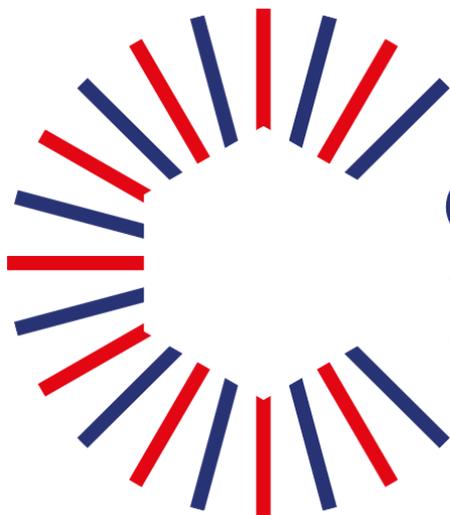




GOVERNEMENT

*Liberté
Égalité
Fraternité*

DOSSIER DE PRESSE



**CONSEIL NATIONAL
DU COMMERCE**

**Relever les défis
du commerce
de demain**

25 avril 2023

Sommaire

Une institution interministérielle et nationale pour un secteur stratégique	3
Une institution pour répondre aux défis du commerce de demain.....	5
Le Conseil National du Commerce : objectifs, méthode et composition.....	7
Les GT du CNC	8
Les membres du CNC.....	9
Contacts presse.....	11

Une institution interministérielle et nationale pour un secteur stratégique

L'industrie est essentielle à notre souveraineté, le commerce est essentiel à notre société. L'État avait mis en place un Conseil National de l'Industrie, il institue ce 25 avril un Conseil National du Commerce. C'était une demande des commerçants formulée lors des Assises du Commerce, elle est aujourd'hui concrétisée.



Cette institution doit permettre d'accompagner le commerce dans les nombreux défis que les commerçants doivent relever. Elle constitue également une reconnaissance de l'importance du secteur pour le Gouvernement :

- Car le commerce – commerce de détail, de gros, automobile – rassemble près de **700 000 entreprises et indépendants, 3,6 millions d'emplois, 1 450 milliards d'euros** de chiffre d'affaire ;
- C'est par le commerce que **soixante-sept millions de Français** trouvent à se nourrir et à s'habiller, c'est par le commerce qu'ils s'équipent pour leur foyer, pour leur travail, pour leurs loisirs ;
- Le **commerce est au cœur des territoires**. Pour nombre de petites villes, de chefs-lieux de canton et de villes moyennes, **le commerce est le premier employeur**. Peu d'autres secteurs économiques donnent une chance à tous et offrent autant d'opportunités de carrière ;
- Le commerce, c'est également un **pilier de notre vie en société**. Ils sont des lieux de vie, de convivialité, qui permettent le brassage des Français. Dans les territoires, lorsque le dernier commerce ferme, c'est parfois la vie d'un village qui s'éteint, dans les villes, la fermeture des

enseignes alimente une dynamique de décroissance, de déclasserement, de perte d'attractivité et de convivialité ;

