



**Independent  
Retail Europe**

*For groups of independent retailers*

## **RECOMMANDATIONS POUR LA PROCHAINE LÉGISLATURE EUROPÉENNE**

### **PROMOUVOIR UN CLIMAT POSITIF DANS LE COMMERCE DE DÉTAIL AU PROFIT DE LA PROCHAINE GÉNÉRATION**



**Nous avons pour vision une Europe au service de la prochaine génération de détaillants et de consommateurs.** Les avantages pour les groupements de détaillants indépendants et leurs détaillants PME membres peuvent également profiter aux consommateurs, leur conférant une expérience d'achat plus confortable, l'accès à de nouvelles technologies, un choix plus sain et plus vaste, de meilleurs prix et services et la satisfaction de leurs attentes avec une Union européenne forte, offrant moult possibilités et protégeant ses citoyens ainsi que l'environnement.

Pour répondre à ces attentes, nous sommes d'avis que l'UE devrait globalement s'attacher à consolider ses assises en :

- 1. faisant du marché unique européen LA priorité absolue du prochain mandat, en l'achevant et en le renforçant au profit des entreprises et des consommateurs ;**  
Seule la finalisation du marché unique permettra à l'ensemble des entreprises et citoyens européens d'y croire et d'en bénéficier équitablement. L'absence d'harmonisation complique la croissance et les opérations transfrontalières des entreprises, particulièrement des PME.
- 2. garantissant des conditions commerciales équitables, une concurrence loyale et des entreprises – des groupements de détaillants indépendants dans notre cas – efficaces et compétitives ;**  
Le marché unique devrait offrir des conditions équitables à toutes les entreprises et autres prestataires de services du secteur du commerce de détail pour leur permettre de rivaliser à conditions égales.
- 3. promouvant la durabilité, la santé et la sécurité des consommateurs et la protection de l'environnement ;**  
Ces questions figurent en bonne place au programme du secteur du commerce de détail. Les acteurs économiques, les autorités et les consommateurs devraient se partager de façon équitable les responsabilités en découlant, y compris au niveau international.
- 4. aspirant à une société européenne plus cohérente et solidaire ;**  
L'UE peut y contribuer en protégeant un secteur du commerce de détail diversifié et en promouvant des centres-villes sains, même en zones rurales.
- 5. redoublant d'efforts au service d'une meilleure réglementation.**  
Le programme de meilleure réglementation (*Better Regulation*) doit être amélioré pour obtenir des résultats optimisés sur les priorités susmentionnées.

Seuls un alignement et une collaboration plus étroite entre tous les législateurs européens permettront d'atteindre ces objectifs. Ceux-ci devraient être animés par un principe de cohésion entre tous les domaines politiques, afin d'arriver à un marché intérieur abouti, cohérent, équitable et parfaitement opérationnel. Plus que jamais, il est nécessaire de bénéficier d'une vision globale de l'acquis et de l'issue des nouvelles législations européennes. Dans ce contexte, des propositions politiques d'une grande importance pour notre secteur devraient être abordées par la prochaine législature européenne.

Incroyablement diversifié et complexe, le secteur du commerce de détail est l'un des plus gros employeurs de l'UE et fait partie intégrante de la culture et du territoire européens. Il présente bien des chaînes d'approvisionnement et modèles d'entreprise différents, tous confrontés à de nombreux défis, en ligne comme hors ligne, notamment une myriade de réglementations et un marché unique incomplet.

**La nomination à la Commission européenne d'un directeur explicitement chargé du secteur du commerce de gros et de détail** et la création d'un **intergroupe au Parlement européen dédié au commerce de gros et de détail** permettraient une meilleure compréhension et une approche politique optimisée du secteur au niveau institutionnel, ce qui pourrait l'aider à concrétiser son incroyable potentiel en tant que créateur de croissance, d'entrepreneuriat, d'emploi et de cohésion.

## 1. Faire du marché unique européen LA priorité absolue du prochain mandat, en le renforçant au profit des entreprises et consommateurs

Que cela soit dû à l'absence d'une législation alimentaire européenne pleinement harmonisée avec une interprétation commune des règles dans l'UE ou d'un manque de cohérence inhérent aux règles nationales divergentes en matière de fourniture de biens, les groupements de détaillants indépendants sont confrontés à bien des obstacles dans l'offre de services transfrontaliers. La "nouvelle donne pour les consommateurs" récemment adoptée manque elle-même toujours d'un cadre juridique clair et uniforme pour les contrats transfrontaliers.

