

**Rapport au Premier Ministre  
sur la suppression des ventes hors taxes  
en Europe  
« Impact et propositions »**

établi par :  
**André CAPET,**  
Député du Pas-de-Calais

Rapporteur général de la mission :

**Christian JOUTARD,**  
Conseil général des ponts et chaussées

## **INTRODUCTION**

- . **01**    Historique des ventes hors taxes
  - 011.** Les origines
  - 012.** L'Europe
- . **02**    Les derniers développements
  - 021.** Les positions respectives
  - 022.** Les dernières réunions
  - 023.** La position des Etats
- . **03**    Le système actuel
  - 031.** Les règles
  - 032.** Les ventes « taxes comprises »
  - 033.** Le contrôle du vendeur

## **CHAPITRE 1 - BILAN DES VENTES HORS TAXES**

- . **11**    Dans le monde et en Europe
  - 111.** Chiffres mondiaux
  - 112.** Chiffres européens
- . **12**    Cas de la France
- . **13**    Caractéristiques du marché
  - 131.** Les distributeurs
  - 132.** Caractéristiques du marché
  - 133.** Spécificité des produits vendus
  - 134.** Caractéristiques de la clientèle
- . **14**    Attitude de l'ensemble des partenaires

## **CHAPITRE 2 - CADRE DE LA SUPPRESSION DES VENTES**

- . **21**    Le climat économique européen
- . **22**    Hypothèses retenues pour évaluer l'impact
  - 221.** Evolution de la demande de transport
  - 222.** Avenir des boutiques
  - 223.** Attitude de la clientèle
- . **23**    Conditions juridiques
  - 231.** Application automatique
  - 232.** Position de la Commission : clarté des textes actuels
  - 233.** La théorie du chaos
  - 234.** De nouveaux textes nécessaires
  - 235.** Perspectives d'harmonisation
  - 236.** De nombreuses exceptions

### **CHAPITRE 3 - IMPACTS SECTORIELS**

- . 31 Le transport aérien fragilisé
  - 311. Aéroports de Paris (ADP)
  - 312. Aéroport de Nice et région niçoise
  - 313. Aéroport de Tarbes
  - 314. Les compagnies aériennes
- . 32 Le transport maritime très compromis
  - 321. Situation de la marine marchande française
  - 322. Situation du Transmanche
  - 323. Situation d'Eurotunnel
  - 324. Situation de P & O
  - 325. Les difficultés des compagnies maritimes françaises et les implications régionales (SEAFRANCE et CALAIS - BRITTANY FERRIES et BRETAGNE)
- . 33 Des producteurs diversement touchés
  - 331. Effets de l'abolition sur les alcools
  - 332. Effets sur le tabac
  - 333. Industrie du parfum
  - 334. Autres industries
- . 34 Chiffres globaux
  - 341. Chiffres cités dans diverses études
  - 342. Critères retenus
  - 343. Chiffre détaillé

### **CHAPITRE 4 - MESURES SUGGEREES OU PROPOSEES**

- . 41 Eviter une application brutale des Directives
  - 411. L'application des Directives s'impose
  - 412. Une application brutale serait catastrophique
- . 42 La France doit accomplir un geste politique fort
- . 43 Eléments techniques de la proposition
  - 431. Description des accises
  - 432. Commentaires
  - 433. Réglementation communautaire
- . 44 Proposition : une démarche progressive et harmonisée
  - 441. Application immédiate de la TVA
  - 442. Application progressive des droits d'accises
- . 45 Encourager les initiatives des partenaires
  - 451. Les aéroports
  - 452. Les ferries et Eurotunnel
  - 453. Les producteurs et concessionnaires
- . 46 Renforcer les aides communautaires et nationales
  - 461. Les outils existants
  - 462. Cas des aéroports régionaux
  - 463. Cas des compagnies maritimes
  - 464. La région de Calais
  - 465. La région de Cognac

- 466.** La région de Bretagne
- . 47** Mettre en place des structures légères
  - 471.** Au niveau national
  - 472.** Au niveau régional

## **ANNEXES**

## **INTRODUCTION**

La notion de vente « hors taxes » ou « duty free », pour employer un anglicisme fréquent, concerne l'ensemble des ventes exemptées de taxes (TVA le plus souvent) et de droits spécifiques (accises sur les ventes de tabac et d'alcool) dont peuvent bénéficier les voyageurs se rendant dans un autre pays par les voies maritimes ou aériennes.

Les accises sont des taxes spécifiques applicables aux ventes d'alcool ou de tabac ; avec la TVA, elles peuvent représenter jusqu'à 50 % du prix de vente, taxes comprises.

### **1) HISTORIQUE DES VENTES HORS TAXES**

#### **- Les origines**

L'origine lointaine de ces ventes repose sur le principe d'une détaxation des marchandises transportées en haute mer, au delà des eaux territoriales, qui ne subissaient de taxation que dans le port d'arrivée. L'équipage et les passages embarqués bénéficiaient de ce régime qui fut étendu aux passagers aériens, par la suite.

