

F Régl commerce détail A2
MH/AB/JP
772-2017

Bruxelles, le 11 octobre 2017

AVIS

sur

**LA CONSULTATION DE LA COMMISSION EUROPÉENNE
SUR LA RÉGLEMENTATION DU COMMERCE DE DÉTAIL DANS UN
ENVIRONNEMENT CARACTÉRISÉ PAR DES CANAUX DE VENTE MULTIPLES**

(approuvé par le Bureau le 2 octobre 2017,
entériné par l'Assemblée plénière du Conseil Supérieur le 11 octobre 2017)

Présentation du Conseil Supérieur des Indépendants et des PME

Le Conseil Supérieur des Indépendants et des PME est un organe consultatif fédéral belge, créé par la loi du 24 avril 2014 relative à l'organisation de la représentation des indépendants et des PME. Il regroupe plus de 170 fédérations nationales interprofessionnelles et professionnelles agréées par les autorités belges, défendant les intérêts des indépendants et des petites et moyennes entreprises. Le Conseil Supérieur existe, dans sa forme actuelle, depuis plus de 50 ans. Il a trois missions.

Le Conseil Supérieur est le porte-parole des indépendants, des professions libérales et des PME belges. Selon la définition belge, les PME correspondent à des entreprises qui, dans la définition européenne, sont désignées comme étant des petites et micro-entreprises. Il exerce ce rôle entre autres en rendant des avis formels qui sont adressés en premier lieu aux Ministres concernés du gouvernement fédéral belge mais aussi au Parlement belge et aux instances européennes. Les avis du Conseil Supérieur portent sur toutes les facettes possibles de la vie professionnelle des indépendants et des PME : la politique générale PME, les réglementations professionnelles, les pratiques du commerce, la problématique des retards de paiement, la simplification administrative, etc.

Le Conseil Supérieur a aussi une compétence de représentation en ce sens qu'il délègue des représentants dans les organes consultatifs ou de gestion de diverses instances socio-économiques. Le Conseil Supérieur désigne ainsi les représentants des indépendants et des PME dans une trentaine d'instances officielles.

Enfin, le Conseil Supérieur est une plate-forme de concertation pour les indépendants et les PME.

Le Conseil Supérieur est enregistré sous le numéro 59919253482-83 dans le registre de transparence commun adopté par le Parlement européen et la Commission européenne.

En réponse à la consultation publique de la Commission européenne portant sur une enquête européenne sur la réglementation du commerce de détail dans un environnement caractérisé par des canaux de vente multiples, et après avoir consulté le 5 septembre 2017 la Commission Pratiques du marché, le Bureau du Conseil Supérieur des Indépendants et des PME a émis en urgence le 2 octobre 2017, par le biais du questionnaire on-line prévu à cet effet, l'avis suivant entériné par l'Assemblée plénière du Conseil Supérieur le 11 octobre 2017.

I. Introduction

Par nombre d'entreprises et de personnes occupées, le commerce de détail est le secteur le plus important de l'économie marchande non financière de l'UE. À lui seul, il représente 4,5 % de la valeur ajoutée et 8,6 % de la main-d'oeuvre de l'UE. Près de 5,5 millions d'entreprises sont actives dans les secteurs du commerce de détail et de gros dans l'UE (3,6 millions d'entreprises dans le commerce de détail et 1,8 million dans le commerce de gros, soit 23 % de l'économie marchande non financière en 2014). La plupart d'entre elles sont des PME, qui génèrent 66 % de la valeur ajoutée de ces secteurs et 70 % de l'emploi. Le commerce de détail est en outre étroitement lié aux autres secteurs de l'économie (commerce de gros, industrie manufacturière, agriculture, transport et logistique, et autres services aux entreprises). De plus, ce secteur permet aux consommateurs européens de profiter du marché unique.

Sa compétitivité est donc essentielle pour l'économie de l'UE.

Ce secteur connaît actuellement de profondes transformations liées à l'évolution rapide du commerce électronique, qui non seulement influence les modes d'achat (les consommateurs peuvent réaliser des achats en ligne à n'importe quel moment, souvent sur des sites web situés très loin du lieu où ils habitent), mais modifie également l'environnement du commerce de détail. Si la tendance actuelle se maintient, à l'avenir la distribution sera caractérisée par des canaux de vente multiples, avec des détaillants actifs tant hors ligne qu'en ligne (au moyen de leur propre boutique web ou de plateformes). Une autre tendance est la création de plateformes qui offrent aux détaillants la possibilité de vendre leurs produits dans des "centres commerciaux" en ligne. Certaines de ces plateformes constituent non seulement des centres commerciaux virtuels, mais ont également lancé leur propre gamme de produits en concurrence directe avec leurs clients détaillants.

Le 28 octobre 2015, la Commission a adopté la stratégie pour un marché unique¹, qui annonçait une série d'initiatives et d'actions en vue de supprimer les obstacles économiquement significatifs qui entravent les programmes de l'Europe en matière d'emploi, de croissance et d'investissements.

La réglementation relative à l'établissement et au fonctionnement des commerces de détail relève principalement de la responsabilité des États membres. Ils disposent d'une marge d'appréciation pour concevoir leurs cadres réglementaires, à condition de respecter la liberté d'établissement et la libre prestation des services, principes fondamentaux inscrits dans le traité, ainsi que la directive relative aux services.