**L'UE et ses États membres devraient donc concentrer leurs efforts pour mettre en place un véritable marché unique** afin de donner une impression positive de l'UE aux entrepreneurs et consommateurs, afin de lutter contre la frustration ressentie. Si des progrès ont été enregistrés au cours du dernier mandat, **il nous manque toujours un cadre clair pour faire d'une fourniture transfrontalière harmonieuse de services une réalité**. Pour commencer, **le règlement Rome 1 sur la législation nationale applicable aux services à distance pour les consommateurs devrait faire l'objet d'une révision** à la lumière des récentes avancées du secteur du commerce électronique, en clarifiant notamment davantage ce qui constitue des ventes actives et passives (article 6).

Seul un marché intérieur abouti limitera les abus, en veillant par exemple à **ce que les producteurs ne puissent plus diviser artificiellement le marché unique pour empêcher l'approvisionnement à l'échelle de l'UE ou restreindre les mouvements transfrontaliers d'articles de stock au sein de réseaux de commerce de détail**. Les producteurs imposent ces "*restrictions territoriales de l'offre*" pour fausser le marché afin de maintenir des prix artificiellement plus élevés, avec à la clé des tarifs supérieurs pour les consommateurs.

**Il faudrait relancer le règlement sur la sécurité des produits pour les consommateurs**. Il conviendrait d'adopter les dispositions qu'il proposait sur les obligations des distributeurs et les cas isolés, à savoir la façon dont les détaillants devraient interagir avec les pouvoirs publics et les producteurs. Cela contribuera à réduire la charge administrative pesant sur des centaines de milliers de détaillants PME indépendants, tout en améliorant la protection des consommateurs.

## 2. Garantir des conditions commerciales équitables, une concurrence loyale et des groupements de détaillants indépendants efficaces et compétitifs

Le marché unique ne renforcera pas le commerce européen en l'absence de conditions équitables pour les entreprises.

L'évolution numérique et technique ainsi que les préférences et habitudes changeantes des consommateurs exercent des pressions constantes sur le secteur du commerce de détail.

Puisque certaines entreprises ne rivalisent pas au mérite, le marché du commerce de détail penche en faveur des acteurs intégrés et particulièrement des entreprises technologiques et acteurs exclusivement en ligne, au détriment des groupements de détaillants indépendants. Cela s'est avéré tout aussi préjudiciable pour nos rues commerçantes et nos centres-villes et a de surcroît un impact négatif sur la cohésion des territoires européens. L'UE devrait reconnaître à la fois l'importance d'un marché diversifié du commerce de détail et de centres-villes sains pour les citoyens de tout son territoire et de la préservation de sa culture et de son économie.

**Il faut garantir des conditions équitables entre les groupements de détaillants indépendants et les autres modèles du commerce de détail pour permettre aux entreprises d'être en concurrence sur la base de leur mérite.** Les groupements de détaillants indépendants sont nettement désavantagés sur le plan compétitif par rapport aux détaillants intégrés, y compris les plateformes technologiques agissant en tant que détaillants, mais aussi face aux acteurs de l'économie collaborative. Il conviendrait d'éliminer les distorsions injustes du marché causées par des différences de traitement au titre des règles de concurrence, de la fiscalité directe ou de tout autre type d'obligation.

Afin de redynamiser la concurrence du commerce de détail, **nous demandons à ce que les règles de concurrence de l'UE fassent l'objet d'une réforme pour permettre aux détaillants indépendants faisant partie de groupements de disposer de plus de possibilités d'actions coordonnées – qu'il s'agisse de campagnes marketing ou de prix communs.** Des prix communs permettraient la mise en place d'une boutique en ligne commune pour chaque groupement de détaillants indépendants ("marque"), avec à la clé des volumes suffisants de ventes cumulées pour figurer sur les moteurs de recherche et les sites de comparaison de prix et avoir ainsi un impact positif sur la concurrence du marché, pour offrir plus de choix et des prix inférieurs aux consommateurs.

**La législation européenne devrait se montrer plus souple au niveau du partage d'informations au sein des groupements de détaillants indépendants** – par exemple sur le partage de données recueillies sur les plateformes numériques détenues par un groupement. L'utilisation d'algorithmes au sein des groupements de détaillants indépendants profite à la concurrence, puisqu'elle leur permet de rivaliser efficacement avec de grands opérateurs intégrés et autres plateformes en ligne.