La Convention de Chicago de 1944 considérait que les passagers aériens avaient quitté le territoire national dès qu'ils avaient franchi les contrôles de police et de douane. Dès 1947, la société publique irlandaise « AER RIANTA » installa à l'aéroport de SHANNON une petite boutique qui devint un lieu de passage obligé pour la clientèle des compagnies aériennes dont les avions à moteur ne pouvaient, à l'époque, faire la traversée de l'Atlantique, du continent européen vers l'Amérique du Nord, sans escale...

Pour éviter les abus, la Convention de New York de 1954 fixa des seuils de franchise au delà desquels les taxes étaient dues ; ces seuils étaient fixés globalement en valeur (50 \$), et en quantité pour les alcools, les tabacs et les parfums...

#### **L'Europe**

Jusqu'en 1969, les ressortissants européens bénéficiaient de ce régime international, sans dérogation particulière ; la directive 69/169 de la Communauté européenne augmenta le montant des franchises, afin de souligner le caractère de « Marché Commun » aux six Etats.

L'entrée du Royaume Uni (ainsi que de l'Irlande et du Danemark), en 1973, facilita l'approfondissement du Marché Commun ; mentionnons le livre Blanc de 1985 qui faisait suite aux premiers efforts d'union monétaire en Europe, puis la signature en 1986 de l'« Acte Unique Européen » préalable au Marché Unique qui entra en vigueur en 1993.

L'existence d'un vaste marché unique imposait, parallèlement à la mise en place d'une harmonisation fiscale, la suppression des ventes hors taxes. L'Europe ne formait plus qu'un vaste marché où il n'existait plus d'exportation ou d'importation « interne »...

Dès novembre 1990, le Parlement européen invita la Commission à réaliser une étude sur « les conséquences économiques et sociales » de la suppression des ventes hors taxes, ce que confirma le Commissaire responsable de la fiscalité et des problèmes de consommation, Mme SCRIVENER.

En juin 1991, un amendement proposait de reporter de trois ans - donc au 31 décembre 1996 - le terme des ventes hors taxes intra-européennes. En décembre 1991, le Conseil ECOFIN (conseil des Ministres de l'Economie et des Finances) adopta la directive « Frontières Fiscales » (91/680) qui ajoutera l'article 28 K à la 6ème Directive européenne relative à la TVA ; en février 1992, le même Conseil adopta la directive (92/12) relative à « la circulation des produits soumis à accise ».

Les deux directives adoptées à l'unanimité fixent le maintien des ventes hors taxes (TVA) et hors droits (accises) jusqu'au 30 juin 1999, l'augmentation de franchises ayant été portée de 45 ECU (50 \$) à 90 ECU lors du Conseil de décembre 1992.

Ces deux directives sont transposées, en droit français, par la loi 92.677 du 17 juillet 1992.

## **2) LES DERNIERS DEVELOPPEMENTS**

### **- les positions respectives**

L'absence d'harmonisation des taxes (1997 devait constituer une date butoir pour la TVA) et des accises (chaque Etat membre les a accrues régulièrement depuis 1993) ainsi que l'engagement (pris par un seul Commissaire devant le Parlement Européen) de faire réaliser une étude préalable, constituent les deux principaux arguments utilisés par les partisans du maintien des ventes hors taxes au delà du 30 juin 1999.

A l'opposé, la Commission par la voix de son Commissaire responsable des questions fiscales - M. MONTI - souligne que le principe de suppression a été arrêté par les Etats membres à l'unanimité et que seule une même unanimité pourrait défaire cette décision ; elle ajoute que les divers partenaires auront eu sept ans et demi (décembre 1991 - juin 1999) pour se préparer à une telle échéance

### **- les dernières réunions**

En novembre 1996, un nouveau Conseil « ECOFIN » aborda officieusement le problème d'un éventuel report et de l'opportunité d'une étude d'impact et confirma l'absence de nécessité d'une telle étude.

En septembre-octobre 1997, le Parlement Européen adopte une attitude favorable au principe d'une étude d'impact que rejette la Commission dans son Memorandum (97/82) qui précise qu'en vertu de l'article 99 du Traité instituant la Communauté Européenne tout réexamen d'une question à caractère fiscal ne peut se faire que sur la base d'une proposition de la Commission qui serait ensuite adoptée à l'unanimité.

Le Conseil des Ministres des Transports, le 17 mars dernier, proposa à l'initiative de l'Irlande un réexamen de la question par le Conseil ECOFIN. Ce réexamen eut lieu le 19 mai dernier, mais ne répondit pas aux attentes des adversaires de l'abolition des ventes hors taxes.

En effet, devant l'absence d'unanimité, et même de majorité parmi les quinze Ministres de l'Economie, il fut constaté qu'une remise en cause de la date du 30 juin 1999 n'était pas souhaitable et que l'étude d'impact n'avait pas d'objet.