¹ Communication de la Commission au Parlement européen, au Conseil, au Comité économique et social européen et au Comité des régions "Améliorer le marché unique: de nouvelles opportunités ou les citoyens et les entreprises", COM (2015) 550 final.

Dans une large mesure, l'intégration du marché de détail de l'UE a eu lieu grâce à l'établissement transfrontières. Les dix plus grandes entreprises de vente de détail de l'UE sont des multinationales et certaines ont des points de vente dans la plupart des 28 États membres. L'environnement réglementaire auquel elles sont confrontées lors de leur établissement est déterminant pour le succès de ces investissements. Avec le développement du commerce électronique, les marchés de détail européens connaissent en outre une intégration croissante grâce à la vente à distance transfrontière.

Le commerce électronique offre de nouvelles possibilités aux détaillants. Il est devenu plus facile d'atteindre les consommateurs dans d'autres États membres, en particulier pour les petites entreprises. La présence en ligne leur permet de traverser les frontières sans devoir investir dans des locaux. L'expansion transfrontière du commerce de détail aide également les consommateurs à bénéficier du marché unique grâce à une diversité accrue de l'offre du commerce de détail. Plus de 40 % des consommateurs européens qui font des achats en ligne achètent des produits à l'étranger au moins une fois par an et près de deux tiers d'entre eux l'ont fait au moins une fois dans leur vie. Les plateformes en ligne aident les PME à réaliser des ventes en ligne et à élargir leur clientèle dans l'UE.

La numérisation transforme le secteur du commerce de détail de bien des façons. Toutefois, les cadres réglementaires auxquels il est soumis ont souvent été mis en place il y a des décennies et n'ont pas été adaptés à la nouvelle réalité découlant du commerce électronique. La définition de bonnes pratiques pour faciliter l'établissement de commerces de détail et limiter les mesures restreignant leur fonctionnement doit prendre en considération la nouvelle réalité du commerce de détail, qui combine les points de vente physiques et le commerce électronique dans un environnement caractérisé par des canaux de vente multiples.

La présente consultation publique a pour objectif de solliciter les contributions des parties prenantes afin de déterminer les bonnes pratiques dans le secteur du commerce de détail, dans le contexte des actions de suivi de la stratégie pour le marché unique mentionnées plus haut. Les services de la Commission ont déjà mené une grande enquête sur les cadres juridiques nationaux régissant le commerce de détail et sur les objectifs d'intérêt public auxquels ils répondent (des informations détaillées figurent dans la feuille de route, disponible à l'adresse suivante : https://ec.europa.eu/info/law/better-regulation/initiatives/ares-2017-2131884_fr). La présente consultation publique entend compléter cet état des lieux, notamment en ce qui concerne:

- les implications de l'importance croissante du commerce électronique et de l'évolution des modes de consommation pour le secteur du commerce de détail et son cadre réglementaire;
- les opportunités et les obstacles pour l'intégration du commerce de détail de l'UE.

La Commission européenne souhaite connaître l'avis de toutes les parties prenantes concernées, en particulier les détaillants, les autorités publiques compétentes et les consommateurs. Conformément aux principes d'amélioration de la réglementation, les résultats de la consultation publique seront dûment publiés ainsi que les réponses, à condition que les répondants acceptent la publication de leurs contributions.

II. Informations sur le répondant

III. Coordonnées et publications

IV. Évolution du cadre relatif au commerce de détail: adaptation à un environnement caractérisé par des canaux de vente multiples

Le secteur du commerce de détail connaît des changements structurels dus à la numérisation. Le moteur principal de cette transformation est le commerce électronique, qui non seulement influence les modes d'achat (les consommateurs peuvent réaliser des achats en ligne à n'importe quel moment, auprès de détaillants situés loin du lieu où ils vivent), mais modifie également l'environnement du commerce de détail: les points de vente physiques ou détaillants "traditionnels" commencent à vendre en ligne afin de mieux faire face à la concurrence des opérateurs dits "tout en ligne", ou "pure players" (c'est-à-dire les détaillants uniquement actifs en ligne, sans aucune présence physique sur le marché). Parallèlement, certains commerçants tout en ligne considèrent qu'une présence physique sur le marché pourrait être nécessaire pour mieux atteindre les consommateurs. Si la tendance actuelle se maintient, l'avenir sera caractérisé par des canaux de vente multiples, avec des détaillants actifs tant hors ligne qu'en ligne (que ce soit au moyen de leur propre boutique web ou via des plateformes). Une autre tendance est la création de plateformes qui offrent aux détaillants la possibilité de vendre leurs produits dans des "centres commerciaux" en ligne. Certaines de ces plateformes constituent non seulement des centres commerciaux virtuels, mais ont également lancé leur propre gamme de produits en concurrence directe avec leurs clients détaillants.

Dans ce paysage en évolution, les cadres réglementaires devraient aider les détaillants à s'adapter et à être en mesure de saisir toutes les possibilités que leur offre le commerce électronique.

* Quels sont, selon vous, les changements les plus importants dans les habitudes d'achat des consommateurs qui résultent du commerce électronique ?

Avant de faire un choix, le consommateur est de plus en plus enclin à vérifier les offres disponibles sur le marché pour un même produit dans les magasins points de vente physique d'une part et via l'e-commerce d'autre part. Il effectue donc plus d'achats sur internet. Cette tendance va se renforcer au cours des prochaines années. La part des achats effectués par le consommateur sur internet va donc encore fortement progresser dans le secteur du commerce de détail.

