

15 septembre 2022

Annonces du Gouvernement : reconduite du « bouclier tarifaire » pour 2023, liberté laissée aux entreprises dans la construction de leur plan de sobriété énergétique, simplification de l'aide énergie...

La FCA se félicite de ces nouvelles mesures... mais le compte n'y est pas.

Dans ce contexte inflationniste qui dépasse la seule évolution de la facture d'énergie, la FCA demande à ce que soit revue en profondeur la feuille de route pour le commerce, acteur majeur de l'économie française.

La crise de l'énergie est actuellement sur toutes les lèvres. Entre prévisions alarmantes relatives à la hausse des prix et application de premières mesures pour réguler progressivement la consommation, l'ensemble des acteurs de la société, dont les commerces, attendaient les annonces du Gouvernement ce mercredi 14 septembre. La Fédération du Commerce Coopératif et Associé réagit aux dernières déclarations d'Elisabeth Borne, Bruno Le Maire et Agnès Pannier-Runacher.

// La FCA se félicite de la prise de conscience du gouvernement et de la mise en place de certaines mesures telles que :

- **Bouclier tarifaire** : la FCA se félicite de la reconduite du « bouclier tarifaire » pour 2023 qui place la France à la hauteur de cette crise par rapport aux autres pays Européens. Les dernières études de l'INSEE ont en effet démontré l'efficacité du bouclier tarifaire qu'il convenait de maintenir en 2023 tant pour les ménages que pour les entreprises. [Selon l'INSEE](#), en l'absence de bouclier, l'inflation entre les deuxièmes trimestres de 2021 et 2022 aurait été 3,1 points plus élevée. La refonte du mécanisme de construction des prix de l'énergie en Europe doit être une priorité de la politique européenne de la France.
- **Construction par chaque entreprise de son propre plan de sobriété énergétique** : la crise COVID-19 aura, sinon démontré, au moins rappelé avec force que le monde entrepreneurial puise sa richesse dans la diversité de ses acteurs, de ses modèles et de ses formats. Le commerce ne fait pas exception à la règle. En cela, **laisser le soin à chaque entreprise de construire son propre plan de sobriété énergétique était évidemment la mesure de bon sens à prendre**. D'ailleurs, les acteurs du commerce n'ont pas attendu pour prendre des engagements en matière de sobriété énergétique. Dès cet été, les travaux ont commencé entre toutes les organisations professionnelles représentatives afin d'identifier les bonnes mesures déjà en voie d'application dans chaque secteur.
- **Aide énergie** : la simplification de l'aide conduit à élargir son périmètre et le nombre d'entreprises bénéficiaires. Pour autant, **cette aide énergie, par nature subordonnée à la facture d'électricité et à un**

seuil de 3 % du chiffre d'affaires pour la consommation d'énergie, ne bénéficiera pas aux commerces. En effet, le poids de l'électricité dans les charges d'exploitation double, triple voire quadruple, sans atteindre le seuil des 3 %, entamant pourtant de manière conséquente le niveau de marge des commerces. **Cette mesure est totalement inadaptée aux conditions des commerces de détail de proximité et largement sous-dimensionné dans ses montants.** Les critères actuels d'éligibilité aux aides ne s'appliquent pas en l'état aux entreprises qui en ont le plus besoin.

// Pourtant, l'adoption de ces premières mesures reste en deçà de la gravité de la situation et des besoins qui en découlent :

- **Les commerces dont beaucoup ne sont pas nécessairement énergivores par nature, ne bénéficieront pas de l'aide électricité, mais supporteront l'augmentation du prix des produits, le coût de leur acheminement, l'impact sur les services, sur la consommation...**
- **Les commerces devront investir massivement dans la transition écologique**, notamment pour la rénovation énergétique des bâtiments avec les nouvelles obligations du décret tertiaire, ou encore pour l'installation d'ombrières, de panneaux photovoltaïques, de toits végétalisés, d'installation de systèmes de Gestion Technique du Bâtiment pour superviser et contrôler les services comme le chauffage, la ventilation et le conditionnement d'air, etc.
- **Les commerces devront recourir à un certain nombre d'investissements qu'imposent leur secteur d'activité et l'évolution de la réglementation** : adaptation des logiciels de caisse en préparation du passage à la facture électronique et en lien avec l'évolution des mentions sur le ticket de caisse, adaptation des sites e-commerce pour des paiements avec double authentification afin de lutter contre la fraude, transformation de la logistique e-commerce pour la satisfaction client, formation des personnels aux nouveaux métiers, etc.

// L'agenda des priorités pour le commerce doit être revu

Dans ce contexte de crises multiples, **on ne peut « dans le même temps » demander aux commerces d'investir dans la rénovation de leurs locaux, dans la transformation de leur modèle, et de supporter seuls le coût de l'inflation.**

La FCA souhaite que l'agenda des priorités soit revu. **L'agenda réglementaire contient son lot de mesures contraignantes adoptées à un moment où ce contexte de crises n'était pas encore identifié.**

Pour ne citer qu'un exemple : un projet de décret en cours envisage la modification de la surface maximale autorisée des publicités et enseignes, y compris pour celles qui ne sont pas lumineuses ou numériques. Cela conduira à la désinstallation des panneaux et la fabrication et la pose de nouveaux panneaux. Outre le bilan carbone discutable d'une telle mesure, sa mise en œuvre rapide au regard du contexte de crises actuel pose question.

// Une feuille de route claire est vitale pour assurer le commerce de demain

L'accompagnement du commerce ne peut pas être que financier. Il s'agit également d'organiser les priorités et la cohérence de l'ensemble des mesures environnementales, urbanistiques, fiscales...nécessitant de nouveaux investissements.

Quick commerce, e-commerce, solutions omnicanales pour les magasins physiques, « commerce logistique », nouveaux métiers, nouveaux modes de consommation...le commerce est en pleine mutation.

Pour que le commerce de demain demeure un commerce créateur de lien social, un acteur incontournable dans son rôle d'animation et d'aménagement des territoires, une feuille de route claire doit être établie en cohérence avec ces enjeux.



« Les groupements de commerçants indépendants sont prêts à prendre leur part : dessinons ensemble la feuille de route pour le commerce de demain ! »

Jean Pierre Dry, président de la Fédération du Commerce Coopératif et Associé (FCA)



«Il serait dramatique d'ajouter à la crise énergétique, une double crise économique et sociale. Soutenir le commerce relève de l'intérêt général !"»

Olivier Urrutia, délégué général de la Fédération du Commerce Coopératif et Associé (FCA)

A propos :

La Fédération du Commerce Coopératif et Associé (FCA) est l'instance représentative du Commerce Coopératif et Associé, leader du commerce indépendant en France. Elle a pour mission de représenter, de développer et de promouvoir les groupements de commerçants, notamment auprès des pouvoirs publics. La FCA conseille ses adhérents, leur permet de développer des échanges d'expériences inter-groupements et accompagne également les réseaux/enseignes en création.

En 2021, **le Commerce Coopératif et Associé** a réalisé 163 milliards d'euros de chiffre d'affaires, soit 30 % du commerce de détail en France. Plus de 30 000 entrepreneurs ont fait le choix de cette forme de commerce.

En savoir plus : <https://www.commerce-associe.fr/>

CONTACT PRESSE :

Jonathan Castagna // Responsable communication externe // tél : 01 53 95 15 61 // mail : jcastagna@fca-commerce-associe.fr