



ASSEMBLÉE NATIONALE

12ème législature

ventes par correspondance

Question écrite n° 88354

Texte de la question

Le succès des Relais colis ne peut être contesté. Grâce à ce nouveau genre de « commerce services », le plus souvent six jours par semaine, et sur de larges plages horaires d'ouverture, ceux qui travaillent loin de leur domicile, des femmes qui vivent seules avec leurs enfants, et même de plus en plus les personnes âgées, ont ainsi accès à un service de messagerie de proximité, à la fois souple, performant et pratique. En France, quelque 3 600 petits commerces sont membres du réseau Relais colis. Relais colis et Kiala se livrent une concurrence acharnée pour les sélectionner. Chaque commerçant signe un contrat exclusif de prestataire de services. En théorie, être magasin-relais serait, pour le commerçant engagé dans un combat contre la grande distribution, l'occasion de fidéliser sa clientèle tout en bénéficiant d'achats spontanés lors de la livraison du colis. La réalité n'est toutefois pas si rose, car les commerçants remarquent que dans les faits la plupart des gens viennent juste chercher leur paquet, bien qu'ils arrivent toutefois à arrondir un peu leurs fins de mois (en moyenne, entre 200 et 450 euros de revenus mensuels supplémentaires). Il serait judicieux d'intervenir afin que ce type de commerce puisse se développer non pas de façon ciblée comme actuellement, mais de façon harmonieuse et rapide sur l'ensemble du territoire national au titre de l'équité entre citoyens. Il représente un incontestable intérêt pour maintenir, voire développer le commerce de proximité en milieu rural et montagnard notamment et, de plus, pourrait assurer un supplément de revenus plus intéressant qu'à l'heure actuelle aux commerçants impliqués (ou qui souhaitent s'impliquer). En conséquence, Mme Chantal Robin-Rodrigo demande désormais à M. le ministre des petites et moyennes entreprises, du commerce, de l'artisanat et des professions libérales de lui indiquer son sentiment à ce sujet.

Texte de la réponse

Depuis plus de deux décennies, le tissu commercial connaît une profonde mutation. Ainsi, le nombre de petits commerces indépendants a-t-il connu une importante diminution et particulièrement en milieu rural et montagnard. Afin de soutenir le commerce d'alimentation générale mais aussi les commerces de centre-ville, l'État a apporté sa contribution financière à la conception et à la mise en place d'actions collectives grâce au fonds d'intervention pour les services, l'artisanat et le commerce (FISAC). Cet outil, mis au service des professionnels depuis 2001, est avant tout un dispositif pour accompagner les évolutions des secteurs du commerce, de l'artisanat et des services. Il vise, en priorité, à préserver ou à développer un tissu d'entreprises de proximité, principalement de très petites entreprises dont le chiffre d'affaires annuel hors taxes n'excède pas 0,8 million d'euros. Sa réforme intervenue en 2003 a permis de renforcer son impact en milieu rural et dans les zones urbaines fragilisées. En 2005, une campagne de communication sur le commerce de proximité a été financée par le FISAC. Des initiatives conduites par les partenaires locaux, commerçants, collectivités territoriales, chambres consulaires ont permis le développement d'opérations structurantes qui illustrent la politique volontariste du Gouvernement pour la dynamisation du commerce. En milieu rural, 538 dossiers ont été financés en 2005 pour un montant total de 28,2 millions d'euros, et en milieu urbain, 298 dossiers ont fait l'objet d'un financement représentant globalement 39,2 millions d'euros. De plus, quarante-quatre études préalables à des opérations collectives de modernisation en milieu rural ou à des opérations urbaines ont été financées à

hauteur de 0,54 million d'euros. Par ailleurs, les initiatives privées de grands groupes de distribution de mettre en place un service de messagerie de proximité souple et performant ne peuvent que contribuer à la dynamisation du commerce. Même pour un revenu marginal, les commerces et services impliqués dans les points « Relais Colis » ou « Kiala » sont intéressés par le supplément de fréquentation dans leurs boutiques. Leur adhésion à l'un ou l'autre des réseaux cités est libre, la seule condition étant de disposer d'un petit espace de stockage. Des études réalisées par l'organisme professionnel dont dépendent ces deux groupes montrent la satisfaction des clients et l'intérêt croissant pour ce mode de livraison. Que ce soit près du lieu de travail ou du domicile, il existe sur l'ensemble du territoire des supérettes, stations-service, tabacs, points presse ou pressings avec des horaires d'ouverture compatibles aux divers rythmes de vie des consommateurs. Ces modes d'organisation conduiront à terme à fidéliser une clientèle, à pérenniser des activités ou des commerces dans le milieu rural ou montagnard, tout en laissant à chacun des acteurs le soin de s'organiser librement tout en respectant la réglementation actuelle.

Données clés

Auteur : [Mme Chantal Robin-Rodrigo](#)

Circonscription : Hautes-Pyrénées (2^e circonscription) - Socialiste

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 88354

Rubrique : Ventes et échanges

Ministère interrogé : PME, commerce, artisanat et professions libérales

Ministère attributaire : PME, commerce, artisanat et professions libérales

Date(s) clé(s)

Question publiée le : 14 mars 2006, page 2704

Réponse publiée le : 13 juin 2006, page 6264