



ASSEMBLÉE NATIONALE

13ème législature

petit commerce

Question écrite n° 12965

Texte de la question

M. Michel Voisin attire l'attention de M. le secrétaire d'État chargé de la consommation et du tourisme sur la situation des commerces alimentaires de proximité et sur leur incapacité à faire face aux outils de « communication massive » des enseignes de grande distribution. Malgré un chiffre d'affaires annuel de 45 milliards d'euros, une part de marché de l'ordre de 25 % dans le secteur alimentaire et un effectif de 428000 employés (salariés et non-salariés), les professionnels de l'alimentation de détail sont éclatés en dizaines de milliers de micro-entreprises et totalement démunis face aux capacités de communication de masse des enseignes nationales. Qu'il s'agisse du recours à la publicité télévisée ou radio, à l'affichage, au mécénat, au sponsoring ou encore à l'outil papier distribué quotidiennement dans toutes les boîtes à lettres des 24 millions de foyers français, les petits commerçants ne peuvent pas communiquer à armes égales. Dès lors, ne s'agirait-il pas de mettre en place un organisme et un fonds national de promotion et de communication du commerce de proximité qui permettrait aux petits commerçants de pouvoir eux aussi disposer de moyens mutuels de communication de masse aptes à leur permettre sinon de rivaliser avec les grandes enseignes, du moins de pouvoir au moins disposer de quelques UBM : unités de bruits médiatiques... Aussi, il souhaite promouvoir auprès du Gouvernement la création d'un véritable outil de communication des petits commerçants et demande quelles sont les décisions que compte prendre le Gouvernement quant à ses propositions.

Texte de la réponse

Le développement du commerce de proximité constitue une préoccupation constante des pouvoirs publics, qui s'attachent à fournir pour la circonstance tous les moyens propres à développer leurs activités pour répondre corrélativement aux attentes des consommateurs. Le fonds d'intervention pour les services, l'artisanat et le commerce (FISAC) est à cet égard l'instrument privilégié de l'État pour la réalisation de cette politique. Il vise en priorité à préserver ou à développer un tissu d'entreprises de proximité, principalement de très petites entreprises (chiffre d'affaires annuel hors taxes n'excédant pas 0,8 million d'euros). Sa réforme, intervenue en 2003 puis complétée en 2007, a permis de renforcer son impact en milieu rural et dans les zones urbaines fragilisées. Les opérations collectives de modernisation en milieu rural et dans les zones urbaines fragilisées (zones urbaines sensibles et zones franches urbaines) éligibles au FISAC visent à consolider les entreprises commerciales, artisanales et de services par la mise en oeuvre coordonnée d'aides indirectes collectives et d'aides directes individuelles. Depuis 2007, un effort financier particulier a été consenti pour accroître les taux d'intervention, tant au niveau des aides collectives que des aides individuelles. Ainsi donc, de larges possibilités sont offertes actuellement par le FISAC pour permettre de préserver ou de développer le commerce de proximité. Il reste bien entendu que cet outil, qui a apporté de bons résultats, peut toujours faire l'objet d'améliorations. Par ailleurs, le décret du 26 décembre 2007 relatif à la préemption des baux commerciaux et prévu par l'article 58 de la loi du 2 août 2005 en faveur des PME permettra aux communes d'agir en faveur du maintien du petit commerce en centre-ville en préemptant certains baux commerciaux à l'occasion de leur cession. En tout état de cause, les réflexions actuelles sur la réforme de l'équipement commercial ne manqueront pas de prendre en compte cette question du soutien aux commerçants et artisans de centre-ville et

donneront lieu à une large concertation avec l'ensemble des professionnels concernés.

Données clés

Auteur : [M. Michel Voisin](#)

Circonscription : Ain (4^e circonscription) - Union pour un Mouvement Populaire

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 12965

Rubrique : Commerce et artisanat

Ministère interrogé : Consommation et tourisme

Ministère attributaire : Consommation et tourisme

Date(s) clé(s)

Question publiée le : 18 décembre 2007, page 7927

Réponse publiée le : 26 février 2008, page 1624