

UNFD

Union nationale
des syndicats de détaillants
en fruits, légumes
et primeurs

Les propositions de l'UNFD : **POUR UN COMMERCE INDÉPENDANT ET DURABLE**

Livre
blanc

Spécial
élections

Les trois mois qui arrivent seront marqués par de grandes échéances électorales qui détermineront la politique de notre pays pour les cinq années à venir. Notre organisation professionnelle qui rassemble l'ensemble des composantes du commerce de proximité en fruits et légumes dont 15 000 primeurs, représentant à eux seuls 35 000 actifs dont 16 000 salariés, ne pouvait laisser passer cette occasion et vous présente 10 propositions fondamentales pour un commerce indépendant et durable.



ils sont également créateurs de lien social. Les commerçants ne sont pas seulement des chefs d'entreprise, ils rendent aussi de grands services aux personnes seules : personnes âgées, personnes en difficulté ou situation précaire...

Face à la paupérisation de certains quartiers, à la désertification accélérée des villages et des communes rurales, notamment due à la suppression des institutions locales de l'État (trésoreries, postes, tribunaux), les commerces de proximité restent parfois le seul rempart. Ils peuvent rendre bien des services à la clientèle locale, tout en aidant à conserver dans les communes des lieux de rencontres et de convivialité.

La France est l'un des trois pays européens les plus commerçants. Chaque minute 50 000 personnes poussent la porte d'un magasin et 5 000 achètent en ligne.

Depuis une trentaine d'années, ce sont les grandes surfaces en périphérie de nos villes qui se sont le plus développées. Cette forme de distribution a en effet répondu aux attentes des consommateurs. Mais ce qui était vrai hier ne le sera pas forcément demain. Dans nombre de régions, nous observons des changements dans la manière de consommer : recherche d'économies dans les déplacements et de gain de temps consacré à la satisfaction des besoins de base, vieillissement de la population, personnalisation du service, sécurité, développement durable, explosion des services et du commerce par Internet, achat-plaisir... Pour les nouveaux consommateurs, la notion de proximité devient un atout majeur.

Le commerce de proximité est donc au cœur de toute politique environnementale : il contribue de façon décisive à réduire les déplacements et à améliorer les systèmes de transport.

Le commerce de proximité est au plan local un facteur indispensable à l'équilibre urbain. Lieux de convivialité et d'échanges, les commerces ne sont pas seulement des acteurs économiques importants pour une commune ou un quartier,

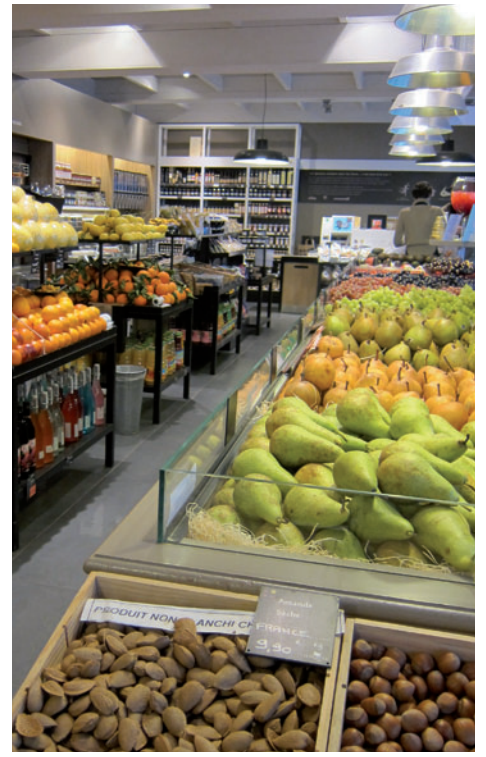
C'est aussi un secteur en pleine mutation qui évolue avec l'explosion du e-commerce. Le client veut à la fois être mieux informé, aller plus vite, mais il est également très attaché au lien étroit qu'il tisse avec les commerçants eux-mêmes et les autres consommateurs en se déplaçant. Le client est de plus en plus exigeant et de plus en plus volatil. D'où l'impérieuse nécessité de faire preuve d'imagination et d'innovation pour l'attirer et le fidéliser.