Dans ce contexte, le Conseil Supérieur fait remarquer que la charge de l'information et le travail de communication sur les caractéristiques techniques ou autres des produits au consommateur incombe surtout au commerçant de détail physique alors qu'il ne récolte pas les fruits de la vente des produits pour lesquels ces informations ont été données lorsque ceux-ci sont achetés en ligne.

Les entreprises du commerce de détail physique sont ainsi confrontées à la pression des ventes qui se font via internet. Si elles ne veulent pas voir leur chiffre d'affaires décliner, elles devront s'adapter à cette évolution en offrant leurs produits et services via des canaux de distribution électroniques (site internet propre, plateforme de commerce électronique).

* Dans quels domaines considérez-vous qu'il est nécessaire de réviser les cadres réglementaires en raison de la croissance du commerce électronique ?

La part croissante de l'e-commerce dans les ventes du commerce de détail ne signifie pas qu'il faille prévoir un cadre réglementaire qui soit différent selon le mode numérique ou physique de distribution. D'une manière générale, il est préférable d'avoir un cadre harmonisé qui soit applicable tant aux ventes en face à face qu'aux ventes en ligne.

Cependant, il faudrait mieux réguler certaines catégories de produits spécifiques. Dans le domaine de la santé par exemple, des produits comme les médicaments peuvent avoir un impact direct sur la santé du consommateur/patient et nécessitent par conséquent un accompagnement spécifique afin de prévenir un usage inapproprié ou des effets indésirables (voir ci-dessous rubrique V).

Indépendamment des possibilités offertes par l'e-commerce, il faut souligner que la raison d'être du commerce de détail en général et du commerce de détail indépendant en particulier dépend pour une large part des marchés locaux et régionaux. L'impact de l'e-commerce sur le commerce de détail est important mais il est à cet égard complémentaire par rapport au poids du commerce de détail physique sur les marchés locaux. Une grande attention doit donc être accordée à l'importance et aux développements futurs des marchés locaux et régionaux et à l'encadrement réglementaire des ventes sur ces marchés, tant en face à face qu'en ligne.

* Quelles possibilités le développement du commerce électronique offre-t-il à votre entreprise ou à vos membres ?

Possibilité d'atteindre potentiellement une plus grande clientèle;
Les ventes ne sont plus limitées au seul marché domestique belge;
Opportunité de croissance du chiffre d'affaires de l'entreprise sur d'autres marchés au niveau intracommunautaire mais aussi sur des marchés plus éloignés;
Offrir une plus grande variété de produits et services au consommateur.

Avec l'essor de l'e-commerce, les commerçants sont confrontés à de nombreuses incertitudes. Il n'ont souvent pas le capital nécessaire pour se lancer dans l'e-commerce. Ils n'ont pas non plus toujours une idée précise de tous les aspects de l'e-commerce qui peuvent être importants pour leur entreprise. L'Europe devrait aider les commerçants et les P.M.E. pour leur permettre de se développer via l'e-commerce. Elle devrait prendre davantage en considération les besoins des petites entreprises pour leur permettre de profiter des opportunités offertes par l'e-commerce. L'Europe devrait lancer des initiatives concrètes allant dans cette direction.

Pour le secteur du commerce, il est important de suivre le développement de l'e-commerce de près. Ce sera non seulement nécessaire sur un plan général mais également par rapport à l'émergence de nouvelles formes de commerce en ligne ou hors ligne dans le futur.

Le Conseil Supérieur fait remarquer que la grande distribution est mieux placée que le petit commerce indépendant pour bénéficier des avantages qu'offre l'e-commerce. Il souligne toutefois que, tant au niveau national qu'europpéen, le secteur du commerce de détail est avant tout constitué de P.M.E. Ces dernières années, ce sont les P.M.E. qui ont été le principal facteur d'expansion économique et de création d'emplois dans les pays de l'UE. Dès lors, si l'on veut préserver l'emploi pour l'avenir, il faut absolument que la Commission oriente davantage ses actions pour aider et accompagner les PME qui veulent se lancer dans l'e-commerce.

* Le développement du commerce électronique a-t-il joué un rôle dans de récentes révisions des cadres réglementaires ayant une incidence sur le commerce de détail ?

Oui

Non

Sans objet/pas d'avis

* Veuillez préciser et expliquer

Les pouvoirs publics sont conscients de l'interaction entre les deux formes de commerce - physique et électronique - et prennent cet aspect en considération lors de l'élaboration des cadres réglementaires. Ceux-ci doivent rencontrer la préoccupation fondamentale des intérêts des indépendants, du commerce de proximité et des PME de la distribution.

Les cadres réglementaires doivent tenir compte de la nécessité de maintenir les marchés concurrentiels dans le secteur du commerce de détail. Il est en effet important de préserver la coexistence de toutes les formes et tailles de commerces et donc aussi le commerce de détail indépendant et l'important potentiel d'emplois qu'il représente. Ces cadres réglementaires ne doivent pas être différenciés selon le mode de distribution hors ligne ou en ligne du commerce de détail.

V. Faciliter l'établissement de commerces de détail dans l'UE

Dans le commerce de détail traditionnel, les barrières à l'entrée sur le marché diffèrent de celles qui existent dans de nombreux autres secteurs, parce qu'elles sont étroitement liées au lieu d'implantation.

