
- A l'inverse, le groupement de commerçants indépendants ne capte pas la croissance du commerçant, mais agit au contraire positivement sur sa performance économique. Le modèle du commerce coopératif et associé permet au commerçant d'être un acteur :
 - Moderne : en capacité de répondre aux nouvelles attentes des consommateurs.
 - Compétitif : en capacité de proposer des produits et services qualitatifs et à des prix attractifs.
 - Résilient : en mesure de traverser les crises notamment économiques.
 - Respectueux du client au centre des attentions : avec un modèle économique fondé sur la fidélisation du client (image de la marque et de l'enseigne) et sur la proximité.
 - Souverain : l'ancrage territorial des adhérents et le caractère non délocalisable des groupements – la gouvernance des indépendants.