

Le Commerce Coopératif et Associé au plus près des Français

L'ÉCONOMIE
AU CŒUR DE LA SOCIÉTÉ

14

propositions
de la FCA pour
les élus locaux

**Un poids
prédominant**

52 000

points de vente
En hausse de 8,3%
par rapport à 2017

41 000

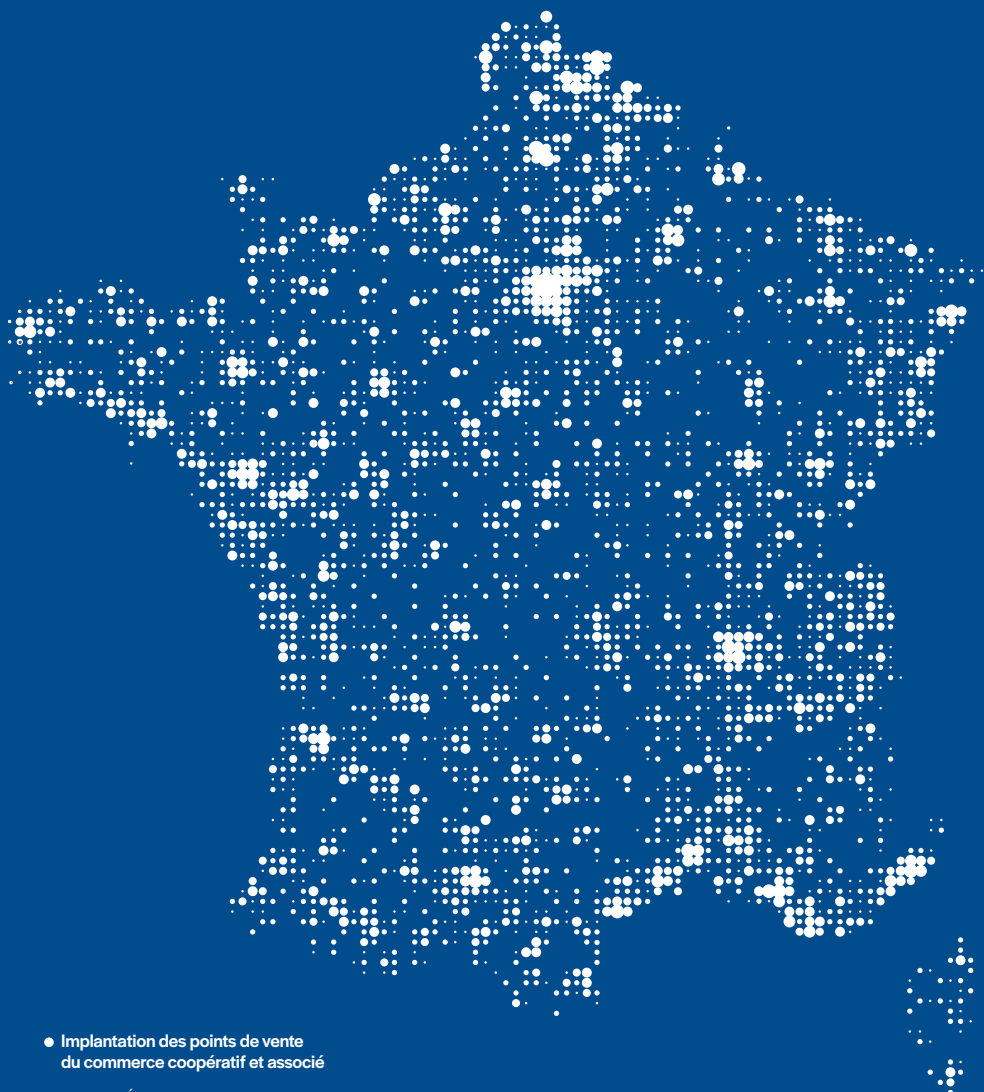
chefs d'entreprise

650 000

salariés

40 %

du commerce
de détail français
En chiffre d'affaires



L'ÉCONOMIE AU CŒUR DE LA SOCIÉTÉ

Le commerce coopératif et associé est un modèle **porté par des chefs d'entreprise indépendants** qui font le choix de mutualiser outils et savoir-faire, avec des principes clairs : indépendance, propriété partagée, gouvernance démocratique.

Ce sont des entrepreneurs locaux, propriétaires de leur magasin, ancrés dans leur territoire : ils le font vivre **par l'emploi, l'investissement, la fiscalité et l'engagement associatif**.

Avec ses 14 propositions, la FCA appelle les élus locaux à s'engager pour un commerce au cœur de la société !