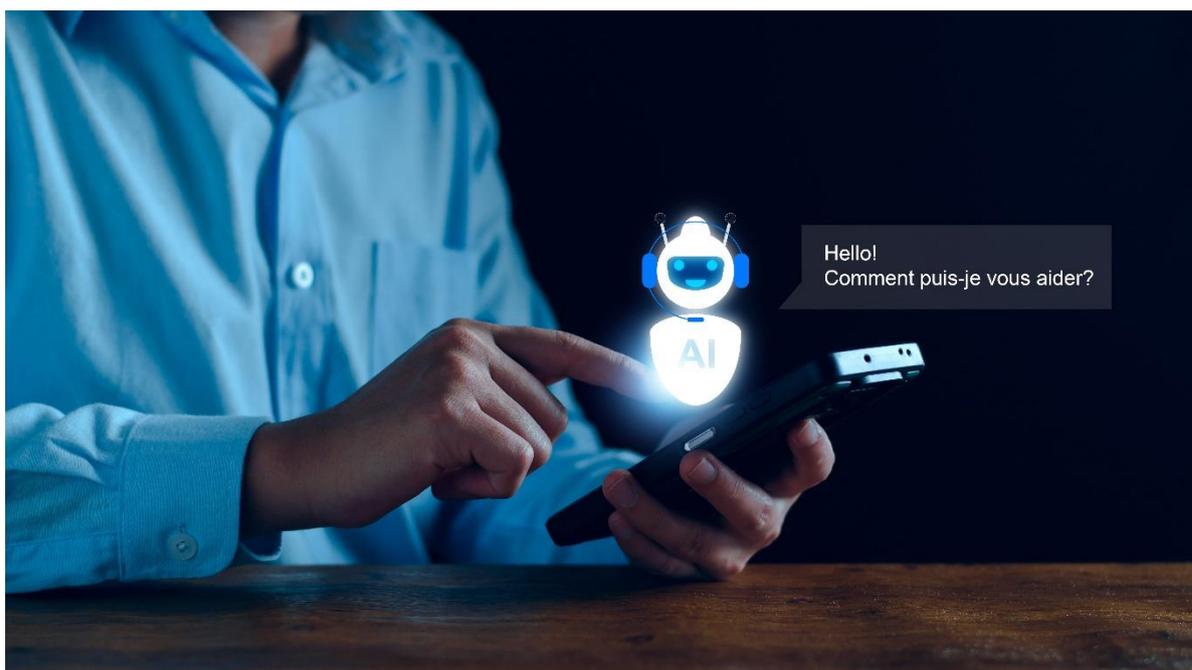
- Le commerce, c'est bien souvent le **débouché de l'industrie**. Des créateurs de l'habillement qui sont aussi des commerçants, aux PME de l'agro-alimentaire qui vendent leur produit en rayon sous leur pavillons ou celui des marques de distributeurs, en passant par les concessionnaires automobile, le commerce est le socle d'un tissu industriel français. Le commerce est aussi le **prolongement de l'artisanat**, des entreprises du patrimoine vivant aux artisans boulangers, bouchers charcutiers et fromagers ;
- Le commerce est, enfin, **l'expression d'une culture**. Les commerçants français, à travers leurs sélections comme leur collections, dans l'alimentaire comme dans la mode, l'ameublement, le design ou les antiquités, promeuvent une culture française et européenne, ouvrent aussi des horizons vers d'autres continents.



Une institution pour répondre aux défis du commerce de demain

Secteur majeur, le commerce français n'en reste pas moins confronté à de multiples défis structurants :

- **Le premier est celui de la transition écologique**, avec la décarbonation du commerce, qui passe par l'amélioration drastique de l'efficacité énergétique imposée par le décret tertiaire (**- 40 % de consommation énergétique des magasins d'ici 2030**), l'obligation d'implantation des panneaux photovoltaïques sur les parcs de stationnement et les bâtiments (près de **100 millions de m² potentiels**), la consommation durable (traçabilité des produits, affichage environnemental, transformation des filières), la gestion des déchets ;
- **Le second est celui de la compétitivité dans un environnement toujours plus concurrentiel**. A compter des années soixante, la croissance du commerce reposait sur la construction de nouvelles surfaces et l'ouverture de magasins. Depuis le milieu de la décennie 2010, cette dynamique est terminée, et nombre de commerces sont affectés par des problèmes de surcapacité (des magasins trop grands, trop nombreux) auxquels il sera nécessaire de remédier. Dans la même période, le numérique représente un nouveau relai de croissance, mais celui-ci est plus difficile : métier différent, alliant facilité d'utilisation, communication et logistique, il impose aux commerçants des investissements et des engagements importants, pour une rentabilité moindre et parfois aléatoire. Depuis la fin de la pandémie du Covid-19, de nouveaux relais de croissance émergent, avec l'explosion des nouveaux modes de consommation, qui permettent d'envisager de nouveaux domaines, comme celui de la seconde main, ou de nouvelles formes de commerce, axées sur le service ou l'usage plutôt que sur la propriété. Elles lui imposent de diversifier encore ses compétences et ses investissements. Le commerce doit aussi devenir plus compétitif, en améliorant et en adaptant ses magasins, par exemple en reconfigurant les espaces pour intégrer des ateliers de réparation et de réemploi, mais aussi en poursuivant l'innovation : de la chaîne numérique permettant d'améliorer l'efficacité du commerce comme d'un réseaux d'enseignes jusqu'au positionnement sur des applications d'intelligence artificielle ;



- Le **troisième défi est celui des synergies avec l'industrie**. Si industrie et commerce sont liés, parfois au sein d'une même entreprise, de nouveaux champs de développement conjoints apparaissent, en particulier dans la production, la construction, l'énergie, ou encore dans la fabrique de la cité (transformation des zones commerciales en nouveaux quartiers de ville).
- Le **quatrième et dernier défi, est celui des compétences**. Plus le numérique se développe, plus le commerce physique se doit d'être plus performant, plus attractif, afin d'offrir une expérience renforcée. De même, plus les attentes environnementales des consommateurs vont grandir, plus les commerces physique ou numérique se doivent de se tourner vers des modèles durables. Tout cela nécessite des compétences, nouvelles parfois, accrues toujours. Les métiers vont être transformés, enfin, par la diversification des attentes, la polyvalence des savoirs faire.