### **- la position des Etats**

Bien que la position de chacun des participants ne fasse pas l'objet de communiqués officiels, il apparaît que l'Europe était très divisée, certains Etats étant opposés par principe à toute remise en cause de la date prévue, d'autres au contraire y étant favorables ; de plus, il convient de préciser qu'à l'intérieur d'un même Etat, les positions des Ministres des Transports et de l'Economie ne furent pas toujours les mêmes...

Si l'on s'en tient au dernier Conseil ECOFIN, il apparaît que la France fut, avec l'Irlande et l'Allemagne à la pointe du combat en faveur de l'étude d'impact ; l'Espagne, l'Italie et la Grèce furent également favorables à l'étude.

En revanche, les trois pays scandinaves (Danemark, Finlande et Suède) ainsi que les Pays-Bas et le Portugal adoptèrent une attitude très négative.

Sauf bouleversement peu probable, la date du 30 juin 1999 s'impose donc à tous les Etats et il convient dès aujourd'hui d'en examiner la portée et d'essayer d'en limiter les conséquences par diverses mesures appropriées.

Avant d'examiner le bilan global des ventes, il semble nécessaire de rappeler les grandes lignes du système en vigueur depuis 1993, qui prendra fin dans douze mois...

### **3) LE SYSTEME ACTUEL**

Il repose sur des règles précises s'appliquant aux voyageurs à l'intérieur de l'Union Européenne, sous le contrôle du vendeur.

#### **- Les règles :**

S'agissant des ventes hors taxes, il existe une limitation des achats de 90 ECU (soit 600 FF. environ) à laquelle s'ajoute une franchise quantitative pour les alcools, tabacs et parfums). Une tolérance douanière a porté la limitation des achats à 175 ECU (environ 1200 FF.), comme pour les déplacements extra-européens.

### **TABLEAU 1 : LES FRANCHISES PRINCIPALES**

	200 cigarettes
ou	100 cigarillos
ou	50 cigares
	—
	1 litre de boissons alcoolisées > 22°
ou	2 litres d'apéritifs (vermouth-mousseux)
	—

2 litres de vin

---

50 grammes de parfum

---

¼ litre d'eau de toilette

### - **Les ventes taxes comprises**

Il convient de rappeler la liberté totale des ventes « taxes comprises » à l'intérieur des quinze Etats de l'Union Européenne sous trois réserves :

- les achats doivent être effectués et transportés par les particuliers eux-mêmes ; ils sont alors assujettis aux taxes et droits du pays d'achat ;
- les véhicules de transports (automobiles) sont néanmoins soumis à la TVA du lieu d'utilisation du véhicule ;
- les achats sont destinés à la consommation personnelle des acheteurs, ce qui explique l'existence d'une norme indicative pour les achats d'alcools et tabacs.

### **TABLEAU 2 : LES LIMITES INDICATIVES (PRINCIPALES)**

800 cigarettes (40 paquets de 20 cigarettes),  
 400 cigarillos  
 10 litres de boissons alcoolisées > 22 %  
 20 litres d'apéritifs  
 90 litres de vins  
 110 litres de bière

Ces limites (quatre à dix fois supérieures à celles des ventes hors taxes) ont un poids particulièrement important dans les échanges entre pays à accises élevées (au nord de l'Europe le plus souvent) et ceux à accises modérées (au sud, en général), les différences sur les niveaux d'accises pouvant varier de 1 à 10...

### - **Le contrôle du vendeur**

Les contrôles douaniers ayant été supprimés à l'intérieur des frontières des « Quinze » (sauf brigade volante), le Conseil ECOFIN de décembre 1992 proposa de faire assurer le contrôle des achats par les vendeurs eux-mêmes qui doivent rappeler à leurs clients la norme globale et les normes indicatives.

Trois ans après, dans le mémorandum 96/245 de juillet 1996, la Commission considère que « dans l'ensemble des Etats membres, la situation est loin d'être satisfaisante ». Cependant, il semble qu'après cet avertissement, la tendance soit à une amélioration des contrôles tant dans les aéroports qu'à bord des « ferries ».



## **CHAPITRE 1 - BILAN DES VENTES HORS TAXES**

### **11. DANS LE MONDE ET EN EUROPE**

#### **1.1.1. Chiffres mondiaux**

Il convient d'abord de souligner l'extrême diversité des chiffres cités dans les divers rapports consacrés à l'évaluation globale des ventes hors taxes dans le monde (rapport du Parlement Européen d'octobre 1997 - Etude ROLAND BERGER de février 1998 - Document AFCHOHT de septembre 1997).

##### **- Estimation**

Le chiffre communément admis est de l'ordre de 25 Md\$ soit 150 MdF. dont 45 MdF dans les boutiques de centre-ville ( « downtown shops ») et frontalières (« border-shops ») et 105 MdF dans les moyens de transport (aéroports - lignes aériennes - compagnies maritimes).