La Commission devrait **évaluer rapidement l'impact des nouvelles technologies sur les marchés et veiller à ce que ces derniers restent équitables** (par exemple au niveau de l'incidence des appareils domestiques connectés passifs).

**Le règlement 2015/751 relatif aux commissions d'interchange devrait faire l'objet d'une évaluation**, notamment sur le plan du contournement et de l'inclusion des cartes commerciales. Il convient de porter une attention particulière à son application aux méthodes de paiement telles qu'Apple Pay et Google Wallet, mais aussi à des nouveaux venus tels qu'Alipay et WeChat.

**L'UE devrait faciliter l'accès au financement pour les PME du commerce de détail.** Nous avons plusieurs suggestions à ce niveau.

### 3. Promouvoir la durabilité, la santé et la sécurité des consommateurs et la protection de l'environnement

Qu'ils soient actifs dans le secteur alimentaire ou non alimentaire, les groupements de détaillants indépendants contribuent au développement durable, à un environnement propre et à des consommateurs sains. Ils s'engagent proactivement dans la réduction des emballages et des déchets, optent pour une distribution et un approvisionnement plus respectueux de la société et de l'environnement et aident les consommateurs à faire des choix plus éclairés et plus sains. La lutte antifraude et la traçabilité sont des questions importantes dans ce contexte.

Nous sommes d'avis que **tous les acteurs de la chaîne d'approvisionnement, les consommateurs et les pouvoirs publics devraient se partager de façon équitable la responsabilité d'une économie circulaire plus durable et de la santé des consommateurs, y compris au niveau international** et que des solutions doivent être trouvées.

**La réglementation liée à la protection de l'environnement et des consommateurs devrait reposer sur des éléments probants et respecter le marché unique.** Quant à la législation européenne en la matière, elle devrait être aussi harmonisée que possible. **Les labels nationaux devraient être harmonisés lorsqu'ils constituent un obstacle au commerce.**

### 4. Aspirer à une société européenne plus cohérente et solidaire

Des centres-villes animés au commerce de détail diversifié font partie intégrante de la culture européenne et l'accès à des services locaux contribuera à une société moderne, plus cohérente et solidaire, ainsi qu'à une création d'emplois. Même si le dynamisme des centres-villes ne relève pas directement des compétences de l'UE, **nous n'en estimons pas moins qu'elle devrait jouer un rôle actif dans la promotion et la mise en place d'une approche globale de la revitalisation de ceux-ci. L'UE devrait inciter et aider les États membres – par exemple via la création d'une plateforme européenne – à faire d'un marché diversifié du commerce de détail et de centres-villes animés une priorité sur ses territoires et à proposer un financement et d'autres formes d'assistance à cette fin.**

**Elle devrait commencer par organiser une analyse de l'impact des ventes en ligne sur le commerce de détail en magasin.**

L'UE devrait **continuer à œuvrer sans relâche à la croissance, à l'emploi et à l'entrepreneuriat et, dans ce contexte, à cultiver la prochaine génération d'entrepreneurs du commerce de détail.** Elle peut pour ce faire **élaborer des programmes pédagogiques**, de l'enseignement secondaire au supérieur (y compris les universités), pour encourager l'éducation dans le domaine de l'entrepreneuriat du commerce de détail – omnicanal – moderne. Le **financement de programmes et formations pour le secteur du détail** permettrait d'encourager de telles initiatives **afin d'améliorer les compétences des futurs entrepreneurs, particulièrement dans l'omnicanal.**

### 5. Redoubler d'efforts au service d'une meilleure réglementation

Une bonne réglementation est indispensable pour permettre aux citoyens et entreprises d'avoir foi dans l'UE et ses acteurs politiques. Nous énumérons ci-après quelques recommandations en ce sens. Plus important encore, les décideurs politiques européens devraient nouer un dialogue actif avec des organisations de

parties prenantes européennes, telles qu'Independent Retail Europe, pour comprendre les secteurs concernés et l'impact de leurs propositions et amendements. Nous vous contactons et sommes toujours à votre disposition pour répondre à toute question que vous pourriez vous poser sur notre secteur ou sur les effets que certaines mesures pourraient avoir sur celui-ci.