S'engager

→ **Pour la vitalité des villes et des villages**

→ **Face à la concurrence déloyale des marketplaces étrangères**

→ **Pour le commerce indépendant organisé**

→ **Pour développer les synergies entre centre-ville et périphérie**

● S'engager pour la vitalité des villes et des villages

Les intérêts du commerce physique et des collectivités locales se rejoignent pleinement. Les commerçants du modèle coopératif et associé contribuent à faire des villes et des villages vivants en investissant dans leurs magasins, en diversifiant leurs services, en animant les lieux de vente, en réinventant l'expérience d'achat. Et les élus en faisant de l'espace public un allié essentiel du commerce, jusque dans l'accessibilité et l'attractivité résidentielle indispensable pour accueillir employés et saisonniers.

01 Élaborer et mettre en œuvre des dispositifs adaptés pour des rues propres et accueillantes

02 Développer le rôle de manager de centre-ville et de centre commercial

03 Encourager une mobilité qui tienne compte des enjeux du commerce

Avec de nouvelles places de stationnement, la gratuité ou encore une tarification modulée aux abords des zones commerçantes, mais aussi en garantissant l'accessibilité des commerces à tous les publics, y compris aux personnes handicapées, et en prévoyant un temps d'adaptation ainsi que des incitations vers de nouvelles mobilités

04 Développer des aires et horaires de livraison adaptés pour faciliter le dernier kilomètre jusqu'au point de vente

05 Faciliter l'implantation d'affichages publicitaires modernes et soignés

06 Assurer une connectivité de haut niveau

(fibre, 5G...) pour permettre aux magasins de répondre à tous les nouveaux usages (paiement, facturation, compte client...)

07 Libéraliser les conditions d'installation des publicités et enseignes lumineuses

08 Concilier paysage urbain et enjeux des commerces

En privilégiant une végétalisation et des installations respectueuses de la lisibilité des vitrines et des enseignes, et en cohérence avec les investissements des acteurs économiques locaux

09 Étendre l'amplitude horaire de l'éclairage public

10 Développer la vidéosurveillance pour sécuriser l'espace public

● S'engager face à la concurrence déloyale des marketplaces étrangères

Alors que les hubs logistiques des marketplaces étrangères servent à écouler majoritairement des produits d'importation, avec des centres de décision et une valeur ajoutée qui échappent bien souvent à l'Hexagone, les entrepôts logistiques du commerce coopératif et associé s'inscrivent dans une chaîne de valeur au service des commerçants et de l'économie locale.

11 S'opposer à l'installation d'entrepôts logistiques de marketplaces étrangères

32%

des salariés du commerce en France travaillent dans le commerce coopératif et associé, un modèle fortement créateur d'emplois.

● S'engager pour le commerce indépendant organisé

En privilégiant les enseignes nationales sous le modèle coopératif et associé lors d'implantations commerciales ou de partenariats, les élus font le choix de commerces portés par des entrepreneurs locaux, engagés à long voire à très long terme, et personnellement impliqués dans l'avenir économique et social de leur commune.

12 Donner la préférence au commerce indépendant organisé avec les enseignes du commerce coopératif et associé

UN ALLIÉ CONTRE LA DÉSERTIFICATION

Pharmacies, supermarchés-hypermarchés et magasins d'optique figurent en tête du parc de points de vente du commerce coopératif et associé.

● S'engager pour développer les synergies entre centre-ville et périphérie

Le commerce physique est l'endroit par excellence où se joue la vie quotidienne des habitants, pour répondre à leurs besoins, circuler et se rencontrer, aussi bien en centre-ville et centre-bourg qu'en périphérie.

13 Consulter les commerçants dans la réorganisation des zones de commerce

Pour éviter la création involontaire de nouvelles friches commerciales ou d'entraves au développement du commerce physique, qui bénéficieraient avant tout au e-commerce

14 S'approprier la charte « Ville commerçante » pilotée par la DGE, pensée tant pour les centres-villes que pour les centres-bourgs.

Retrouvez l'ensemble de l'étude sur le Commerce Coopératif et Associé* en France et région par région



Scannez ce QR code ou rendez vous sur www.commerce-associe.fr

*

Étude Xerfi sur le poids du commerce coopératif et associé dans 14 secteurs : agences de voyages, ameublement, articles de sport, bijouterie-horlogerie, bricolage, entretien automobile, grande distribution alimentaire, habillement-chaussure, hôtellerie, immobilier, jeux et jouets, librairie-papeterie, optique, pharmacie.

