



Le commerce français, une *job machine* menacée ?

A l'occasion des États généraux du commerce, le Conseil du Commerce de France présente son Livre Blanc « Commerce et Fiscalité » qui aboutit à un **double constat** :

- **le commerce enregistre une pression fiscale de plus en plus forte, liée notamment à la fiscalité locale.**
- **la hausse de la pression fiscale est déconnectée de la progression du chiffre d'affaires et de la valeur ajoutée du commerce.**

Acteur économique majeur

Le commerce fait désormais quasiment jeu égal avec l'industrie : 10 % du PIB ; 3,3 millions d'actifs dont 3 000 000 de salariés ; 19,8 % des salariés du secteur privé.

Depuis 15 ans, le dynamisme du commerce est spectaculaire : l'emploi salarié dans le commerce a augmenté de 25 %. Il agit comme un « stabilisateur incorporé » de l'emploi en France et demeure une porte d'entrée pour les personnes peu qualifiées et notamment les jeunes sur le marché du travail : 1 jeune actif (moins de 25 ans) sur 4 travaille dans le commerce.

Contributeur majeur

Le commerce contribue de manière très significative aux recettes fiscales :

- **il réalise 17,4 % de la valeur ajoutée et verse 23,1 % des impôts et taxes, hors IS.**
- **il acquitte 22,1 % de l'impôt sur les sociétés, alors qu'il représente 14,7 % du résultat net des entreprises.**

Une pression fiscale exponentielle

Chaque jour, les taxes augmentent : les prélèvements obligatoires pour le commerce subissent une inflation bien supérieure (+66%) à l'évolution des chiffres d'affaires (+31%) et de la valeur ajoutée (+40%),

Chaque jour de nouveaux prélèvements s'ajoutent à ceux, déjà nombreux, qui frappent le secteur : taxe sur les surfaces, taxe sur les enseignes, contribution économique territoriale, éco-contributions, taxes sectorielles.

Chaque jour, l'acquittement de ces taxes se complexifie : malgré la tendance affichée de simplification fiscale, les déclarations se multiplient générant un coût administratif inadmissible.

Ouvrons le débat sur la fiscalité du commerce

Le débat sur les incidences économiques, sociales et territoriales de la fiscalité du commerce n'a pas été mené sérieusement. L'argument selon lequel le commerce ne serait pas délocalisable ne justifie en aucun cas que les prélèvements sur les entreprises du commerce puissent augmenter plus vite que leur chiffre d'affaires et leur valeur ajoutée.

La croissance des prélèvements ne peut se poursuivre ainsi sans risque majeur pour l'emploi.

Voir nos propositions au verso.

Relations presse

Marie-Jo CONTI—01 40 15 03 03—06 72 50 35 14—mjconti@cdcf.com



Propositions sur la fiscalité pour le commerce

Recommandations

- Pour tous les projets de réformes fiscales concernant le commerce, associer systématiquement les représentants du commerce et rendre obligatoire l'étude des impacts desdits projets sur les entreprises de ce secteur.
- Poser pour principe légal que les prélèvements ne doivent pas augmenter plus rapidement que la valeur ajoutée et le chiffre d'affaires des entreprises.
- Accompagner toutes les augmentations d'impôts significatives d'un mécanisme de lissage dans le temps.
- Dans le cadre de la révision des valeurs locatives foncières, mesurer les incidences de cette réévaluation sur l'ensemble des impôts assis sur la valeur foncière (Taxe foncière sur les propriétés bâties, contribution foncière des entreprises, taxe d'enlèvement des ordures ménagères...).
- Créer un observatoire de la fiscalité du commerce.
- Réaliser un audit du rendement et de la gestion des taxes sectorielles et des écotaxes, dont certaines sont des micros-taxes.

Simplifier l'impôt

- Etudier une forfaitisation des taxes sectorielles.
- Supprimer les taxes résiduelles.
- Permettre le télépaiement par entité juridique des impôts recouvrés au niveau de chaque site.
- Réformer les sanctions relatives à la TGAP en tenant compte des situations d'erreurs et de bonne foi des redevables.
- Transférer l'établissement et le recouvrement de la taxe locale sur la publicité extérieure à la DGFIP (Direction générale des finances publiques) sans priver les collectivités locales des ressources.
- Rattacher les modalités de contrôle et de contentieux de la TLPE à celles des impôts directs locaux.
- Permettre à chaque entreprise de bénéficier d'une franchise de taxe locale sur la publicité extérieure pour les sept premiers mètres carrés.