##### **- Les boutiques**

Les boutiques frontalières et de centre-ville ont un chiffre d'affaires relativement limité dans l'Europe occidentale et concernent davantage l'Amérique du Nord et l'Asie ; le chiffre qu'il convient de retenir est donc de 105 MdF se répartissant entre 65 MdF pour l'Amérique et l'Asie et 40 MdF pour l'Europe.

#### **1.1.2. Chiffres européens**

Ce chiffre de 40 MdF se subdivise à son tour en 15 MdF pour le trafic extra européen et 25 MdF pour le trafic intra-européen (à l'intérieur des quinze pays de l'Union Européenne) qui est le seul actuellement menacé.

##### **- Une forte progression**

En six ans (1991-1997), le chiffre global des ventes hors taxes en Europe a progressé de plus de 50 % passant de 26 MdF à 40 MdF, employant à ce jour plus de 150.000 personnes dont le tiers en emplois directs et deux tiers en emplois « induits ».

##### **- Des activités génératrices de marges**

Sur les 25 MdF de ventes intra-européennes, le chiffre d'affaires des producteurs est estimé à 15 MdF, le solde représentant la marge brute des vendeurs (concessionnaires et transporteurs). La Commission Européenne considère que le manque à gagner pour les Finances publiques européennes est de l'ordre de 13 MdF (2 Md ECU) ; il ne faut évidemment pas en déduire, comme ceci sera démontré ultérieurement, que la suppression des ventes hors taxes se traduira par de telles rentrées fiscales...

##### **- Principaux pays concernés**

Dans ce type d'études, il est nécessaire de distinguer les « producteurs » et les « vendeurs » pour retrouver l'impact national. Au niveau des producteurs (15 MdF), de l'ordre de 40

% des produits (alcools - parfums - mode) sont fabriqués en France, 30 % l'étant en Grande Bretagne. La France est donc la première concernée à ce titre.

En revanche, au niveau des ventes intraeuropéennes (25 MdF), le pays le plus concerné est la Grande-Bretagne avec 6,5 MdF, suivie de la Finlande : 4,5 MdF, le Danemark : 3,0 MdF, l'Allemagne, la France et la Suède étant à environ 2,0 MdF. Les neuf autres pays de l'Union Européenne se répartissent le reste (5 MdF) à raison de 1 MdF environ pour les Pays-Bas et l'Espagne, les autres Etats n'étant pas ou peu concernés !

Globalement, l'Etat le plus concerné (production et vente) est donc la Grande Bretagne, suivie de la France et dans une moindre mesure des trois pays scandinaves et de l'Allemagne.

## **1.2. CAS DE LA FRANCE**

L'ensemble des ventes hors-taxes pour la France représente donc 2,0 MdF. au titre des ventes intra-européennes ; au niveau de la production, le chiffre est de l'ordre de 6 MdF. (40 % de 15 MdF.), l'essentiel étant vendu dans les autres états européens.

C'est un chiffre global de 7 à 8 MdF. qui sera, à un titre ou un autre, touché directement par la suppression des ventes hors-taxes concernant, en première approche 25.000 personnes dont 8000 emplois directs, par déduction des chiffres européens.

## **1.3. CARACTERISTIQUES DU MARCHE**

### **1.3.1. - Les distributeurs**

	<b>FRANCE</b>		<b>EUROPE</b>	
	Chiffres (M.F.)	%	Chiffres (M.F.)	%
Aéroports	1.000	50	10.000	40
Compagnies Aériennes	100	5	2.500	10
Ferries	900	45	12.500	50
<b>TOTAL</b>	<b>2.000</b>	<b>100</b>	<b>25.000</b>	<b>100</b>

(Données ETRF hors Eurotunnel) (Chiffres arrondis)

#### **- Commentaires**

L'essentiel des ventes est donc réalisé dans les boutiques d'aéroport et les compagnies maritimes à peu près à égalité dans le cas de la France. Au niveau Européen, on note une part dominante des ferries en raison de l'importance des liaisons maritimes entre la Grande-Bretagne et l'Irlande ainsi qu'entre les pays scandinaves (mer Baltique).

#### **- Eurotunnel**

Les chiffres précédents n'intègrent pas les boutiques d'Eurotunnel qui, à Folkestone et à Coquelles, enregistrent globalement un chiffre d'affaires de l'ordre de 1,2 MdF., les achats étant réservés aux clients des navettes (le Shuttle).

### **1.3.2. Gestion des points de vente**

#### **- Gestion directe**

Les compagnies maritimes exploitent directement les boutiques hors taxes et exercent donc un contrôle direct sur les marges.

Les recettes liées au commerce hors-taxes sont essentielles à l'équilibre de leur exploitation ; elles représentent en moyenne 50 % de leur chiffre d'affaires et contribuent à hauteur de 80 % de leur marge.

Dans ce contexte, l'interdépendance entre le niveau des recettes du commerce hors-taxes et le prix du billet de transport apparaît clairement.