Aussi, est-il primordial d'accompagner l'évolution de ce commerce indépendant pour que, demain, nos concitoyens puissent toujours trouver la diversité qui caractérise l'appareil commercial de notre pays. Pour nos villes, c'est certainement l'enjeu social et économique des prochaines années. Pour nos consommateurs, c'est un véritable choix de société.

C'est pourquoi, l'UNFD a souhaité vous présenter 10 propositions essentielles à la préservation d'un commerce moderne, dynamique, créateur d'emplois et offrant aux consommateurs des produits de qualité et une offre de services diversifiée, en un mot 10 propositions pour un commerce indépendant et durable.

A propos de l'UNFD :

L'Union nationale des syndicats de détaillants en fruits et légumes est le réseau national des commerçants de proximité commercialisant des fruits et légumes frais. A travers ses 10 syndicats régionaux et départementaux et son syndicat national, l'UMAP (Union de métiers alimentaires de proximité), l'UNFD recouvre toute l'offre fruits et légumes dans les commerces de proximité. Elle fédère notamment 15 000 primeurs sur toute la France, dont 10 165 sur les marchés, soit près de 35 000 actifs dont 16 000 salariés. La vente au détail représente à elle seule 30 % de la distribution de fruits et légumes en France et un CA de 4 milliards d'€.



Professionnaliser les métiers de commerce

1. Instaurer un CAP pour les Primeurs

Constat :

Cinq Primeurs viennent d'accéder à la plus haute distinction de la gastronomie française : le titre "Un des Meilleurs Ouvriers de France" classe Primeur. Ce concours créé par l'UNFD est un superbe défi pour notre Profession qui est enfin reconnue comme un métier exigeant de véritables compétences et un réel savoir-faire. Ce concours valorise professionnellement et médiatiquement toute la filière, démontrant qu'afin de faire face aux exigences légitimes des consommateurs, la professionnalisation de notre secteur est devenue un enjeu clef des années à venir.

De plus, depuis 10 ans, L'UNFD propose un Certificat de Qualification Professionnelle (CQP) Vendeur Conseil en fruits et légumes qui a obtenu une expertise dans la conduite de parcours professionnalisant. Afin d'attirer les jeunes dans notre profession, il est nécessaire de proposer de réelles garanties de reconnaissance sur la qualité du diplôme, garantir une insertion professionnelle mais aussi une reconnaissance dans la formation qualifiante.



Proposition :

L'UNFD demande à l'Éducation Nationale la création d'un CAP Primeur, diplôme d'État reconnu pour tous ceux cherchant à obtenir une formation professionnelle valorisante. En effet, l'acquisition de connaissances liées aux fruits et légumes, à leur mise en valeur et à leur vente nécessite un engagement personnel important de par la complexité et la multiplicité des produits. Cet engagement doit être reconnu et valorisé.

C'est une des raisons pour lesquelles, au-delà du réel besoin technique de formation, l'idée du CAP s'est imposée. Ce diplôme n'aura pas pour objectif de verrouiller l'entrée à la profession de Primeur mais de proposer une formation diplômante visant à attirer les jeunes vers notre profession.

2. Créer un stage obligatoire à l'installation au métier de Primeur à l'image des artisans

Constat :

Trop de candidats à nos métiers s'improvisent aussi bien dans le montage financier de leurs projets que dans la capacité à proposer des produits sains et de qualité. De cette improvisation en découle trois tristes constats : l'échec de projet personnel, l'impact sur les commerces avoisinants et l'image négative qui touche toute la profession.

L'intégration de nouveaux professionnels est un élément clef pour l'avenir de notre secteur d'activité. L'instabilité économique, l'envie de s'orienter vers un métier tourné vers l'humain, le besoin d'indépendance sont autant de raisons qui poussent les entrepreneurs de demain à se tourner vers nos professions. Au-delà de l'enthousiasme et de la motivation indispensable, une préparation sérieuse est essentielle pour mener à bien la création d'une entreprise. Pour aider ces nouveaux entrants à devenir des professionnels avisés, il est nécessaire de proposer un processus d'accompagnement.