Nous souhaitons de surcroît mettre sur pied un **intergroupe au Parlement européen sur les services de distribution**, en collaboration avec les autres associations européennes du commerce de détail. Diversifié et complexe, le secteur du commerce de détail est le plus gros employeur de l'UE et fait partie intégrante de la culture et du territoire européens. Il est composé de bien des chaînes d'approvisionnement et modèles d'entreprise différents, tous confrontés à de nombreux défis, en ligne comme hors ligne. Nous sommes d'avis qu'un tel groupe aiderait les législateurs du Parlement européen à mieux comprendre notre secteur, ses chaînes d'approvisionnement, sa contribution à la société et ses défis, pour vous permettre d'élaborer des politiques capables d'encourager son incroyable potentiel en tant que créateur de croissance, d'emploi, de cohésion et de bien-être des consommateurs européens.

Nous saluons le programme de meilleure réglementation. Les principes de subsidiarité et de proportionnalité devraient toutefois être mieux respectés et les États membres devraient mettre en œuvre et interpréter le droit européen de façon optimisée et plus harmonieuse.

**Nous sommes d'avis que le processus législatif et la législation européenne connaîtraient une amélioration si les mesures suivantes étaient prises :**

- **La législation devrait toujours reposer sur des éléments probants** et ceux-ci devraient figurer dans des analyses d'impact et des rapports du CCR ;
- **Les modifications majeures de propositions devraient être évaluées tout au long de l'ensemble du processus législatif ;**
- **Le processus législatif devrait être entièrement transparent, y compris au niveau des négociations en trilogue et de l'élaboration d'actes délégués et d'exécution ;**
- **Le test PME, le contrôle de la compétitivité et l'incidence sur l'innovation des entreprises devraient toujours faire partie intégrante des analyses d'impact ;**
- Il faudrait s'intéresser particulièrement à **la façon dont chaque mesure peut renforcer le marché intérieur ;**
- **Des lignes directrices devraient être élaborées à propos de l'utilisation de clauses de surveillance et de contrôle.** Il faudrait en particulier veiller à ce que les procédures de révision d'actes juridiques ne puissent débiter que lorsque des preuves fiables peuvent être fournies sur les résultats et l'impact pratique d'un acte, ce qui implique raisonnablement de ne pas le faire avant les cinq ans suivant l'entrée en vigueur de l'acte et des actes d'exécution ultérieurs. Il conviendrait de développer des lignes directrices uniformes, applicables à toutes les institutions européennes ;
- **Toute nouvelle législation devrait être rédigée d'une façon technologiquement neutre ;**
- **L'échéance de quatre semaines pour les commentaires sur les actes délégués ou d'exécution devrait être multipliée par deux ;**
- **Le comité d'examen de la réglementation devrait être un organe apolitique, indépendant et extérieur aux institutions,** pour pouvoir prendre des décisions impartiales sur la base des preuves des

**analyses d'impact de la Commission européenne, du Parlement européen et du Conseil** pour garantir une plus grande cohérence de l'objectif politique initial de la proposition et du processus global d'élaboration de politiques ;

- Les institutions et leurs décideurs politiques **devraient interagir activement avec toutes les associations professionnelles européennes en tant qu'organismes représentatifs de secteurs, mais aussi les rencontrer tout au long du processus législatif ;**
- Les parties prenantes sont également impliquées via leur participation à des groupes d'experts, conférences et autres auditions. La Commission devrait **justifier son choix d'experts de façon plus transparente et soutenir ses collaborateurs avec une méthodologie de sélection appropriée ;**
- **Les parlementaires européens ne devraient pas s'impliquer activement (rapporteur, rapporteur fictif) dans les procédures législatives où ils auraient un conflit d'intérêts.**

## À propos des groupements de détaillants indépendants

L'adhésion à un **groupement de détaillants indépendants** constitue pour les entrepreneurs indépendants / PME du commerce de détail une façon de pleinement concrétiser leur potentiel. Ce modèle d'entreprise leur permet en effet de réaliser des **économies d'échelle** lors de l'achat de biens et services et de s'assister mutuellement, en tirant parti du réseau de leur groupement. Contrairement aux franchises, les détaillants sont souvent **les principaux actionnaires du groupement** et peuvent également **contribuer au développement de sa stratégie ou jouer un rôle déterminant dans sa direction** ; ces groupements étant constitués de détaillants indépendants.

Ils peuvent prendre différentes formes – des centrales d'achat associatives aux structures participatives plus complexes – et peuvent opérer au niveau régional, national et international, tant dans les secteurs alimentaires que non alimentaires, dans des segments aussi variés que les articles de sport, l'électronique, le textile, les biens en cuir, les produits pharmaceutiques, les produits d'intérieur et l'ameublement.