#### **- Gestion concédée**

Les aéroports et Eurotunnel concèdent à un ou plusieurs opérateurs l'exploitation de leurs espaces commerciaux, en contrepartie du versement par ces derniers d'une redevance exprimée en % du chiffre d'affaires de vente au détail.

Les taux de redevance sont différents selon les activités ; ils s'échelonnent en moyenne de 20 à 50 %, avec des taux qui se situent dans la fourchette haute pour les trois familles majeures que sont les alcools, les tabacs et les parfums/cosmétiques.

Outre la redevance sur le chiffre d'affaires, les concessionnaires doivent supporter des charges importantes (exploitation et personnel) compte tenu notamment d'une large amplitude horaire d'ouverture et de la nécessité de disposer d'un personnel qualifié et bilingue. Les coûts d'achat des marchandises varient bien sûr en fonction des volumes achetés, de la capacité de négociation de l'opérateur et de la visibilité des produits dans les points de vente.

Compte tenu de ces divers paramètres, on peut estimer que le résultat avant impôts des opérateurs se situe autour de 3 % ce qui rend indispensable un volume important d'activité et donc une taille critique pour les opérateurs.

#### **- Principaux concessionnaires**

Au niveau mondial, le premier opérateur est la société DFS (Duty Free Shoppers) propriété du groupe français LVMH dont elle assure le tiers du chiffre d'affaires ; elle est surtout présente en Asie et aura connu une baisse d'activité de l'ordre de 25 à 30 % sur le premier semestre 1998.

L'autorité aéroportuaire britannique BAA (British Airport Authority) a acquis en 1997, la société DFI (Duty Free International) et gère à travers cette société les boutiques de 14 aéroports américains dont New York (JFK et la Guardia) et Chicago (O'Hara).

Enfin, AER Rianta, propriété de l'Etat irlandais, assure l'exploitation aéroportuaire ainsi que la gestion des boutiques de l'aéroport de Dublin. Elle possède par ailleurs les concessions

relatives aux deux boutiques d'Eurotunnel, ainsi qu'aux boutiques des aéroports de Moscou, Shanghai, Chypre et Hong-Kong.

Ces trois groupes ont donc largement diversifié leurs réseaux de vente et, à l'exception du premier, moins diversifié, ont une situation financière saine.

Au niveau français, les commerces des aéroports de Paris et de Nice lesquels représentent à eux deux, plus de 80 % du trafic intra-communautaire, sont concédés principalement aux sociétés SARESCO et AEROBOUTIQUE.

### **1.3.3. - Spécificité des produits vendus par le commerce hors-taxes**

- Place majeure des produits français :

L'industrie des produits de luxe française, représentait en 1996 un chiffre d'affaires total de 105 milliards de Francs dont 58 % ont été réalisés à l'exportation.

L'industrie française occupe une place essentielle au sein du commerce hors-taxes mondial, 40 % des produits vendus dans le monde étant français.

La production française se distingue par son excellence au travers notamment des industries de la mode, du cuir et de la maroquinerie, du parfum, de la bijouterie, des arts de la table, des vins et champagnes et enfin de la gastronomie.

Cette industrie représente un grand nombre de métiers d'art et recouvre, en France, des réalités très diverses car elle repose non seulement sur de grands groupes mais également sur des PME et des PMI.

Il s'agit en général de maisons très anciennes, dotées d'un savoir-faire traditionnel reconnu et qui attachent une importance toute particulière à la formation de leur personnel, à la qualité de leur production ainsi qu'à l'image de leurs marques.

Depuis plusieurs années, la plupart de ces sociétés ont été contraintes de mener des programmes de restructuration interne, de rationalisation de leurs circuits de distribution et de développement de nouveaux produits, afin d'améliorer leur rentabilité d'une part, et en vue d'acquérir une dimension internationale compétitive d'autre part.

Dans ce contexte, on comprend que la présentation de leurs produits, voire l'implantation de boutiques de marques dans les zones commerciales hors-taxes revêt pour ces dernières un intérêt stratégique.

Il s'agit là d'un outil de promotion et de vente des produits français auprès de la clientèle internationale qui permet aussi de créer une demande sur les marchés étrangers. Ce soutien est d'autant plus essentiel pour les PME et PMI qui ne bénéficient pas de structure commerciale à l'exportation.

- Produits vendus et caractère attractif des prix de vente

En % des ventes totales	<b>Marché global</b>		<b>Aéroports</b>		<b>Ferries</b>	
TABAC	30 %		16 %		46 %	
		55 %		33 %		77 %
ALCOOLS	25 %		17 %		31 %	
PARFUMS		25 %		34 %		12 %
AUTRES		20 %		33 %		11 %

Globalement, les tabacs suivis des alcools sont les premiers produits vendus dans les boutiques hors-taxes, ces deux familles représentant à elles seules 55 % des ventes. Les parfums et cosmétiques occupent également une place importante avec 25 % des ventes totales.

Enfin, les produits « autres » qui représentent 20 % des ventes regroupent les activités évoquées précédemment, à savoir entre autres, la mode, la bijouterie, la gastronomie et les arts de la table qui ont été développées au fil des années avec un objectif de diversification.