Proposition :

Instauration un stage obligatoire de préparation à l'installation pour tout nouveau primeur, à l'image du dispositif existant dans le secteur artisanal. Ce stage donnera des gages supplémentaires pour permettre un entrepreneuriat réussi. Il devra répondre à une triple exigence :

- Comprendre les conditions à l'installation, les questions de financement ainsi que les techniques de gestion.
- Acquérir la connaissance des produits ainsi que les règles d'hygiène et de sécurité.
- Informer sur les formations professionnelles continues adaptées aux spécificités de nos métiers.

Ces deux derniers modules de formation seront dispensés par l'organisation professionnelle représentative du métier.



3. Encourager l'accès des jeunes entrepreneurs et des repreneurs d'entreprise à des financements adaptés



Constat :

La croissance du nombre d'entreprises révèle indiscutablement un élan dynamique et une volonté d'entreprendre chez les jeunes dirigeants.

On ne peut toutefois s'en satisfaire sans évaluer aussi le devenir de ces entreprises. Or, les taux de redressement et de mise en liquidation restent élevés et, derrière ces échecs, se jouent parfois de véritables drames sociaux.

Il faut encourager l'esprit d'initiative, ainsi que tous les dispositifs visant à la création ou à la reprise d'entreprise (formation au management, à la gestion etc.) en veillant à assurer la viabilité et la longévité économique des projets de chaque créateur reprenneur d'entreprise.

Proposition :

Faciliter l'accès aux financements pour les créateurs ou repreneurs d'entreprises, par le biais d'accords interprofessionnels avec les banques, organismes de crédit, assurances, et avec le soutien du gouvernement et des organismes socioprofessionnels, de façon à encourager la création et la transmission d'entreprises pérennes et créatrices d'emplois.

Simplifier et dynamiser les relations commerciales entre Primeurs et producteurs

4. Exclure les détaillants du dispositif de contractualisation en fruits et légumes

Constat :

Depuis le 1^{er} mars 2011 les achats entre producteurs et détaillants en fruits et légumes sont régis par le dispositif de contractualisation en fruits et légumes, prévu à l'article L. 631-24 du Code rural et de la pêche maritime.

Ce dispositif n'est pas adapté aux détaillants. Ceux-ci, pour se différencier de l'offre en grandes et moyennes surfaces (GMS), proposent à

leur clientèle des produits de qualité (cultures biologiques...), parfois rares (produits exotiques...) et souvent en petites quantités. C'est la raison pour laquelle ils travaillent avec une multitude de producteurs locaux tout au long de l'année. Or, il n'est pas possible pour ces détaillants d'établir des contrats de trois ans avec chacun de leurs producteurs locaux, même si l'UNFD a mis à leur disposition des contrats types, car il ne peut être préjugé précisément, compte tenu de la nature même du caractère artisanal de leur activité, de la nature des produits à commander (les tendances de consommation évoluent rapidement), ni des quantités et encore moins des prix. À l'inverse, les GMS ne rencontrent aucune difficulté pour la contractualisation en fruits et légumes. Leurs centrales d'achat disposent des ressources humaines et financières pour établir des contrats avec chaque producteur, contrairement aux détaillants.

Proposition :

Il apparaît indispensable d'exclure les détaillants du dispositif de contractualisation afin de préserver le commerce de proximité en fruits et légumes et d'encourager l'approvisionnement en circuits courts auprès des producteurs locaux.

5. Adapter le dispositif du bon de commande aux pratiques commerciales

Constat :

Depuis la loi de modernisation de l'agriculture et de la pêche, les fruits et légumes frais destinés à la vente ou à la revente à un professionnel établi en France (à l'exception des produits destinés à être vendus en ferme sur un marché physique de gros par le producteur ou l'organisation de producteurs) doivent, lors de leur transport sur le territoire national être accompagnés d'un bon de commande établi par l'acheteur ou d'un contrat passé avec le commissionnaire ou le mandataire.