**Nos détaillants apportent une contribution majeure au développement local et à la cohésion européenne**, de par leur présence dans les zones urbaines et rurales de toute l'Europe, où ils nouent des liens privilégiés avec des producteurs et fournisseurs de services locaux et **où leurs bénéfices sont réinvestis dans leur communauté par l'intermédiaire des dépenses effectuées localement, mais aussi par le parrainage d'événements, d'équipes et de projets.**

Les groupements servent de foyer d'**innovation dans le secteur du commerce de détail** en créant et en déployant des technologies de pointe qui favorisent l'efficacité de la chaîne d'approvisionnement, l'excellence du service à la clientèle et la qualité des produits de marque propre.

Ils construisent des centres de distribution modernes et respectueux de l'environnement, qui contribuent à **l'efficacité de la chaîne d'approvisionnement** et **stimulent la réhabilitation urbaine et rurale**. Ces centres servent les membres du groupement et offrent un emploi à des milliers de citoyens dans toute l'Europe. Les groupements permettent la récolte et la diffusion de bonnes pratiques du secteur de détail et du commerce de gros du monde entier, y compris sur le plan de la **responsabilité sociale des entreprises**.

Ils peuvent offrir la possibilité aux **détaillants PME d'accéder au financement** lorsque les banques n'en concèdent pas.

Il en résulte des **PME durables et compétitives**, ainsi qu'un marché plus diversifié du commerce de détail. Les petits entrepreneurs du commerce de détail peuvent conserver leur indépendance et rivaliser avec de grandes chaînes intégrées et franchises de leur localité, sous toutes leurs formes.





# Independent Retail Europe



Commerçants autrement



✓ **24 groups** and associations of groups in Europe / **24 groupements** et associations de groupements en Europe / **24 Verbundgruppen** und Vereinigungen von Verbundgruppen in Europa

✓ Representing over **380,000 independent retailers** / **représentant plus de 380.000 détaillants indépendants** / mehr als **380.000 selbstständige Einzelhändler**

✓ More than **757,000 sales outlets** / **plus de 757.000 points de vente** / mehr als **757.000 Verkaufsstellen**

✓ **6.48 million jobs** / **employant 6,48 millions de personnes** / mit insgesamt **6,48 Millionen Beschäftigten**

✓ A wholesale turnover of **€291 billion** / **avec un chiffre d'affaires de gros supérieur à 291 milliards d'euros** / einem **Großhandelsumsatz** von mehr als **291 Milliarden Euro**

✓ A combined retail turnover of more than **€971 billion** / **avec un chiffre d'affaires de détail supérieur à 971 milliards d'euros** / mit einem **Einzelhandelsumsatz** von über **971 Milliarden Euro**



(1<sup>st</sup> May 2019)





**Independent Retail Europe**  
For groups of independent retailers

Logos included in the right side graphic: OLENTA, BdB, Heron Foods, SUPER U, Comergrup, Tom Market, EUROSPAR, SuperValu, SNEAKERS, 2 SPECIALIST, SEBASTIANO, vianni, Netto, ENAPO, K Supermarket, hagebau, nahkauf, FUNDACIÓ BARCELONA COMERÇ, SKLIZENO, KeyStore, best-one, Costcutter, Shop the way you live, DATEV, Nisa, LET'S DO IT, mfg, Utile, bp, The co-operative, HKS, HKS Retail Limited, THE GUILD OF FINE FOOD, euronics, les Mousquetaires, INTERSPORT, Commerçants autrement, Netto, comertia, ICA, Kvantum, meister team, Roady, bébé 9, Krysl, Audition, giro pharm, BIPA, CONAD, IPERMERCATO, KOOKENKÄ, MRH, Driving Retail, GIPHAR, Weldom, Sanacorp, NorgesGruppen, euromadi, PORT, Axfood, BAD & CO, Reformhaus, Dagrofa, CITYMARKET, ICA, nara, ARCHITECTEURS, GEDIMAT, The Midcounties Co-operative, Intermarkchē, AXIAL, e!ntendre, ... sowieso!, Lipóti, Central, Scotmid, co-operative, REWE, INTERSPAR, CONAD SUPERSTORE, EDEKA, C+C großmarkt, monsieur meuble, BigMat, one|stop, Lipóti Pékség, ESPACE, ESD italia, UNIFRANCE, ASTERA