Les disparités que l'on peut noter entre les divers réseaux de distribution seront analysées au point 1.3.4.

Cette structure des ventes est étroitement liée au niveau de « saving » offert au client pour chaque type de produit, le « saving » se définissant comme étant la différence entre le prix pratiqué dans les commerces hors-taxes et le prix public enregistré sur le marché domestique (détaillants, spécialistes, distributeurs sélectifs et hypermarchés).

En France, le poids des produits alcools/tabacs dans les commerces « duty and tax free » s'explique par un saving très attractif de l'ordre de 40 à 55 % par rapport aux prix publics domestiques.

En effet, il s'agit de produits normalement assujettis non seulement à la TVA mais également à des droits spécifiques (accises) ce qui contribue à créer un écart de prix significatif mais aussi à fragiliser ces produits pour l'après 1999.

Il est important de noter que ce taux de saving peut varier d'un Etat Membre à un autre en fonction du régime du pays en matière de TVA et accises et influencer ainsi sur les comportements d'achats.

Le taux de saving pour les parfums/cosmétiques est, en moyenne, de 20 % et peut atteindre 30 % selon les produits et les promotions ponctuelles mises en oeuvre par les opérateurs.

Le niveau de saving adopté présente un aspect de plus en plus stratégique depuis quelques années en raison d'une intensification de la concurrence sur le marché domestique qui a conduit au développement des chaînes de distribution sélectives et des politiques de discount.

Concernant les autres produits vendus en duty free, on note un saving moyen de l'ordre de 17 à 20 %.

#### **1.3.4. Caractéristiques de la clientèle**

- Dans le cas du transport aérien :

Il convient de noter que la clientèle du transport aérien s'est fortement élargie au cours des 10 dernières années, on constate par exemple que le trafic total des Aéroports de Paris est passé de 37 millions de passagers en 1987 à 60 millions en 1997, soit une progression de 62 %.

Cette évolution s'est accompagnée du fort développement des compagnies charters, qui ont vu le nombre de leurs passagers doubler sur cette même période. Ainsi, la baisse des tarifs de transports a eu pour conséquence de rééquilibrer la part des passagers « loisirs » et celle de la clientèle « affaires ».

Dans la perspective de la suppression des ventes hors-taxes aux passagers intra-communautaires, rappelons qu'en 1997 le trafic Union Européenne représentait une part significative du trafic total des principales places aéroportuaires françaises, soit 30,6 % pour Paris et 35 % pour Nice.

Les clients du transport aérien sont principalement des étrangers (60 % contre 40 % de clients nationaux). Ainsi que nous l'évoquions précédemment, 50 % des clients voyagent pour des raisons personnelles et l'on constate un taux de pénétration des boutiques hors taxes de l'ordre de 35 %.

L'analyse des motivations d'achat de cette clientèle montre en premier lieu que l'achat en duty free relève dans l'esprit du client, d'une démarche spéciale associée au plaisir du voyage, et que d'une façon générale il ne s'agit pas, pour ce dernier, d'achats de remplacements mais d'une dépense additionnelle ; les spécialistes parlent d'achat d'impulsion... On constate ainsi que les ventes hors-taxes représentent 85 % du chiffre d'affaires des boutiques des Aéroports de Paris, contre 15 % pour les ventes réalisées en zone publique.

Le tableau de synthèse figurant au point 1.33. montre que la répartition entre les types de produits achetés est équilibrée entre les alcools/tabacs (33 %), les parfums (34 %) et les autres produits (33 %).

L'acte d'achat est guidé par la perspective de réaliser une économie permettant éventuellement d'acquérir des produits de qualité supérieure pour un budget équivalent ; les achats d'impulsion sont nombreux face à la possibilité de tester de nouveaux produits et face à l'offre de produits vendus exclusivement en duty free.

Dans le cas particulier des ventes à bord réalisées par les compagnies aériennes, on peut noter qu'il s'agit d'achats d'opportunité effectués par une clientèle captive dont la motivation principale est d'occuper le temps du voyage.

La structure des ventes est comparable à celle des aéroports bien que l'offre proposée soit plus réduite compte tenu de la place disponible.

- Dans le cas du transport maritime :

D'une façon générale, les compagnies maritimes transportent essentiellement une clientèle « loisirs » dont les motivations sont les voyages touristiques et les excursions d'une journée. Il est important de noter la croissance spectaculaire du nombre d'excursionnistes dans le trafic

Transmanche ; il a été multiplié par 10 entre 1979 et 1997 et représente aujourd'hui 60 % du trafic total.

Le trafic Transmanche compte 75 % de passagers anglais et seulement 25 % de français, ces clients sont 96 % à embarquer leur véhicule personnel pour la traversée. La typologie de la clientèle est similaire pour ce qui est du trafic sur la Manche ouest, où 90 % des clients partent avec leur véhicule et où 80 % d'entre eux sont originaires de Grande-Bretagne.