Or, la localisation d'un point de vente physique est un élément déterminant de son succès.

Les conditions réglementaires régissant l'établissement d'un point de vente sont souvent liées à la taille de celui-ci, en combinaison avec des exigences concernant le lieu envisagé par rapport au centre-ville ou aux produits qui sont vendus.

* Quelles sont les conditions liées à l'établissement de commerces de détail qui créent, selon vous, les barrières les plus importantes à l'entrée sur le marché ?

Le Conseil Supérieur estime que les réglementations liées à l'établissement des commerces de détail sont indispensables au maintien d'une organisation équilibrée et d'une concurrence loyale entre les différentes formes de commerce dans la distribution. C'est l'objectif et la finalité même de ces réglementations. L'existence de cet équilibre est essentiel non seulement pour la survie des petites entreprises de distribution mais également pour répondre au comportement d'achat variable et très diversifié des consommateurs.

Selon le Conseil Supérieur, les conditions qui sont liées aux règles urbanistiques du lieu d'implantation, aux exigences sur le plan de la sécurité, de l'accès au réseau autoroutier ou de localisation (de l'accès) du lieu où l'on souhaite s'implanter ne doivent pas être considérées comme des barrières à l'entrée. Si elles sont proportionnées à leur objectif, ces conditions sont nécessaires. Il existe en effet un lien particulier entre distribution et aménagement du territoire. De nombreux Etats membres accordent une attention prioritaire à cet aspect parce qu'ils veulent évaluer avec précision les effets sociaux et les effets sur l'aménagement du territoire des développements récents sur l'environnement de la distribution (entre autres la création de grands centres commerciaux, de complexes commerciaux et de magasins le long des grandes routes).

Dans un pays à forte densité de population de la taille de la Belgique et des Régions qui le composent, les exigences sur le plan urbanistique et de l'aménagement du territoire sont particulièrement importantes.

D'autre part, des conditions spécifiques liées à l'établissement se justifient dans certains secteurs d'activités. Dans le secteur de la vente de médicaments par exemple, il est logique que le législateur ait, pour des raisons de santé publique, prévu des conditions liées à leur vente et à l'établissement des points de vente (pharmacies) chargés de les distribuer. Or il faut constater que le développement de l'e-commerce dans ce secteur a surtout favorisé les gros opérateurs qui n'incitent qu'à la vente des produits et non aux conseils et services nécessaires pour améliorer et garantir la santé du consommateur/patient. Dans le but de mieux équilibrer les rapports de force entre les différents acteurs sur le marché (détaillant - grand distributeur), il serait logique pour les mêmes raisons de santé publique d'encadrer la vente en ligne des médicaments.

* Comment pourrait-on remédier aux barrières créées par une réglementation nationale/régionale régissant l'établissement de commerces de détail ?

L'établissement des commerces de détail est régi en Belgique dans un cadre réglementaire régionalisé. Ces réglementations d'établissement ont été adaptées dans le passé pour répondre aux critères fixés par l'Europe. Elles ne représentent pas un frein à l'établissement des commerces de détail.

* Quelles conditions liées à l'établissement de commerces de détail considérez-vous comme étant les plus importantes pour vos objectifs d'intérêt public ? Veuillez expliquer pourquoi.

Le commerce de détail doit être intégré au maximum aux autres fonctions des centres urbains afin de garantir la viabilité de ces centres urbains et communaux et la rentabilité des commerces de détail en question.

Il faut attirer l'attention sur le fait que la création de grandes zones commerciales en périphérie urbaine, non seulement vide les centres urbains de leurs petits commerces de proximité et de leur animation, mais désertifie également les banlieues et les campagnes proches du même commerce de proximité.

Tout cela montre qu'il est nécessaire de mettre en place une politique équilibrée au niveau européen qui tienne compte des rapports de force entre les différents acteurs en présence dans le secteur du commerce de détail (indépendant, petit commerce de détail et grande distribution).

* Avez-vous pris des mesures pour promouvoir la vitalité des centres-villes autres que des règles régissant l'établissement de commerces de détail ?

Oui

Non

Sans objet/pas d'avis

* Veuillez préciser et expliquer

Les pouvoirs locaux prennent des mesures de nature différentes en fonction du contexte urbain et environnemental, par exemple dans la gestion des voies d'accès aux villes, dans la gestion des parkings des centres urbains, etc.

Une réflexion en profondeur devrait être initiée au plan européen pour déterminer de quelle manière les pouvoirs locaux pourraient soutenir le développement harmonieux du commerce indépendant dans les villes et redynamiser les noyaux commerciaux urbains.

Les procédures relatives à l'établissement de commerces de détail qui existent dans de nombreux États membres sont perçues comme longues et complexes par les détaillants. Les informations collectées par les services de la Commission indiquent que la durée effective d'obtention des autorisations nécessaires pour l'établissement peut considérablement excéder le délai prévu par la loi. Dans la pratique, l'établissement d'un commerce peut prendre des années, même après une décision finale positive, en raison de facteurs tels que des recours judiciaires abusifs introduits par des concurrents qui tentent de retarder autant que possible l'entrée sur le marché d'un nouvel acteur.