Rappelons que le dispositif d'origine visait à appréhender le cas de sociétés transportant des marchandises non commandées sur le territoire français. Or, la loi telle que rédigée actuellement, sanctionne par ricochet des relations commerciales établies depuis des nombreuses années entre acheteurs et fournisseurs (par exemple, entre détaillant et restaurateur ou entre détaillants).

Proposition :

Il est demandé que les achats de fruits et légumes d'une valeur inférieure à 1500 euros HT disposent d'un dérogation aux dispositions de la loi de modernisation de l'agriculture concernant le bon de commande, le bon de livraison et la facture faisant foi.

Combattre les actes de distorsions de concurrence

6. Encadrer plus strictement la pluriactivité agricole

Constat :

Le commerce de proximité renouvelle ses craintes face au mode de développement actuel de la pluriactivité agricole. Une même activité (par exemple, vente de denrée au bord des routes ou sur marché, fabrication de certains produits alimentaires) peut être exercée à la fois par un commerçant ou un agriculteur, mais pas aux mêmes conditions fiscales. L'agriculteur bénéficie de solutions bien plus avantageuses. La loi de finances pour 2006 est venue encore aggraver les distorsions de concurrence, au détriment du commerce indépendant et au profit de l'agriculture.

En effet, elle est venue relever le seuil de comptabilisation des autres bénéfices réalisés par les agriculteurs dans la base des bénéfices agricoles. Cette mesure peut mettre gravement en péril l'équilibre de terrain entre les différents acteurs de la filière agroalimentaire, en générant sur certains territoires de dangereuses tensions.

Proposition :

Consacrer clairement en droit l'existence d'un principe commun de "mêmes droits, mêmes devoirs, mêmes statuts" pour l'exercice d'activités identiques et communes aux commerces et à l'agriculture.



7. Limiter le statut d'auto-entrepreneur

Constat :

Plutôt que d'apporter des réponses concrètes aux demandes de simplification des entreprises de l'artisanat et du commerce de proximité, le gouvernement a opté pour la création d'un régime dérogatoire : celui d'auto-entrepreneur, générateur de distorsions de concurrence pour nombre de commerçants de proximité.

En effet, les conditions fiscales et réglementaires avantageuses, ainsi que l'exemption de TVA octroyées aux auto-entrepreneurs induisent des inégalités de traitement évidentes vis-à-vis des entreprises de droit commun, qu'elles soient individuelles ou SARL. Et les possibilités d'abus sont légion : de nombreux cas de salariat déguisé ont été amenés devant les tribunaux prud'homaux.

Aujourd'hui, après deux ans d'existence du dispositif, 660 000 comptes d'auto-entrepreneurs sont ouverts, mais seuls 225 000 ont généré un chiffre d'affaires positif au 1^{er} trimestre 2011, de l'ordre de 1 200 euros par mois en moyenne. A l'heure où l'Etat est à la recherche de nouvelles sources de financement, était-il bien nécessaire de créer cette niche fiscale ?

Proposition :

Ramener ce régime dérogatoire à une durée d'un an. Ainsi, l'entrepreneur pourrait tester la visibilité de son projet, avant de rejoindre un régime plus responsabilisant et constructif.



C'est comme ça que nous voyons NOS métiers



Sécuriser les revenus des commerçants indépendants et de leurs conjoints

8. Instaurer dans le Code du commerce le principe de fermeture hebdomadaire des commerces

Constat :

A l'heure actuelle, l'ouverture des commerces d'alimentation de détail est régie, en dehors de la loi, par divers arrêtés préfectoraux et municipaux ou par des dérogations individuelles. Force est de constater que ces arrêtés ou dérogations n'ont pas le même contenu et n'existent pas au niveau national. De ce fait, les commerces d'alimentation de détail se retrouvent dans des situations différentes selon l'endroit où ils se situent.