Le comportement d'achat des passagers des compagnies maritimes est très spécifique puisqu'en effet l'achat de produits détaxés constitue souvent la raison principale du voyage, comportement facilité par le coût très bas du transport, sur courte distance. De fait, l'association de la traversée et des commerces duty free constitue un réel produit de tourisme.

La clientèle des ferries privilégie nettement les achats d'alcools/tabacs (3/4 des ventes), les parfums et autres produits représentant moins d'un quart des ventes.

Il ne s'agit pas dans ce cas d'achats d'impulsion, mais d'achats intentionnels guidés par l'avantage prix très significatif procuré sur les produits soumis aux accises que sont les alcools/tabacs.

Ceci est d'autant plus vrai pour les passagers en provenance de la Grande-Bretagne qui trouvent dans leur pays un taux d'imposition élevé sur ces produits.

Enfin l'une des caractéristiques de ce type de clientèle est d'acheter des volumes très importants de produits de consommation courante à prix moyens peu élevés (cigarettes, bière, apéritifs...), le stockage et le transport de ces marchandises étant facilité par la proximité du véhicule.

#### **1.4. - ATTITUDE DE L'ENSEMBLE DES PARTENAIRES**

La décision de mettre fin aux ventes hors-taxes remonte donc à décembre 1991 ; si les normes quantitatives pour les ventes hors taxes en tabac, alcools et parfums n'ont pas été modifiées, les seuils d'exonération pour les autres marchandises s'élevant à l'origine à 45 ECU, ont été portés à 90 ECU en 1994, une tolérance de 175 ECU étant donc admise, sans distinction entre achats intra-européens et extra-européens.

C'est la première raison de la hausse sensible des ventes mentionnée précédemment ; à cet élément s'ajoute sur les liaisons transmanches, la concurrence entraînée par l'ouverture du tunnel en 1994 qui s'est traduite par des surenchères en matière tarifaire, les prix de vente ne représentant qu'une faible partie du coût de revient du passager et la compensation étant opérée par le poids considérable des ventes hors taxes. Le phénomène s'est aggravé en 1997, certains tarifs de traversée ne dépassant pas 1 £ (10 FF.).

La période transitoire de sept ans et demi (décembre 1991-juin 1999) n'a non seulement pas été mise à profit pour préparer l'échéance de l'abolition, mais les divers partenaires ont, au contraire, redoublé d'efforts pour accroître ces ventes et imaginer des surfaces de ventes toujours plus importantes comme ce fut le cas dans certains aéroports.

Pourtant, la directive 91/680 du 16 décembre 1991 précisait que « la période transitoire... doit être mise à profit pour prendre les mesures nécessaires pour pallier à la fois les

répercussions sociales dans les secteurs concernés et les difficultés régionales, notamment dans les régions frontalières... ».

Les Etats, eux-mêmes, n'ont pris aucune disposition pour préparer l'échéance et ont rarement signé les accords bilatéraux qui étaient, par exemple, souhaités pour les liaisons maritimes entre deux pays. Ils ont, de plus, rarement fourni à la Commission Européenne les chiffres nécessaires à des études objectives comme ceci fut souhaité en 1996 sur le système de « contrôle par le vendeur » ; ainsi, la France ne participa pas à l'enquête...

Enfin, l'Union Européenne a abordé le plus souvent l'échéance de manière discrète jusqu'en 1997, puis fit preuve d'un certain autoritarisme ; il est vrai que l'idée de suppression était, dans l'esprit de beaucoup de partenaires, liée à une harmonisation fiscale et des droits d'accises prévue pour 1997 et qui n'a que peu progressé...

L'impréparation générale constitue donc un phénomène aggravant, le problème devant être maintenant traité « à chaud » dans un espace de temps inférieur à douze mois...



## **CHAPITRE 2 - CADRE DE LA SUPPRESSION DES VENTES**

La suppression des ventes hors taxes est susceptible d'intervenir dans un climat économique qui s'est beaucoup assaini, ces dernières années, l'impact du « marché unique » et les perspectives de la monnaie unique y ayant beaucoup contribué ; cette situation plutôt favorable permet de retenir pour certains secteurs d'activité des hypothèses financières et sociales moins difficiles à supporter, mais ce n'est évidemment pas le cas de tous les secteurs concernés.

Enfin, l'incertitude juridique sur les conditions d'application de la directive de 1991 rendra peut-être nécessaire une période d'étude complémentaire et d'élaboration de nouveaux textes dans l'esprit du marché unique et du développement des échanges intra-européens.

### **2.1. - LE CLIMAT ECONOMIQUE EUROPEEN**

Un document élaboré par la Commission Européenne sous l'autorité du Commissaire MONTI « le marché unique et l'Europe de demain » paru au printemps 1997, regroupe une trentaine d'études réalisées par des organismes indépendants sur les premiers effets du marchés unique et des aides régionales.

