

# Le commerce associé reste un modèle gagnant

Le chiffre d'affaires du commerce associé a progressé de 3,1% en 2013, soit plus que celui du commerce de détail, mais des disparités existent selon les secteurs.

**M**ÊME si elle a été chahutée, l'année 2013 a été plutôt satisfaisante pour le commerce associé, dont le bilan vient d'être présenté par Guy Leclerc, le président de la Fédération du commerce associé. Fort de 84 groupements d'envergure nationale, représentant 148 enseignes présentes dans 30 secteurs, ce type de commerce, où les forces sont mutualisées, a réalisé l'année dernière un chiffre d'affaires de 141,9 milliards d'€. Une donnée en hausse de 3,1%, «au-dessus de celle du commerce de détail français», se réjouit le président. Cette donnée étant livrée à périmètre variable (et hors carburant), il convient donc de la nuancer. Cependant, le commerce associé présentant un solde positif de 291 points de vente (766 créations, 1.646 adhésions et plus de 2.000 fermetures) au cours de l'année écoulée, «cela reste donc infime face aux 42.677 points de vente que nous totalisons». «Donc, oui, même si nous n'avons pas les chiffres à périmètre constant, nous pouvons affirmer que le chiffre d'affaires augmente», a commenté Alexandra Bouthelier, déléguée générale de la Fca.

Face à cette «bonne santé globale», chaque secteur a connu un parcours qui lui est propre. Ainsi, les performances des groupements de l'alimentaire ont été supérieures à la progression du marché (+4,5%). Idem pour les spécialistes du jouet et de la puériculture (tel *France Maternité* et son enseigne *Bébé 9*, par exemple) : +3,4%. Ou encore les groupements dédiés au sport et aux loisirs (*Intersport*, *Europêche*, *Sport 2000*) : +3,1%. À l'inverse, les groupements dédiés à l'équipement de la maison ont perdu 0,7%. De même pour l'équipement de la personne, au sens large (bijoux, parfums, habillement, chaussure) : -0,5%. Comptant sept groupements pour 15 enseignes et 2.816 magasins, ce dernier secteur vient par ailleurs de se renforcer en intégrant *Cimao*, représentant l'enseigne *Territoire d'homme*. De quoi regagner des forces pour l'année en cours.

Un fait demeure constant cependant, les centres-ville constituent la cible d'implantation privilégiée du commerce associé. Ainsi, 62% du réseau recensé par la Fca se situe dans ces zones de vie urbaine, même si «on commence à s'installer un peu plus en centre commercial ou en galerie», indique la déléguée générale. Chacune de ces localisations compte pour 10% du réseau, la périphérie (Zac) constituant, elle, 18% des implantations.

Autre fait significatif et constant, l'attrait des entrepreneurs pour les grandes agglomérations et pour les zones de chalandise importantes. Ainsi,



ALEXANDRA BOUTHELIER, DÉLÉGUÉE GÉNÉRALE ET GUY LECLERC, PRÉSIDENT DE LA FCA.  
«En période de crise, le chef d'entreprise ne veut plus rester isolé.» DR

rapporte Alexandra Bouthelier, en 2013, «plus de la moitié des dossiers de création ou d'adhésion» ont concerné des projets situés dans des zones de plus de 90.000 habitants (27% pour les zones de 90.000 à 150.000 habitants et 28% pour les zones de plus de 150.000 habitants). Dans ce contexte, ce sont évidemment Paris et sa région qui ont le vent en poupe auprès des groupements. Soixante-dix pour cent de ces derniers considèrent ainsi l'Île-de-France et la capitale comme «zone prioritaire» dans leur projet de développement.

Suivent la région Paca (50% des intentions) et le Sud-Ouest.

À ce bilan, il convient d'ajouter une autre évolution, signe de la bonne santé du commerce associé : les demandes d'adhésion se sont accrues, passant de 1.307 en 2012 à 1.646 un an plus tard. «En période de crise, le chef d'entreprise a certes besoin de rester indépendant, car c'est un détaillant avant tout, mais il ne veut pas pour autant demeurer isolé», analyse Guy Leclerc, voyant dans le système coopératif qu'il a adopté et qu'il préside une solution at-

trayante en période chahutée et incertaine.

Guy Leclerc, qui laissera son siège dans quelques semaines, a ainsi appuyé sur la solidarité, fondement de ce système, laquelle agit de plus en plus en amont. «Les groupements, au début, ont été créés pour mutualiser les achats. Maintenant, l'entraide arrive bien plus tôt.» Notamment via un financement solidaire (55% des groupements ont une filiale financière), afin d'accompagner les porteurs de projet. Guy Leclerc a également, à plusieurs reprises, évoqué un chiffre clé : 5.312 ! Soit le nombre d'emplois créés en 2013 par le commerce associé. Sachant qu'au total, les enseignes du commerce associé emploient 516.112 salariés, dont 488.568 en points de vente et 27.544 dans les centrales. Ce qui représente rien de moins que 30% de l'effectif total employé par le commerce de détail en France.

## Serpent de mer

«Et nous avons encore de la marge», a relevé Guy Leclerc, qui, pour sa dernière année aux commandes de la Fca, aura également connu une «année législative riche». Au moment de passer la main, la plupart des récents dossiers sur lesquels lui et Alexandra Bouthelier ont fait entendre la voix de la Fca sont en voie d'être bouclés. Après la loi Hamon, présentée en première lecture devant l'Assemblée mi-mai, ce fut la loi sur le commerce qui a été débattue la semaine suivante en commission mixte paritaire.

Reste désormais le dossier de l'ouverture dominicale des commerces. «C'est un peu le serpent de mer. On en parle, beaucoup. Et il vient de refaire surface après les déclarations du ministre du Tourisme», a commenté la déléguée générale. Avec son président, elle a fait entendre la voix de la Fca : «Le commerce doit répondre aux besoins du consommateur. Il doit lui permettre de trouver les produits quand il en a besoin ou envie. Des besoins, des usages de consommation qui ne sont pas les mêmes en région ou à Paris, par exemple.» C'est pourquoi la Fca prône une approche «par zone de chalandise et géographique plutôt qu'un raisonnement par secteur (bricolage, jardinerie...)». Une position que la Fca a eu l'occasion de présenter lors de l'élaboration du rapport Bailly et que l'organisation se tient prête à faire de nouveau entendre lors de la préparation d'un projet de loi très attendu. **STÉPHANIE ATHANÉ**



MAGASIN TERRITOIRE D'HOMME. Le groupement de détaillants de mode masculine a rejoint l'an dernier la Fédération du commerce associé, renforçant ainsi quelque peu le poids de l'habillement au sein de l'organisation.