Pour ceux qui souhaitent profiter des avantages du marché unique, il est essentiel de trouver des informations pertinentes, exactes et compréhensibles en ligne, ainsi que de pouvoir accéder aux procédures administratives et de les accomplir en ligne. C'est pourquoi la Commission a récemment adopté une proposition de règlement établissant un portail numérique unique pour donner aux citoyens et aux entreprises un accès aisé aux informations, aux procédures et aux services d'assistance et de résolution de problèmes dont ils ont besoin pour exercer leurs droits sur le marché intérieur.

- * Quel(s) élément(s) des procédures d'établissement faudrait-il simplifier en priorité, et comment ?

Cette matière est, en Belgique, de la compétence des Régions. Comme dit plus haut, ces réglementations d'établissement et les procédures qui les accompagnent ont été adaptées dans le passé pour répondre aux critères fixés par l'Europe. Elles ne représentent pas un frein à l'établissement des commerces de détail.

- * À quels égards les procédures en ligne pourraient-elles contribuer à accroître la transparence dans les procédures d'établissement de commerces de détail ?

En étant une source d'information fiable pour les candidats entrepreneurs et en présentant aussi toutes les garanties requises sur le plan de la qualité des informations fournies à ceux-ci.

- * Des informations concernant les procédures d'établissement sont-elles disponibles en ligne dans votre pays, et si oui lesquelles ?

En Belgique, ces informations sont disponibles aux différents niveaux de pouvoir : fédéral (SPF Economie), régional et local (divers organismes de soutien aux starters). A chaque niveau de pouvoir, des organismes spécialisés sont chargés d'accompagner les entreprises dans les démarches qu'elles doivent accomplir pour répondre aux conditions exigées sur le plan de la procédure locale ou régionale d'établissement.

VI. Prescriptions concernant les activités quotidiennes des commerces de détail

En se fondant sur l'indicateur de réglementation des marchés de produits de l'OCDE et sur les informations collectées à ce jour grâce à leur exercice de collecte de données, les services de la Commission ont défini les prescriptions suivantes qui ont une incidence sur le fonctionnement des magasins de détail :

1. prescriptions relatives aux activités de vente (réglementation concernant les heures d'ouverture, les promotions des ventes et les rabais ainsi que les restrictions de vente spécifiques aux produits, par ex. les médicaments non soumis à prescription);
 2. prescriptions relatives à l'approvisionnement (réglementation ou obstacles de nature privée limitant les possibilités, pour les détaillants, de s'approvisionner auprès des fournisseurs de leur choix, dans le pays de leur choix);
 3. taxes spécifiques au commerce de détail.
- * Est-ce que des prescriptions régissant le fonctionnement des magasins de détail telles que celles décrites ci-dessus ont une incidence négative sur le développement de vos activités de commerce de détail ou de celles de vos membres dans l'UE ?

- Oui
- Non
- Sans objet/pas d'avis

La facilité avec laquelle les consommateurs peuvent aujourd'hui acheter à tout moment, dans l'environnement en ligne, les produits et les services qu'ils souhaitent remet en cause la façon dont les détaillants traditionnels sont organisés. En effet, près de la moitié des personnes ayant répondu à une récente enquête ont déclaré que la possibilité de commander à tout moment de la journée ou de la semaine était déterminante lors de la décision d'acheter en ligne. Il en résulte une pression sur les points de vente physiques pour qu'ils répondent aux attentes des consommateurs. Par conséquent, certains États membres ont récemment réexaminé leur réglementation afin de permettre une plus grande flexibilité en ce qui concerne les heures d'ouverture des magasins. Cette flexibilité permet une adaptation aux besoins réels des consommateurs mais peut s'avérer difficile pour les petits détaillants et le personnel.

* Quelles mesures prises par les autorités nationales afin de réglementer les heures d'ouverture des magasins pourraient être utiles pour aider les détaillants et le personnel à s'adapter aux nouvelles préférences et attentes des clients en matière d'achat ?

Les règles en matière d'ouverture et de fermeture ne sont pas en Belgique en décalage avec les évolutions du comportement d'achat des consommateurs. On constate en effet sur le terrain que le commerce de détail n'utilise pas entièrement les possibilités offertes par la législation en matière de plages horaires utilisées, ainsi qu'en termes de possibilités d'ouverture des magasins. Le cadre réglementaire existant avec ses nombreuses exceptions et dérogations est donc suffisant et n'est pas ressenti comme un obstacle par les PME.

* Comment la réglementation relative aux heures d'ouverture des magasins pourrait-elle tenir compte des difficultés spécifiques des petits détaillants ?

Les promotions des ventes et les rabais sont des éléments essentiels des stratégies commerciales des détaillants. Ils permettent d'attirer de nouveaux clients, encouragent l'utilisation d'un canal de distribution spécifique ou contribuent à réduire et à reconstituer les stocks. Les promotions des ventes et les rabais semblent particulièrement importants pour permettre aux détaillants en ligne d'attirer les consommateurs sur leurs sites web.

De nombreuses réglementations sur les promotions des ventes et les rabais, par exemple celles qui définissent les dates des soldes, ont été conçues en fonction des points de vente physiques. Avec le développement du commerce électronique transfrontière, il devient problématique d'appliquer ces règles, qui diffèrent entre les pays, au commerce électronique. Les consommateurs sont de plus en plus enclins à rechercher les offres les plus avantageuses au-delà de leurs marchés nationaux et sont prêts à changer de fournisseurs dans l'UE. Dès lors, des conditions réglementaires qui limitent la possibilité, pour les détaillants, de décider à quel moment il est opportun d'organiser des promotions des ventes peuvent favoriser les détaillants en ligne des États membres appliquant des règles moins strictes.

