

PAROLE D'ÉLUE

SOPHIE PRIMAS

PRÉSIDENTE DE LA COMMISSION DES AFFAIRES ÉCONOMIQUES DU SÉNAT

Comment voyez-vous évoluer le commerce et la consommation en France ?

Sophie Primas : Le commerce connaît régulièrement de profonds changements qui répondent aux aspirations nouvelles des consommateurs. Ce fut le cas dans les années 1970 et 1980, avec l'explosion de la grande distribution. Dans les années 1990 et 2000, nous avons vu à la fois une spécialisation de la distribution avec le développement des chaînes et des franchises et l'essor du *hard discount*, qui ont chamboulé les équilibres du commerce alimentaire. Depuis quelques années, nous assistons à une rupture technologique avec le e-commerce, d'abord sur le non-alimentaire, puis dans la grande distribution avec le *drive*, et désormais avec le commerce de proximité et le *click & collect*. Chaque transition a nourri des réticences de la part des consommateurs et commerçants en place, mais a fini par se généraliser.

Quel regard portez-vous sur le e-commerce et ses enjeux ?

S.P. : L'essor du e-commerce a bouleversé nos habitudes de consommation, avec la possibilité d'acheter n'importe quoi, n'importe où, n'importe quand pour se faire livrer dans des délais de plus en plus courts. Ce nouveau modèle nécessite une nouvelle organisation et surtout de nouvelles compétences, pour créer

et optimiser un site e-commerce efficient, maîtriser les stocks et les livraisons. À mon sens, cette dernière question de la logistique urbaine est fondamentale pour le e-commerce. L'enjeu est de garantir la logistique du dernier kilomètre, intégrée à la politique de rénovation des villes et aux documents d'urbanisme, avec des entrepôts multi-opérateurs et des solutions de mobilité douce. Un autre enjeu porte sur l'usage de la data, au cœur de la relation client.

Selon vous, comment la profession et les pouvoirs publics peuvent-ils accompagner les commerçants dans cette évolution ?

S.P. : Le rôle de l'État n'est pas de réguler le commerce à la place des commerçants, mais de les accompagner dans la transition digitale avec des formations, et de les aider à se développer, parfois avec des incitations fiscales, de réfléchir l'urbanisme au regard des enjeux de logistique... Il est aussi d'assurer la protection des consommateurs au niveau des paiements, des données personnelles et de la conformité des produits, mais aussi d'instaurer une équité de traitement entre le commerce physique et le e-commerce. Il est, enfin, de veiller à la responsabilité des plateformes et places de marché en ligne. Sur tous ces sujets, les pouvoirs publics français et européens se sont bien mobilisés avec la Fevad ces dernières années.

Vous arrive-t-il de commander sur Internet, et, si oui, quels sont vos critères les plus importants dans le choix des sites ?

S.P. : J'achète surtout des vêtements auprès d'enseignes connues qui ont des magasins dans lesquels je peux me rendre en *click & collect*. J'ai besoin de cette réassurance sur l'identité de la marque et la qualité du vendeur. Il m'arrive aussi d'acheter des produits que je ne peux pas trouver près de chez moi pour me les faire livrer à domicile, comme certains produits régionaux. Mais je privilégie le commerce de proximité et les marchés ! ■



« Le rôle de l'État n'est pas de réguler le commerce à la place des commerçants, mais de les accompagner dans la transition digitale et de les aider à se développer. »