



Paris, le 10 février 2022.

## **CONTRIBUTION DE LA CNEF AU PROGRAMME DES CANDIDATS A L'ELECTION PRESIDENTIELLE**

La CNEF regroupe 7000 points de vente et 70 enseignes adhérents de la FNAEM (Fédération Française du Négoce de l'Ameublement et de l'Équipement de la Maison) et de la FENACEREM (Fédération du Commerce et des services de l'électrodomestique et du multimedia). Elle fédère tous les types d'entreprises du secteur (grandes enseignes internationales-type, enseignes nationales franchisées, commerces indépendants), distributeurs d'ameublement, électroménager, cuisines, literie, luminaires, téléphonie, revêtements de sols et murs, textiles de maison etc.

Dans un contexte caractérisé par :

- 1 Des consommateurs de plus en plus exigeants mais dotés d'un pouvoir d'achat en baisse** car de plus en plus accaparé par les dépenses contraintes (énergie, logement, transports ...)
- 2 Un développement accéléré de la consommation digitale exigeant des investissements croissants pour pouvoir maintenir la compétitivité de réseaux de distribution « cross-canal » face à des pur-players** (pour la plupart basés à l'étranger a minima au plan fiscal) dotés d'une capacité d'investissement largement supérieure.
- 3 Des investissements de plus en plus élevés en faveur de l'environnement et de l'économie circulaire**

Les 13 000 entreprises du secteur (85% de TPE) employant 125 000 salariés (dont dépendent environ 80 000 emplois indirects : industriels fournisseurs, prestataires de services,...) appellent les candidats à l'élection présidentielle à inscrire dans leur programme un plan d'action « commerce » en 3 volets et 10 mesures ; plan à engager par le prochain gouvernement sous l'autorité d'un ministre dédié au Commerce.

## **VOLET 1 SOUTENIR LA TRANSFORMATION DIGITALE DU COMMERCE**

La bataille concurrentielle engagée avec les pures players exige sans délai une augmentation significative des investissements des entreprises. Les soutiens publics à ces investissements d'activités commerciales, devenues aussi délocalisables que l'activité industrielle, sont désormais aussi légitimes et nécessaires que les soutiens jusqu'à présent apportés à l'industrie.

### **MESURE 1 : ETENDRE LE CREDIT IMPOT-RECHERCHE AUX DEPENSES DE RECHERCHES INDISPENSABLES A LA TRANSFORMATION DIGITALE DU COMMERCE**

### **MESURE 2 : CREER UNE SUBVENTION A LA TRANSITION NUMERIQUE DES PME DU COMMERCE**

(15000€ pour les dépenses de formation, d'équipement et de prestation nécessaires à la transformation omnicanale des PME du commerce)

### **MESURE 3 : SOUTENIR LA FORMATION DES SALARIES DU COMMERCE PAR DES DOTATIONS FNE SUPPLEMENTAIRES**

La formation des personnels est encore plus qu'auparavant devenue un des paramètres principaux du jeu concurrentiel avec les pure players, d'une part pour adapter les personnels en place à la « révolution digitale » et d'autre part pour accroître les compétences de conseil à la vente.

Le fond national pour l'emploi (FNE) (abondamment renfloué par les contributions formations des entreprises depuis la réforme de 2018) devrait accroître son soutien au secteur du commerce via l'OPCOMMERCE, en renforçant ses dotations annuelles à ce dernier.

### **MESURE 4 : ELARGIR LES MODALITES DE RECOURS AU COMPTE PERSONNEL DE FORMATION**

Les modalités de mobilisation et d'abondement par l'employeur du Compte Personnel de Formation des salariés devraient être renforcées pour accroître son utilisation au profit de l'employabilité des salariés.

## **VOLET 2 SIMPLIFIER ET CLARIFIER LES REGLEMENTATIONS ADMINISTRATIVES**

### **MESURE 5 : REVISER ET ADAPTER LES REGLEMENTATIONS D'URBANISME COMMERCIAL**

Les réglementations d'urbanisme commercial se sont multipliées et empilées depuis plusieurs décennies, aboutissant à un véritable maquis juridique source de complexité et d'insécurité juridique croissante pour le commerce.