S'il appartient aux entreprises et aux commerçants de répondre à ces défis, l'Etat doit être force d'accompagnement, pour permettre ces nouveaux développements. Le Conseil National du Commerce sera l'instance permettant aux commerçants, aux chefs d'entreprises et aux responsables d'organisations professionnelles, d'avoir un lieu d'échanges directs et opérationnels avec les ministres, les administrations centrales, les partenaires de l'Etat (chambres consulaires, Banque des Territoires, BPI France), les associations d'élus locaux. Il se déclinera par des groupes de travail permettant d'affiner ces échanges, en travaillant concrètement sur des mesures et des propositions (voir *infra*).

Le Conseil National du Commerce fait partie du plan commerce en trois axes annoncé par la Ministre en charge du Commerce, Olivia Grégoire, le 1^{er} novembre 2022, en complément d'Action Cœur de Ville 2 :

Axe 1 : le Conseil National du Commerce, lancé le 25 avril, pour relever les défis du commerce de demain ;

Axe 2 : le plan de reconquête du commerce rural, lancé le 1^{er} mars 2023, pour réimplanter du commerce dans les villages qui n'en ont plus ou presque plus ;

Axe 3 : le plan de transformation des zones commerciales, qui sera lancé courant mai, pour réinventer ces espaces et les adapter aux enjeux du développement durable et de la mixité.

Le Conseil National du Commerce : objectifs, méthode et composition

Le Conseil National du Commerce aura **deux objectifs** :

- **Traiter les enjeux concrets** auxquels les commerçants sont confrontés quotidiennement (décarbonation, simplification, adaptation des compétences...);
- Ensuite, **anticiper pour préparer dès aujourd'hui le commerce de demain** (commerce serviciel, l'innovation comme la maîtrise de l'intelligence artificielle, ou encore les synergies que le commerce peut générer avec l'industrie).

Pour y parvenir, le CNC se réunira chaque trimestre en séance plénière, avec un ou plusieurs ministres invités pour aborder une thématique spécifique : transition écologique, enjeux de territoire, compétences, numérique, synergies commerce – industrie... Ces formats permettent des échanges à haut niveau entre décideurs, pour obtenir les remontées du terrain, partager les informations et les enjeux, définir les lignes directrices d'une politique nationale du commerce, sujet par sujet.

Les travaux pourront être approfondis dans des groupes de travail, réunissant l'État, les associations d'élus, les entreprises, et les organisations professionnelles.



Les GT du CNC

1. Transition environnementale

- GT décarbonation (efficacité énergétique, décret tertiaire, implantation des panneaux photovoltaïque, financement des investissements relatifs à la décarbonation) ;
- GT Consommation durable & traçabilité des produits ;
- GT Gestion des déchets.

2. Simplification & compétitivité

- GT simplification de la vie des entreprises et des commerçants (création et exploitation de l'activité & des locaux commerciaux, cession et transmission des entreprises...);
- GT Baux commerciaux ;
- GT Facilitation du commerce physique dans un monde omnicanal.

3. Innovation & transformation numérique

- GT Accélérer la mobilisation des outils pertinents à la transformation numérique des entreprises (systèmes informatiques, outils data, intelligence artificielle...);
- GT Politiques d'accompagnement des TPE/PME dans la transition numérique ;
- GT Maîtrise et protection des données, DSA/DMA ;
- GT Commerce du futur, développement du commerce *as a service* et synergies commerce – industrie ;
- GT Visibilité, image et promotion du commerce.

4. Commerces & territoires

- GT ZFE ;
- GT Transformation du commerce physique et la gestion du foncier commercial (évolutions internes des magasins, urbanisme, urbanisme commercial, transformation des zones commerciales) ;
- GT Transports et logistique urbaine ;
- GT Politiques locales du commerce.

5. Ressources humaines

- GT Adaptation des compétences aux besoins du commerce d'aujourd'hui et de demain (orienter le CPF, mutation des emplois dans un contexte d'automatisation et de spécialisation des compétences, validation des acquis de l'expérience professionnelle...).

