



COMMISSION EUROPÉENNE

[SEUL LE TEXTE PRONONCÉ FAIT FOI]

Michel BARNIER

Membre de la Commission européenne, chargé du Marché intérieur et des Services

Commerce de détail : répondre aux nouveaux défis

Première réunion du Groupe à haut niveau sur la compétitivité dans le commerce de détail

Bruxelles, 20 janvier 2014

Dear Members of the High Level Group on Retail Competitiveness,
Ladies and Gentlemen,

I would like to start by welcoming you all to this first meeting of the High Level Group on Retail Competitiveness. Let me also wish you a very happy New Year 2014.

The year 2014 is an important year for the European Union. There will be elections to the European Parliament in May. In the autumn a new Commission will take charge. The work of this group is well timed to feed into the policy reflections of the new Commission.

In this Group you all know how important the retail sector is for the European economy. The retail and wholesale services sector represents 11% of European GDP. Commerce accounts for almost 15% of European employment. This means almost 30 million European jobs. The competitiveness of the sector is therefore crucial for European growth and jobs.

Ladies and Gentlemen,

I would like to thank you for taking part in this Group. I am pleased that you come from many different stakeholders. You represent not only retailers, but also suppliers, consumers, workers and academics. You come from small and large companies including both traditional retail and e-commerce. I am particularly pleased that you, high level managers, take time out of your busy agendas and bring your practical experience to the Group. This will be invaluable for the reflexion on future policy in the retail sector.

You have a challenging task. You will assist the Commission in developing policies to improve the long-term competitiveness of the EU retail sector. This task has to be seen in a broad context: it includes the interests of all stakeholders, including consumers and workers. It is also reflects the need to improve how the Single Market in retail works.

In your work you are fortunately not starting from scratch. In the last few years substantial work has been done.

It is not possible to mention all the activities carried out by different fora. Let me just mention our policy document: the European Retail Action Plan, adopted by the Commission last year. As you know, it sets out a European strategy for the retail sector.

The retail action plan identifies a number of concrete and targeted actions around 5 objectives:

- To make consumer decisions easier; by improving consumers' access to information on the price and quality of available products.
- To improve access to retail services, in particular by focussing on the issue of commercial establishment.
- To promote fairer and more sustainable trading relationships along the retail supply chain.
- To promote innovation in the sector.
- And last but not least, to create a better working environment by improving the match between the needs of employers and the skills available in the labour market.

The European Parliament is also an essential player on a European policy for the retail sector. The report of Anna Maria Corazza Bildt was at the origin of the European Action Plan. Dennis de Jong as rapporteur for the Parliament's report on the Action Plan made an important contribution. I am very pleased that Malcolm Harbour, the Chair of the Parliament's Committee on the Internal Market and Consumer Protection; and responsible for the report on the Action Plan, will join us later today to discuss the work by the Parliament on retail.

Les sujets clés

Mesdames, Messieurs,

Le plan d'action illustre les différents défis auxquels doit faire face votre secteur. Le rapport du Parlement souligne en particulier la nécessité de se pencher davantage sur les effets de la crise économique pour le secteur, sur le commerce en ligne et sur l'avenir des petits détaillants et des petits fournisseurs. Ce sont là des défis importants sur lesquels ce Groupe doit se pencher.

Commerce électronique

L'économie numérique, en particulier, est un défi majeur pour le commerce de détail. Elle entraîne des changements importants dans les comportements des consommateurs et se traduira inéluctablement par la nécessité d'adapter les modèles économiques existants et de restructurer le secteur.

Cela dit, je crois que le commerce électronique doit être envisagé non seulement comme un facteur de nouveaux défis mais aussi comme une source de nouvelles opportunités.

En effet, le développement du commerce électronique et des services en ligne représente un potentiel considérable sur les plans économique, social et sociétal.

Pour ne prendre que quelques exemples, l'économie numérique crée 2,6 emplois pour chaque emploi « hors ligne » détruit. Elle offre aussi un meilleur choix aux consommateurs y compris dans les zones rurales ou isolées.

