



BUSINESS

Entretien

« LA DISTRIBUTION A CHANGÉ DE MONDE »

COMMERCE Suite à la divulgation de son dernier rapport RSE sur la distribution, *Stratégies* a rencontré Jacques Creyssel, le président de la Fédération du commerce et de la distribution, pour un entretien sur l'image du commerce, la concurrence internationale et les conditions de travail...

PROPOS RECUEILLIS PAR EMMANUEL GAVARD @ManuGavard

Le monde de la distribution est régulièrement attaqué dans les médias. En parallèle, vous venez de sortir la 3^e édition de votre « Observatoire de la distribution responsable », avec pour la première fois, un volet social. Quel bilan en tirez-vous ?

JACQUES CREYSSEL. Ce rapport montre tout d'abord que le commerce est un secteur d'innovation, engagé dans la responsabilité sociétale. La distribution emploie 3,5 millions de personnes en France, dont 1,8 million rien que dans le commerce de détail. C'est plus que l'industrie ! Le secteur recrute des jeunes, souvent peu qualifiés. Nos emplois sont à 92 % en CDI. Et l'effort de formation est majeur avec, par exemple, 4 000 certificats de qualification professionnelle par an. La distribution est aussi synonyme d'ascenseur social. Avec, par exemple, 60 % des directeurs de supermarchés issus de la base, dont la moitié étaient employés.

Mais au-delà, encore, le secteur joue un rôle territorial. Nous sommes présents partout, y compris dans des zones géographiques en déclin d'activités. Aujourd'hui, 2 200 magasins font office de bureau de poste en France. Autre illustration de notre rôle, 35 % des dons alimentaires français viennent de la distribution...

Le dernier *Cash Investigation* a mis en cause une enseigne et posé une question plus large sur les conditions de travail... C'est un reportage à charge.

« L'émission *Cash Investigation* a amplifié un exemple stigmatisant : la distribution est plutôt en avance sur certains critères sociaux. »

L'émission est injuste et a amplifié un exemple stigmatisant. En réalité, la distribution est plutôt en avance sur certains critères sociaux : le salaire moyen est de 1,14 smic sur 13 mois ; le temps partiel ne concerne que 28 % de salariés dont 82 % sont satisfaits de leur contrat. Sur l'emploi des personnes handicapées, nous avons un taux de 7 %, soit deux fois plus que le taux national.

Oui, mais quid des conditions de travail, dont parlait le reportage ?

Il parlait d'abord des métiers logistiques, qui, nous en sommes conscients, sont des métiers difficiles. Mais les chiffres stigmatisés [des poids de charges à porter] n'avaient rien d'anormal par rapport aux seuils adoptés en matière de pénibilité du travail. Notre secteur est l'un de ceux qui signent le plus d'accords sociaux à ce sujet ! Nous avons d'ailleurs lancé il y a un an le cercle paritaire des pratiques sociales, qui regroupe quatre organisations syndicales et la FCD. C'est un lieu d'échange pour approfondir la politique sociale et les bonnes pratiques d'entreprise.

Nous travaillons en permanence avec les syndicats. C'est pourquoi il est triste de voir ce genre d'attaque, qui généralisent à partir d'un cas individuel. Mais vous savez, il ne faut pas oublier que les enseignes figurent toujours en tête

des marques préférées des Français. Nous avons un contact quotidien avec 10 millions de clients...

Avec les conditions de travail se pose aussi la question de la robotisation, qui met en péril ces emplois logistiques...

Oui... Une robotisation que nos concurrents américains ou chinois n'hésitent pas à mettre en place. Nous sommes à un moment de transformation majeure. La distribution a changé de monde. Le secteur a prospéré grâce à une croissance forte, des coûts fonciers bas et une trésorerie abondante [des délais de paiement avantageux]. Mais ce temps-là est révolu. Le secteur fait face à une nouvelle concurrence, ouverte en continu, et soumise à aucune règle. Nous devons négocier le virage de la révolution digitale, avec la numérisation – la data, un nouveau séquençage de la chaîne de valeur, l'ubérisation – et les autres défis techniques comme la livraison, les véhicules autonomes, l'IA, etc. Tout cela change la donne. Ces trois révolutions conduisent à développer de nouveaux services, réinventer le magasin...

Les États généraux de l'alimentation viennent de se terminer. Qu'en avez-vous pensé ?

Pour la première fois dans l'histoire, les industriels, les agriculteurs et les distributeurs ont parlé d'une seule voix avec un diagnos-



© BEA

tic et des propositions communes ! Sur le seuil de revente à perte, notamment. Vous savez, nous sommes le débouché des deux tiers de la production agricole. Le commerce n'a pas intérêt à appauvrir l'agriculture, ni les PME. En 2016, 80 % de la croissance du commerce était tirée par les PME, et même 90 % depuis début 2017.

Si un tiers des Français font encore leurs courses à un euro près, les consommateurs veulent des produits de qualité, et sont prêts à payer plus. Or, l'agriculture française produit de la qualité. Les commerçants le savent. N'oublions pas qu'en face, la distribution a divisé ses marges par deux en dix ans !

À propos de cette concurrence qui n'a pas les mêmes règles, que pensez-vous du projet de fiscalisation des Gafa ?

Je me réjouis que la France porte ce sujet au niveau européen. Cela montre qu'il est pris à bras-le-corps par nos politiques. Le sujet du commerce numérique, d'ailleurs, fait partie des sujets à venir du gouvernement. De notre côté, nous dénonçons les pure players, très concurrentiels, qui ne sont pas soumis aux mêmes règles, notamment en termes de fiscalité.

Mais quand Amazon baisse brutalement les prix de Whole Foods après son rachat, il est dans une logique de prédateur. Il perd de l'argent sur le retail, mais en gagne sur le cloud, avec Amazon Web

Service. Tout comme le chinois Alibaba, d'ailleurs. Leur seul objectif est de gagner des parts de marché, et de valoriser cela grâce à leur data ou leurs services digitaux. Mais dans quelques années, Alibaba pèsera 1000 milliards de dollars de volume d'affaires, plus de dix fois la plupart des grands distributeurs ! Pendant ce temps, on légifère pour imposer aux magasins de réduire la taille de leur parking... Plus vous compliquez la vie du commerce physique, plus vous donnez de pouvoir aux acteurs mondiaux du e-commerce ! La FCD appelle à une politique mondiale du commerce, avec des lois internationales. Et je suis sûr que nous allons y parvenir. ♦

JACQUES CREYSSEL :
« Plus vous compliquez la vie du commerce physique, plus vous donnez de pouvoir aux acteurs mondiaux du e-commerce. »