* Avez-vous pris en considération l'incidence du commerce électronique dans votre stratégie concernant la réglementation des promotions des ventes et des rabais ?

- Oui
- Non
- Sans objet/pas d'avis

* Veuillez préciser de quelles façons.

L'e-commerce ne doit pas servir de prétexte pour déréguler la réglementation concernant les promotions des ventes. Les réglementations portant sur les promotions des ventes, les rabais et les ventes à perte ne doivent pas être différenciées selon le mode de distribution en ligne ou hors ligne de la vente.

La préoccupation visant à déréguler les promotions des ventes revient continuellement et témoigne d'une approche réductrice. D'autres éléments doivent entrer en ligne de compte tels que l'importance de mettre en place une organisation cohérente entre les différents acteurs de la distribution et de maintenir une concurrence loyale et équilibrée entre, d'une part, les petites entreprises du commerce de détail y compris le commerce de proximité et, d'autre part, les grandes entreprises de distribution.

* Les promotions des ventes et les rabais influencent-ils les décisions d'achat ?

- Oui
- Non
- Sans objet/pas d'avis

* Cette influence a-t-elle changé en raison du commerce électronique ? Veuillez expliquer.

Se focaliser sur l'aspect prix des ventes en ne visant que le prix le plus bas possible pour le consommateur n'est pas un gage de qualité quant aux produits et services qui lui seront offerts dans le futur. Il faut souligner que le commerce de détail sert en premier lieu le consommateur par la qualité et la diversité des produits et services offerts, par les conseils individuels et par la proximité de l'établissement.

Par ailleurs, il faut attirer l'attention sur le fait que les attentes du consommateur sur le plan de l'environnement, des méthodes de production, de la qualité et de l'information augmentent les coûts et donc le prix des produits offerts. Cela se répercute également sur ses décisions d'achat. L'augmentation de prix sur un marché ne signifie donc pas nécessairement que les conditions de concurrence ne sont pas efficaces.

Le Conseil Supérieur souligne l'importance d'une réglementation équilibrée. Dans la plupart des cas, les entreprises sont plutôt demanderesse d'une législation puisqu'elle a pour objectif de garantir l'équilibre entre les diverses formes de commerce et permet également de maintenir des relations saines entre commerçant et consommateur.

Tous les États membres limitent les ventes de certaines catégories de produits tels que l'alcool, le tabac et les médicaments pour des raisons de santé publique. Certains restreignent également la publicité ou les promotions et les ventes aux mineurs, interdisent les ventes en ligne ou exigent que ces produits soient distribués dans des magasins spécialisés. Dans tous les États membres, la vente de médicaments soumis à prescription médicale est réservée aux pharmacies. Dans de nombreux États membres, certains médicaments non soumis à prescription peuvent être vendus en dehors des pharmacies, bien que des exigences particulières puissent s'appliquer, telles que des licences spécifiques pour le magasin ou la désignation d'un pharmacien en tant que personne autorisée à dispenser des médicaments au public.

Conformément à la législation de l'UE, les pharmacies peuvent également vendre en ligne des médicaments soumis à prescription. Certains États membres autorisent les pharmacies à vendre en ligne à la fois des médicaments soumis à prescription et des médicaments non soumis à prescription. La législation de l'UE autorise les consommateurs, sous certaines conditions, à commander des médicaments qui ne sont pas soumis à prescription dans leur propre État membre auprès de boutiques en ligne d'autres États membres. Ces conditions doivent par exemple permettre de vérifier que les consommateurs obtiennent les mêmes médicaments dans leur langue nationale dans des pharmacies physiques ou lorsque les médicaments sont proposés dans le cadre de la vente à distance. Ces mesures visent également une utilisation rationnelle des médicaments, la prévention de la vente de médicaments falsifiés et la notification des événements indésirables par les consommateurs aux autorités de santé publique.

* Êtes-vous satisfait des possibilités actuelles en matière d'achat/de vente de produits réservés à des canaux de distribution spécifiques ?

- Oui
- Non
- Sans objet/pas d'avis

* Veuillez indiquer les produits concernés (par ex. alcool, tabac, médicaments, aliments, compléments alimentaires ou dispositifs médicaux) et expliquer pourquoi vous êtes ou n'êtes pas satisfait.

Médicaments

Les médicaments ne sont pas des produits de consommation comme les autres. Ils sont destinés à des patients spécifiques pour des pathologies particulières. Un patient qui prendrait à mauvais escient un médicament pourrait subir des conséquences négatives pour sa santé. Un canal de distribution spécifique est donc parfaitement justifié.

Des canaux de distribution spécifiques pour certains produits comme des aliments médicamenteux particuliers paraissent aussi justifiés en raison des mesures particulières de conservation, de traçabilité, de lutte contre la falsification, etc. Pour les mêmes raisons, il faudrait prévoir une extension de ces canaux spécifiques à certains dispositifs médicaux.

* Estimez-vous que les canaux de vente existants pour les produits faisant l'objet de restrictions sont adaptés aux objectifs poursuivis en matière de santé publique (par ex. utilisation rationnelle, risque de falsification ou notification d'événements indésirables) ?

