



ASSEMBLÉE NATIONALE

13ème législature

commerce électronique

Question écrite n° 3929

Texte de la question

M. Jean-Claude Flory appelle l'attention de Mme la ministre de l'économie, des finances et de l'emploi sur l'engouement des Français pour le shopping en ligne, secteur de la distribution qui enregistre une importante croissance. Pour la première fois en 2006, le chiffre d'affaires réalisé sur Internet a dépassé la barre des 10 milliards d'euros, atteignant même 12 milliards d'euros selon des chiffres de la Fédération des entreprises de vente à distance (FEVAD). C'est donc une progression de près de 40 % par rapport à 2005 et une multiplication par cinq par rapport à 2003. À 98 % les acheteurs sont des clients ayant accès au haut débit et à près de la moitié des jeunes ayant moins de trente-quatre ans. Il la remercie de bien vouloir lui faire savoir quelles sont les mesures envisagées par le Gouvernement pour accompagner ces mutations qui bouleversent fondamentalement les modes de distribution avec des répercussions non négligeables sur les entreprises du commerce traditionnel et indépendant et aussi sur les grands distributeurs.

Texte de la réponse

Le développement du commerce par Internet est effectivement en progression depuis quelques années. La Fédération e-commerce et vente à distance (Fevad) annonce un chiffre d'affaires de 16,1 MdEUR en 2007, en forte progression (+ 34 % par rapport à 2006). Le nombre de cyberacheteurs est de près de 21 millions, soit une progression de + 17 % en un an, avec un montant moyen dépensé par transaction de 91 EUR. La forte progression chez les retraités (+ 39 % sur un an) et les différentes professions et catégories socioprofessionnelles (PCS) (+ 32 %) montrent que la fracture sociale et générationnelle se réduit en matière de e-commerce. Le e-commerce compte désormais 43 000 sites actifs en 2008 contre 29 000 il y a un an. Il représente plus de 7 % du commerce de détail en chiffre d'affaires et devrait atteindre 10 % en 2011. Au 1er semestre 2008, les principaux sites suivis dans le panel de la Fevad ont vu leurs ventes augmenter de 20 % en un an. Ce sont les sites de ventes aux professionnels qui enregistrent la plus forte croissance : + 31 % suivis des sites de e-tourisme, + 24 % et de ceux des produits « textile-mode » avec + 18 %. Les sites de ventes aux particuliers (hors e-tourisme), + 16 % devancent les sites de produits « techniques », + 14 %. Dans cette même période, selon les estimations de la Banque de France, l'ensemble du commerce de détail a progressé de + 0,5 %. Le Gouvernement a encouragé la Fevad à mettre en place une charte de déontologie et les pouvoirs publics ont invité les professionnels à s'engager pour renforcer la fiabilité des procédures de paiement et pour offrir plus de garanties aux consommateurs. Il est aussi associé, avec les professionnels, à la rédaction d'un guide à l'attention des utilisateurs de plates-formes dans le cadre de la création d'entreprise et de l'élaboration du statut du e-vendeur professionnel. Si le rôle de l'État est de veiller à un meilleur équilibre entre les différentes formes de commerce, les organisations professionnelles nationales représentatives doivent aussi réfléchir aux impacts de l'évolution de la société sur les entreprises du commerce afin d'opérer avec succès les mutations nécessaires. Un plan d'actions en faveur du développement du commerce de proximité a, dans ce cadre, été lancé le 10 juin 2008 par le secrétaire d'État chargé du commerce, de l'artisanat, des petites et moyennes entreprises, du tourisme et des services. Les dix mesures que comporte ce plan s'articulent autour de trois objectifs forts. Le premier consiste à améliorer la connaissance du commerce de proximité pour identifier les

bonnes pratiques et assurer leur diffusion aux plans local et national. Pour ce faire, un conseil d'orientation du commerce de proximité sera créé ; des outils statistiques d'observation et d'analyse du commerce de proximité seront mis en place ; un guide pratique pour la conduite d'un projet de développement du commerce de proximité sera mis à disposition des élus et des associations de commerçants ; les études préalables sur l'état du commerce local de proximité seront cofinancées par le Fonds d'intervention pour les services, l'artisanat et le commerce (Fisac) ; enfin, les bonnes pratiques, actions et outils imaginés et mis en place localement seront collectés, diffusés et mis en réseau. Le second objectif vise à réformer les soutiens aux projets innovants, fédérateurs et porteurs de croissance pour le commerce de proximité. À ce titre, quatre appels nationaux à projets innovants et rassembleurs vont être lancés. Ils auront pour thème : « commerce et nouvelles technologies de l'information », « commerce et services connexes », « commerce et environnement » et « commerce et accessibilité ». La coordination et l'animation des projets locaux de développement du commerce de proximité seront renforcées. Les critères d'éligibilité et les taux d'intervention du Fisac seront élargis. Par exemple, les aides directes aux entreprises seront majorées en relevant, d'une part, les dépenses d'investissement éligibles qui passeront à 75 000 EUR et, d'autre part, le taux d'intervention qui sera porté à 30 % ou à 40 % selon les investissements projetés. Enfin, la valorisation du commerce de proximité constitue le troisième objectif. Une campagne de communication sur trois ans va être lancée prochainement pour donner un nouvel élan à ces activités. Elle s'attachera à montrer ce qu'est réellement le commerce de proximité, le rôle essentiel qu'il joue dans la vie quotidienne des Français, ainsi que sa compétitivité, qui est réelle, et sa complémentarité avec les autres formes de commerce. La mobilisation de l'ensemble des acteurs professionnels et institutionnels autour de ces trois objectifs contribuera à redynamiser le commerce de proximité et à créer des conditions optimales pour un meilleur exercice des activités commerciales et artisanales dans les villes et dans les communes rurales. Enfin, l'article 100 de la loi de modernisation de l'économie comporte, d'une part, la création d'un conseil stratégique qui fixera les principes et qui examinera la mise en oeuvre de la politique de soutien aux activités de proximité et, d'autre part, d'une commission d'orientation qui adressera annuellement à ce conseil stratégique des recommandations relatives aux améliorations à apporter à la politique de soutien aux activités de proximité.

Données clés

Auteur : [M. Jean-Claude Flory](#)

Circonscription : Ardèche (3^e circonscription) - Union pour un Mouvement Populaire

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 3929

Rubrique : Ventes et échanges

Ministère interrogé : Économie, finances et emploi

Ministère attributaire : Économie, industrie et emploi

Date(s) clé(s)

Question publiée le : 11 septembre 2007, page 5491

Réponse publiée le : 3 février 2009, page 1053