

Présidentielle : le commerce plaide pour sauver ses emplois

Les commerçants craignent les effets de l'e-commerce et de la robotisation.

Sauver 1 million d'emplois. C'est en substance ce que les acteurs du commerce mettent dans la balance de l'accord qu'ils aimeraient passer avec les candidats à la présidentielle. « Notre secteur est confronté à une triple révolution : l'e-commerce, la bataille des données personnelles et la robotisation », explique aux « Echos » William Koeberlé, président du Conseil du commerce de France (CDCF). « Au Royaume-Uni, les études montrent que sous ce triple effet les effectifs du commerce vont passer en quelques années de 3 millions de personnes à 2 millions. La même menace pèse sur la France. »

Dans l'Hexagone, le commerce représente 3,5 millions d'emplois, dont 3 millions de salariés (90 % en contrat à durée indéterminée, 83 % à temps complet) et 500.000 indépendants, pour un total de 873.000 entreprises réalisant 1.409 milliards d'euros de chiffre d'affaires, soit 10 % de la valeur ajoutée de l'économie. Les magasins sont une porte d'entrée sur le marché de l'emploi pour de nombreux jeunes (24 % des effectifs) et beaucoup de personnes non qualifiées. Les évolutions technologiques fragilisent cet écosystème qui, jusqu'à présent, crée encore de l'emploi avec environ 20.000 postes supplémentaires en 2016.

Équité fiscale

Sur le front de vente, les sites marchands comme Amazon font travailler de 3 à 5 fois moins d'employés que les magasins « en dur » pour l'équivalent de 1 million de chiffre d'affaires. Plus discrète, la robotisation est à l'oeuvre dans les entrepôts. Tous les grands distributeurs, de Carrefour à Intermarché en passant par Leclerc, optimisent leur chaîne logistique avec des plates-formes capables de livrer plusieurs formats de magasins, ainsi que les commandes Internet. Dans une publication récente, Roland Berger estime qu'à l'horizon 2025, dans la zone euro, ce sont 1,5 million d'emplois logistiques qui seront remplacés par des robots, les solutions robotisées permettant une réduction de 20 % à 40 % du coût de la manutention.

Pour ne pas être au coeur d'une vague de destructions d'emplois massive, les commerçants demandent trois choses. D'abord, une équité fiscale entre les commerçants traditionnels et les cybermarchands. « Aujourd'hui les taxes portent surtout sur le foncier », résume William Koeberlé. De fait, la Tascom, taxe sur les grandes surfaces, a été régulièrement augmentée, les élus estimant à tort que le commerce, non délocalisable, ne souffrait pas de la mondialisation. Le produit de cet impôt est passé de 612 millions en 2011 à 1,28 milliard en 2017. Le CDCF propose de le rempla-

cer par un prélèvement sur le chiffre d'affaires acquitté par tous. Plus précisément, la Fédération du commerce et de la distribution (FCD), syndicat des grands distributeurs, prône un transfert sur la TVA et la cotisation sur la valeur ajoutée des entreprises (CVAE).

Deux crédits d'impôt

Pour sauver les emplois, les commerçants demandent également la réunion des abattements de charges sur les petits salaires dans un barème unique aboutissant notamment à la suppression de toute charge sur le SMIC. « L'exemple du CICE montre que ce type de mesure a un effet », estime William Koeberlé. Troisième grande demande : deux crédits d'impôt. L'un permettrait de favoriser la formation en alternance dans les entreprises. « Il est paradoxal que la collectivité finance les études générales et que l'on demande aux entreprises de financer l'apprentissage qui apporte pourtant une meilleure employabilité », souligne le président du CDCF. L'autre aiderait à la numérisation des petites entreprises. Sur ce dernier point, l'enjeu est de permettre à de petits commerçants de se créer une vitrine Internet. « Il y a l'e-commerce, mais aussi les 60 % des consommateurs qui se renseignent sur la Toile avant d'acheter en magasin », rappelle William Koeberlé. ■

par Philippe Bertrand