La réglementation actuelle nécessite une révision générale avec l'objectif de simplification, notamment pour certaines mesures de nature environnementales.

Les mesures de gel des créations de surfaces commerciales ou de logistique doivent par exemple être corrigées car antinomiques avec les investissements immobiliers indispensables à la pérennisation des commerces actuels.

Par ailleurs, une politique publique volontariste de reconversion des friches commerciales devrait être engagée, permettant la transformation d'ex magasins en entrepôts logistiques par exemple (ce qui éviterait la multiplication de surfaces).

### **MESURE 6 : CLARIFIER ET SIMPLIFIER LES MULTIPLES REGLEMENTATIONS D’AFFICHAGE ENVIRONNEMENTAL**

Eco-Contributions, logos en faveur du recyclage, affichage environnemental, bilan carbone des produits, indice de réparabilité, indice de recyclabilité, multiples labels environnementaux,... : le maquis des informations de nature environnementales faisant l'objet d'obligations d'affichage devient une véritable jungle, de facto de moins en lisible et compréhensible par les consommateurs, et de plus en plus difficilement applicables par les entreprises.

Toutes ces réglementations accumulées au cours des 15 dernières années nécessitent un inventaire à date puis une révision générale avec l'objectif de simplification, sous l'autorité de la DGCCRF en charge de leur contrôle.

## **VOLET 3 INSTAURER UNE VERITABLE EQUITE FISCALE ENTRE COMMERCE EN LIGNE ET COMMERCE PHYSIQUE**

En France, l'iniquité fiscale entre le commerce physique et le commerce numérique concerne principalement :

- les impôts sur les bénéficiaires et sur la valeur ajoutée : Impôt sur les Sociétés (IS), Cotisation sur la Valeur Ajoutée des Entreprises (CVAE), Taxe sur la Valeur Ajoutée (TVA),
- les fiscalités assises sur le foncier : Taxe sur les Surfaces Commerciales (Tascom), Cotisation Foncière des Entreprises (CFE), Taxe Foncière sur les Propriétés Bâties (TFPB) et autres taxes locales type TLPE.
- Les écocontributions encore trop souvent ignorées des vendeurs opérant depuis l'étranger.

Une réelle équité fiscale avec le commerce en ligne doit être instaurée.

### **MESURE 7 : SUPPRIMER LA TASCOM**

Exemple le plus criant de l'iniquité fiscale. Suppression totale et non pas simple transformation en flat taxes qui ne ferait que « diluer » le problème.

### **MESURE 8 : OBLIGER REGLEMENTAIREMENT LES VENDEURS ETRANGERS A ACQUITER LES ECO-CONTRIBUTIONS**

La capacité juridique des éco-organismes à recouvrer les écocontributions des sites de vente en ligne et des market places opérant depuis les pays étrangers doit être renforcée, si possible par instauration d'un système de mandataire obligatoire comme cela est le cas en matière de TVA.

### **MESURE 9 : REMPLACER LES IMPOSITIONS FONCIERES PAR UNE TAXATION ASSISE SUR LA VALEUR AJOUTEE**

La substitution d'une imposition fondée sur la valeur ajoutée aux multiples impôts assis sur le foncier ( y compris la CFE) permettraient d'aboutir à une imposition uniforme des différentes formes de commerce et des différents acteurs économiques. Cette imposition sur la valeur ajoutée pourrait s'appliquer à toutes les entreprises établies en France et étendue, sous forme d'accords européens et internationaux à celles vendant en France depuis l'étranger.

### **MESURE 10 : ETALER LA REVISION DES VALEURS LOCATIVES DES LOCAUX COMMERCIAUX**

Dans le sillage de la loi de finance 2021 qui a réduit de 50% la valeur locative des établissements industriels évalués selon la méthode comptable, il convient d'amplifier le mouvement ainsi engagé en les valeurs locatives en réduisant aussi les valeurs locatives des locaux commerciaux et en rallongeant la durée du dispositif de lissage prévu pour l'entrée en vigueur des nouvelles valeurs locatives des locaux commerciaux (actuellement dix ans à compter de 2017).