Il est donc essentiel de réussir cette transition ce qui nécessite :

- D'une part, d'insister sur la formation des travailleurs, sujet déjà soulevé dans le cadre du Plan d'Action;
- D'autre part, de mettre l'accent sur l'innovation, qui doit permettre de faire émerger de nouveaux modèles économiques, mais aussi de renforcer la confiance des consommateurs, et donc de contribuer à relancer le moteur de la consommation, qui est un levier essentiel de sortie de crise.

Innovation

Il faut bien reconnaître que l'innovation est en elle-même un défi. Qu'il s'agisse d'innovations « physiques », ou du développement de nouveaux modèles économiques, de multiples questions se posent.

Je suis heureux que ce sujet de l'innovation soit au programme de cette journée. Le Groupe d'Experts sur l'Innovation dans le Commerce de Détail a très récemment adopté son rapport contenant des recommandations visant à encourager l'innovation afin de contribuer à la compétitivité du secteur de détail. Ce rapport souligne un certain nombre de questions importantes telles que la simplification des procédures pour les démarches liées au financement de la recherche ou une meilleure adaptation des compétences de la main-d'œuvre aux besoins du commerce de détail en matière d'innovation.

PME

L'innovation doit en particulier concerner les PME, pour lesquelles les budgets limités des consommateurs et le commerce électronique sont des défis plus difficiles encore. Des idées innovantes de coopération entre les détaillants ont émergé et nous devons les saluer. L'innovation dans toutes ses formes est en effet la seule réponse viable aux nouveaux défis. Des études montrent, par exemple, que les PME utilisant la technologie d'internet se développent et exportent deux fois plus que les autres et créent deux fois plus d'emplois.

Le marché unique

Le commerce électronique offre aussi une formidable opportunité pour le développement du marché unique à condition de lever les obstacles qui persistent et d'empêcher le développement de politiques discriminatoires par les opérateurs.

Il ne faut pas non plus oublier la dimension internationale du commerce de détail. Il est ainsi important de réfléchir aux questions discutées dans le cadre des accords de libre-échange avec les pays tiers, par exemple lors des négociations actuelles avec les Etats-Unis.

Conclusion

Mesdames et Messieurs,

Vous êtes les premiers concernés par les défis pour le secteur du commerce de détail. Vous êtes donc les premiers à pouvoir réfléchir aux solutions les plus appropriées pour y répondre. Les contributions de ce Groupe seront essentielles pour déterminer la future politique en matière de commerce de détail.

Votre travail sera complémentaire à celui de la Table Ronde sur le commerce de détail organisée par la commission du marché intérieur et de la protection des consommateurs du Parlement Européen et du Forum de Haut Niveau sur la chaîne d'approvisionnement alimentaire.

Il sera aussi complémentaire du travail quotidien des organisations représentant les parties prenantes du secteur. Ces organisations ont déjà énormément contribué à l'élaboration du Plan d'Action et continuent à faire avancer le débat au niveau européen.

Un bel exemple du travail commun des différentes parties prenantes est l'initiative volontaire pour lutter contre les pratiques commerciales déloyales dans la chaîne d'approvisionnement alimentaire. Cette initiative volontaire est un vrai progrès. Nous sommes en train de conclure notre analyse d'impact pour déterminer si cette initiative est suffisante. Mais, dans tous les cas, nous savons déjà qu'elle constitue un outil essentiel de lutte contre les pratiques déloyales.

Grâce au travail de ces différents fora, nous allons donc aboutir, j'en suis sûr, à un secteur du commerce de détail plus compétitif pour le bénéfice de tous les acteurs : les détaillants, les fournisseurs, les consommateurs et les travailleurs.

Je vous remercie encore une fois pour votre participation à ce Groupe.

Grâce à vous, ce Groupe est tel que je l'avais voulu : diversifié et proche des réalités du terrain.

Je suis sûr que la qualité de vos débats aujourd'hui va nous permettre de progresser. Le Plan d'Action européen pour le commerce de détail adopté l'année dernière n'est en aucun cas l'unique aboutissement de notre politique pour le secteur. Cette politique devra être développée dans les années qui viennent et vous êtes des acteurs importants pour aider les institutions européennes à aller dans la bonne direction.

Je vous remercie.