- Oui
- Non
- Sans objet/pas d'avis

* Veuillez indiquer les produits concernés (par ex. alcool, tabac, médicaments, aliments, compléments alimentaires ou dispositifs médicaux) et expliquer.

Médicaments

La délivrance de médicaments en pharmacie est justifiée par l'obligation de respecter des réglementations de santé publique strictes. Il est important d'avoir un dossier pharmaceutique complet du patient. Certaines catégories de produits de santé peuvent avoir un impact direct sur la santé et pris à mauvais escient peuvent avoir des effets directs sur le traitement médicamenteux en cours du patient et sur les pathologies dont il est atteint.

L'intervention du pharmacien est essentielle pour une utilisation appropriée des médicaments, afin de protéger le patient contre les interactions médicamenteuses, les contre-indications, le surdosage ou sous-dosage, etc. Le pharmacien est en outre garant de la qualité du médicament qu'il délivre.

* Estimez-vous que des exigences particulières sont justifiées pour la vente de produits soumis à restriction lorsque l'on considère les ventes en ligne ?

Oui

Non

Sans objet/pas d'avis

La vente en ligne de médicaments soumis à prescription ne doit pas faire l'objet d'exigences particulières mais d'une interdiction de vente en ligne.

* Veuillez indiquer les produits concernés (par ex. alcool, tabac, médicaments, aliments, compléments alimentaires ou dispositifs médicaux) et expliquer.

Médicaments

La vente en ligne des médicaments soumis à prescription est actuellement interdite en Belgique. La relation thérapeutique et le contact personnel entre un pharmacien et son patient est primordial pour ce type de produits. Un tel contact direct ne peut être digitalisé.

Les patients traités par des médicaments soumis à prescription doivent pouvoir bénéficier de soins pharmaceutiques prestés dans le cadre d'une relation thérapeutique et d'un contact personnel entre un pharmacien et son patient. Un tel contact direct ne peut être digitalisé. C'est pourquoi, la prestation de services en ligne doit toujours se baser sur une relation thérapeutique préexistante.

En Belgique, l'utilisation de solutions digitales sont à l'étude pour accroître l'accessibilité aux médicaments et aux soins pharmaceutiques de certaines catégories de patients. Ceci ne peut toutefois se faire que dans le cadre d'une relation existante avec un pharmacien (de référence) choisi par le patient, et, toujours, dans la perspective d'une amélioration de la qualité des soins prestés au patient.

Toute politique de promotion de vente pour les médicaments doit être interdite.

Ces dernières années, de nombreux États membres ont adopté des règles favorisant des filières courtes afin de réduire l'incidence du commerce de détail sur l'environnement et d'encourager les efforts en matière de développement durable. Les détaillants soutiennent ces évolutions à bien des égards. Dans certains cas, ces nouvelles mesures, cependant, semblent aller au-delà de ce qui est nécessaire pour atteindre ces objectifs légitimes, entraînant une limitation disproportionnée des possibilités d'approvisionnement des détaillants en fonction des préférences des consommateurs et empêchant un approvisionnement transfrontière. Plus particulièrement, du fait de ces exigences, les détaillants qui sont actifs dans plusieurs États membres et qui ont par conséquent créé des chaînes d'approvisionnement transfrontières ne peuvent pas améliorer leur efficacité, accroître leur productivité et réduire leurs coûts, ce qui profiterait, au final, aux consommateurs.

Outre les prescriptions concernant l'approvisionnement qui peuvent découler de la réglementation, il peut exister des obstacles de nature privée qui limitent les possibilités, pour les détaillants, de s'approvisionner auprès des fournisseurs de leur choix, dans le pays de leur choix. Ces obstacles peuvent prendre la forme, par exemple, de restrictions territoriales de l'offre imposées par certains fournisseurs multinationaux, qui empêchent les détaillants de se tourner vers l'étranger pour s'approvisionner en biens identiques ou similaires et les distribuer dans l'État membre où ils sont établis.

* Vous ou vos membres êtes-vous confrontés à des restrictions réglementaires concernant votre approvisionnement en produits et/ou le lieu de provenance de ceux-ci ?

- Oui
- Non
- Sans objet/pas d'avis

* Si vous êtes confronté à des restrictions réglementaires, quelles sont les conséquences concrètes de ces restrictions pour votre entreprise ? Si vous êtes actif dans plusieurs États membres, veuillez établir une distinction entre eux.

Les restrictions dans le cadre de l'approvisionnement de produits sont des pratiques qui découlent fréquemment d'un rapport de force déséquilibré entre deux prestataires. Les PME, TPE et les indépendants sont les principales victimes de ce type de pratiques. Le Conseil Supérieur a déjà dénoncé cette situation à plusieurs reprises.

La diversité de l'offre sera réduite. A terme, les entreprises qui font usage de telles pratiques seront en position de monopole ou de quasi-monopole et seront donc seules à déterminer la formation des prix. Ainsi, au final, les consommateurs seront confrontés à une réduction de choix des produits offerts sur le marché et les prix seront supérieurs à la valeur réelle du produit dans un marché concurrentiel sain. Un impact négatif sur l'emploi sera également à déplorer puisque les petites entreprises victimes de ces pratiques seront contraintes de mettre la clé sous la porte.