De plus, il faut souligner que, malgré l'existence de ces textes, un certain nombre de commerces ne les respectent pas.

Proposition :

- Rendre définitivement obligatoire un jour de fermeture par semaine pour les commerces d'alimentation de détail, qu'ils soient hypermarchés, supermarchés, supérettes ou alimentations générales.
- Instaurer dans le Code du commerce un jour de fermeture hebdomadaire au choix du commerçant, ceci afin de faire cesser la multiplication des arrêtés préfectoraux et municipaux, ainsi que les dérogations individuelles.



9. Reconnaître la transmission du "fonds de commerce" sur les marchés

Constat :

Les commerçants exerçant sur halles et marchés occupent le domaine public. A ce titre, ils détiennent une autorisation d'occupation de celui-ci, délivrée par l'autorité administrative compétente. Cette autorisation revêt un caractère personnel, précaire et révocable. On peut toutefois citer de nombreuses exceptions au caractère personnel de cette autorisation qui admettent la présentation d'un successeur à son exploitation. Ainsi en est-il pour les licences de taxis, les officines pharmaceutiques, les autorisations d'exploitation des cultures marines ainsi que les droits d'emplacements dans un Marché d'intérêt national (MIN).

Proposition :

Le titulaire d'un droit de place et de stationnement sur une halle couverte ou un marché depuis au moins cinq ans peut présenter un successeur à l'autorité administrative gestionnaire. Le successeur doit être inscrit au registre du commerce et des sociétés ou être titulaire de la déclaration préalable prévue à l'article L.123-29 du Code de commerce. Il devra également avoir passé au moins 3 ans sur le marché aux côtés du titulaire initial de l'autorisation.

En cas de décès du titulaire du droit de place ou de stationnement, ou en cas d'incapacité d'exploiter, ses ayants droits peuvent dans un délai d'un an à compter du décès, présenter un successeur.

Pour les cas où le successeur présenté à l'administration, est un salarié de l'entreprise titulaire initiale ou le conjoint collaborateur ou un ayant-droit, celui-ci est dispensé de remplir les conditions citées ci-dessus.

Cette proposition apporte ainsi une véritable évolution qui va dans le sens de celle que l'on a pu constater ces dernières années, tant au niveau de la jurisprudence qu'à celui de la pratique. En effet, il n'est plus possible aujourd'hui d'ignorer que de nombreuses "cessions" d'autorisations sont réalisées en dehors de tout cadre juridique et avec la bienveillance de l'administration.

10. Rendre obligatoire l'Indice des loyers commerciaux (ILC)

Constat :

Le Parlement a inscrit dans la loi de modernisation de l'économie un nouvel indice des loyers commerciaux (ILC), composé de trois indices : les prix à la consommation (pour 50 %), le chiffre d'affaires du commerce (pour 25 %) et le coût de la construction (pour 25 %). Ce faisant, il lie le niveau des loyers à l'activité, donne aux bailleurs et aux commerçants plus de visibilité et préserve le pouvoir d'achat des consommateurs.

Cet indice peut se substituer, après signature d'un avenant au bail, à l'indice du coût de la construction (ICC), dont l'indexation sur le prix des matières premières avait conduit à une augmentation des loyers commerciaux décorrélés de l'activité économique. Cette dépendance au prix des matières premières confère à l'ICC un caractère spéculatif incompatible avec le besoin de lisibilité des commerçants sur l'évolution de leurs loyers. L'application de l'ILC reste cependant très incomplète : seuls 40 % des commerçants locataires ont bénéficié du passage au nouvel indice. De nombreux propriétaires le refusent, arguant le plus souvent de son caractère non obligatoire.

Proposition :

Pour éviter le développement d'un commerce "à double vitesse" entre ceux qui bénéficient de l'ILC et ceux qui n'en bénéficient pas, il est proposé de modifier le code de commerce pour rendre cet indice obligatoire.

De cette manière, l'ILC trouvera sa pleine application et permettra à l'ensemble des commerçants de bénéficier d'un loyer plus juste et plus lisible, dans l'intérêt des consommateurs.