Les membres du CNC

Collège composé des acteurs publics nationaux :

- la Ministre en charge du commerce, Présidente du CNC par délégation de la Première ministre et du Ministre de l'Économie, des Finances et de la Souveraineté industrielle et numérique ;
- le directeur général des entreprises ou un représentant qu'il désigne ;
- le directeur général du Trésor ou un représentant qu'il désigne ;
- le directeur général des Finances publiques ou un représentant qu'il désigne ;
- le directeur général de l'Institut national de la statistique et des études économiques ou un représentant qu'il désigne ;
- le directeur général de l'énergie et du climat ou un représentant qu'il désigne ;
- le directeur de l'habitat, de l'urbanisme et des paysages ou un représentant qu'il désigne ;
- le directeur du Commissariat général au développement durable ou un représentant qu'il désigne ;
- le directeur général du travail ou un représentant qu'il désigne ;
- le directeur général de l'emploi et de la formation professionnelle ou un représentant qu'il désigne ;
- le directeur général de l'enseignement supérieur et de l'insertion professionnelle ou un représentant qu'il désigne ;
- le directeur général de l'enseignement scolaire ou un représentant qu'il désigne ;
- le président de l'agence nationale de la cohésion des territoires ou un représentant qu'il désigne ;
- le président du conseil d'administration de l'Agence de l'environnement et de la

maîtrise de l'énergie ou un représentant qu'il désigne ;

- le directeur général de la Caisse des dépôts et consignations ou un représentant qu'il désigne ;
- le directeur général de la Banque publique d'investissement ou un représentant qu'il désigne ;
- le Gouverneur de la Banque de France ou un représentant qu'il désigne ;
- le président de CCI France ou un représentant qu'il désigne ;
- le président de CMA France ou un représentant qu'il désigne ;

Collège d'associations d'élus locaux

désignées pour trois ans par arrêté du ministre chargé du commerce ;

Collège d'entreprises désignées pour trois ans par arrêté du ministre chargé du commerce ;

Collège d'organisations professionnelles du commerce désignées pour trois ans par arrêté du ministre chargé du commerce ;

Collège de personnalités qualifiées désignées pour trois ans par arrêté du ministre chargé du commerce.

Collège des associations d'élus

- Association des départements de France
- Association des maires de France
- Association des maires ruraux de France
- France Urbaine
- Intercommunalités de France
- Régions de France
- Associations des Petites Villes de France

Collège entreprises

- Auchan
- Boulanger

- Bonne Gueule
 - Carrefour
 - Cdiscount
 - Celio
 - Décathlon
 - Echoppe de la Lune
 - E. Leclerc
 - Epicery
 - Etam
 - Fnac-Darty
 - Fromagerie Philippe Olivier
 - Galeries Lafayette
 - Grand Frais
 - Groupe Les Mousquetaires
 - IKEA
 - Kiabi
 - Kingfisher
 - Leroy Merlin
 - Luval
 - Metro France
 - Monoprix
 - Picard
 - La Redoute
 - Rexel
 - Roche Bobois
 - Sandro Maje Claudie Pierlot Fursac
 - Selency
 - Sports Aventure
 - System U
 - Truffaut
 - Une Glace à Paris
- Collège OP et interprofessions**
- U2P – CPME - MEDEF
 - Alliance du Commerce
 - Commerçants et Artisans des Métropoles de France
 - Conseil du Commerce de France
 - Confédération des Buralistes
 - Confédération des commerçants de France
 - CNDA - Commerce de Détail Non-Alimentaire
 - Confédération nationale des Charcutiers-traiteurs
 - Confédération Générale de l'Alimentation en Détail
 - Confédération des grossistes de France
 - Confédération nationale de la Boulangerie et de la Boulangerie-Pâtisserie Française
 - Confédération nationale de l'équipement du foyer
 - Collectif National de l'Équipement de la Personne
 - Chambre Syndicale des Métiers de la Musique
 - Fédération des acteurs du commerce dans les territoires
 - Fédération du commerce coopératif et Associé
 - Fédération du commerce et de la distribution
 - Fédération des Détaillants en Chaussures de France
 - Fédération des distributeurs de matériaux de construction
 - Fédération Française de l'Équipement du Foyer
 - Fédération Française de la Franchise
 - Fédération des Commerces spécialités des Jouets et Produits de l'Enfant
 - Fédération du e-commerce et de la vente à distance
 - Fédération Jardineries & Animaleries de France
 - Fédération des magasins du bricolage et de l'aménagement de la maison
 - Fédération des marchés de France
 - Mobilians
 - Perifem
 - Procos
 - Syndicat National du Commerce de l'Antiquité, de l'Occasion et des Galeries d'Art
 - Union Sport & Cycle

Contacts presse :

Cabinet de Christophe Béchu : 01 40 81 78 31 - communication.mtect@ecologie-territoires.gouv.fr

Cabinet d'Olivia Grégoire : 01 53 18 46 23 - presse.mpme@cabinets.finances.gouv.fr