* Avez-vous connaissance de restrictions auxquelles sont confrontés les détaillants de votre pays en ce qui concerne l'approvisionnement en produits ?

Oui

Non

Sans objet/pas d'avis

* Veuillez préciser.

Les détaillants de petits Etats membres tels que la Belgique ne peuvent pas bénéficier de prix plus bas si les restrictions territoriales de l'offre ne sont pas interdites car ils ne pourront plus s'approvisionner sur des marchés plus concurrentiels. Ces restrictions faussent donc la concurrence entre les entreprises et ont pour effet de réduire la diversité de l'offre sur le marché.

Pour les produits pharmaceutiques, les restrictions de l'offre imposées par certains fournisseurs multinationaux empêchent les détaillants de se tourner vers l'étranger pour s'approvisionner en biens identiques ou similaires et les distribuer dans l'Etat membre où ils sont établis. Ces indisponibilités volontaires des firmes pharmaceutiques (contingentement/quotas) mettent en danger la santé des patients (par ex. indisponibilité d'insuline).

* Vous ou vos membres avez-vous été confrontés à des restrictions territoriales de l'offre et, dans l'affirmative, pour quels produits ?

D'une enquête effectuée en 2015 auprès des pharmaciens, il ressort qu'ils sont régulièrement confrontés (au moins 3 fois par jour) à des indisponibilités dans le cadre de l'approvisionnement de certains médicaments. Les produits concernés sont très variables mais incluent également des médicaments de première nécessité.

* Quelles sont les conséquences les plus importantes des restrictions territoriales de l'offre pour vos activités de commerce de détail dans l'UE ou celles de vos membres ?

Comme dit plus haut, les restrictions faussent la concurrence entre les entreprises et ont pour effet de réduire la diversité de l'offre sur le marché. Dans certains cas, elles peuvent même avoir des conséquences néfastes en matière de santé publique.

Rupture de la continuité des soins au patient.

Dans plusieurs Etats membres, il existe des taxes spécifiques au commerce de détail, c'est-à-dire des taxes frappant exclusivement les détaillants (la TVA et les taxes sur certains produits tels que l'alcool, le tabac, l'énergie et les produits sucrés sont, par conséquent, exclues du champ d'application de la présente consultation publique). Ces taxes viennent s'ajouter aux taxes générales directes ou indirectes dont s'acquittent toutes les entreprises. Des taxes spécifiques au commerce de détail peuvent être basées soit sur la surface commerciale soit sur le chiffre d'affaires soit sur une combinaison des deux. Si le chiffre d'affaires est utilisé comme base d'imposition, les détaillants en ligne sont parfois explicitement exclus du champ d'application de ces taxes, ce qui a pour effet de faire peser la charge fiscale correspondante sur les seuls détaillants hors ligne.

* Existe-t-il des taxes spécifiques au secteur du commerce de détail dans les pays où vous ou vos membres êtes actifs?

- Oui
- Non
- Sans objet/pas d'avis

* Veuillez les décrire brièvement et préciser, le cas échéant, si différents régimes d'imposition sont appliqués aux activités en ligne et hors ligne.

* Quelle incidence ces taxes spécifiques au commerce de détail ont-elles sur vos activités transfrontières ou sur celles de vos membres ?

* Existe-t-il des taxes spécifiques au secteur du commerce de détail dans votre pays ?

- Oui
- Non
- Sans objet/pas d'avis

* Veuillez les décrire brièvement et préciser, le cas échéant, si différents régimes d'imposition sont appliqués aux activités en ligne et hors ligne.

* Que serait-il possible de faire pour que les cadres fiscaux nationaux réservent le même traitement aux détaillants en ligne et aux détaillants hors ligne ?

VII. Charge découlant de l'obligation de conformité

Ces dernières années, l'amélioration de la réglementation et, en particulier, la question de la charge découlant de l'obligation de conformité, ou charge administrative, pesant sur les entreprises a fait l'objet d'une attention croissante sur le plan international, au niveau de l'UE et dans les États membres. Des enquêtes menées dans un certain nombre d'États membres ont tenté de déterminer l'opinion des entreprises quant à la charge réglementaire et ont conclu que les procédures visant à garantir la conformité avec la réglementation représentent pour elles un poids important. C'est particulièrement vrai pour les PME, qui constituent la majorité des détaillants. Toutefois, la Commission n'a pas trouvé d'études consacrées à la charge découlant de l'obligation de conformité pour le secteur du commerce de détail.

- * Quelles sont les éventuelles caractéristiques spécifiques des cadres réglementaires du commerce de détail qui ont une incidence sur la charge découlant de l'obligation de conformité pour les détaillants ?

Pour la vente de médicaments dans les pharmacies, de nombreuses réglementations de santé publique spécifiques doivent être respectées (obligation d'avoir un stock de médicaments, des dispositifs médicaux en pharmacie, un manuel de qualité, d'avoir un dossier pharmaceutique du patient, etc.).

- * À quelles difficultés êtes-vous confronté dans l'application de la réglementation existante sur le commerce de détail hors ligne et en ligne ?

Pour la vente de médicament au détail, les autorités publiques demandent fréquemment les mêmes données. Il faudrait prévoir un point de contact unique où le principe "only once" serait appliqué à l'ensemble des administrations publiques concernées, quel que soit leur niveau de pouvoir (fédéral, régional, communal...).