#### **- La croissance européenne**

Toutes ces études concluent à l'effet favorable du marché unique tant en termes de croissance que d'emplois ; sur le premier point, le chapitre « croissance, emplois et cohésion » estime à 1,5 point de croissance l'effet du marché unique dû principalement à l'allégement des procédures et au développement d'un climat concurrentiel.

Il précise et démontre que le développement du marché unique aura permis, en Europe, la création de plus de six cent mille emplois.

#### **- Les aides régionales**

Une autre étude consacrée à la politique régionale de la Commission Européenne « First report on Economic and Social Cohesion » (Novembre 1996) complétée par une analyse établie par la Chambre des Lords évalue à 2,4 millions le nombre d'emplois qui auront été créés (ou maintenus...) au titre des Fonds Structurels de l'Union Européenne pour une dépense de l'ordre de 150 Md ECU en cinq ans (soit 1000 MdF).

#### **- Conséquences nationales**

Ce climat positif est illustré par une croissance ininterrompue des marchés financiers depuis deux ans ; il a été facilité par des politiques économiques adaptées permettant d'envisager, avec prudence évidemment, une croissance de l'activité économique de l'ordre de 3 % tant en 1998 qu'en 1999, que seule une aggravation de la crise financière en Asie pourrait compromettre.

Ce haut niveau d'activité, sans inflation, a déjà permis d'accroître, de manière significative, à la fois les créations d'emplois et les échanges intra-européens, ce qui a des répercussions très positives sur les transports intra-européens, tant au niveau des passagers que du fret.

### - Transports européens

L'Aéroport de Paris connaît un rythme de croissance du trafic « passagers » de l'ordre de 4 à 5 % et prévoit le maintien d'un tel chiffre sur les quatre années à venir ; le fret connaîtrait lui aussi un rythme de croissance élevé de l'ordre de 6 %, soit le double du taux de croissance du produit européen, ces deux chiffres imposant, évidemment des investissements très élevés d'ici 2002, de l'ordre de quinze milliards de francs sur cinq ans.

Sur la Manche, et plus spécialement sur le Pas de Calais, le trafic maritime et celui d'Eurotunnel connaissent des chiffres très élevés depuis l'ouverture du tunnel. Alors que la croissance des passagers n'atteignait que 3 % par an de 1992 à 1996, le chiffre a dépassé les 10 % sur la période 1995 à 1997, et se maintient à ce très haut niveau depuis le début de l'année 1998 (trafic maritime + activité « Shuttle »).

Au départ de Calais, le trafic des véhicules qui s'élevait déjà à 10 % de croissance de 1992 à 1995 a connu une évolution de près de 20 % de 1995 à 1997 et se maintient légèrement en dessous de ce chiffre sur les cinq premiers mois de l'année 1998. Quant au fret, il connaît une progression de 20 % par an depuis trois ans, l'évolution atteignant même plus de 30 % depuis la fin de l'année 1997.

Sur ces bases, le trafic « Eurostar » sera tel que l'activité sera rentable dès 1999-2000, alors que le déficit d'exploitation était de l'ordre de 800 M.F. en 1996. Au delà des ventes hors taxes, élément essentiel du chiffre d'affaires des compagnies maritimes et du « Shuttle », ces déplacements ont, à la fois pour origine et conséquence, le développement exceptionnel des ventes transfrontalières, essentiellement dans la région de Calais qui concentre de plus en plus le flux des visiteurs.

Il conviendra d'avoir présents à l'esprit ces chiffres exceptionnels lorsque seront étudiés ces modes de transport.

## **2.2. - HYPOTHESES RETENUES POUR EVALUER L'IMPACT**

A ce stade de la réflexion, il est évident que l'impact de la suppression ne peut être étudié sans envisager la réaction des principaux acteurs économiques ; en effet, trop d'études ont été faites en supposant que les divers partenaires (transporteurs - commerçants - clients) assisteraient, sans réagir, à l'éventuelle suppression des ventes hors taxes.

Trois éléments doivent être pris en compte : l'élasticité de la demande par rapport aux prix, la nécessité du maintien de boutiques dans les aéroports et les compagnies maritimes - éléments constitutifs du transport et l'analyse de la réaction de la clientèle.

### **2.2.1. - Evolution de la demande de transport**

La plupart des études concluent à une élasticité de la demande par rapport aux prix de l'ordre de - 1, ce qui signifie qu'une hausse des prix de 10 ou 20 % entraînera une baisse de la demande du même ordre ; le raisonnement est évidemment trop global pour être retenu sans fixer des effets de seuil et sans avoir présent à l'esprit les autres composantes de la demande et du coût de revient.

Ainsi, pour le transport aérien, les redevances aéroportuaires ne constituent que 10 % environ du prix du billet, voire 20 % pour les transports intra-européens à courte distance ou par

vols « charters » ; une hausse de ces redevances a donc un impact réel mais limité au niveau du prix global du transport. En revanche, pour les « ferries », la hausse du prix du billet pourrait être beaucoup plus forte et influencerait directement sur la demande de transport.

Dans les deux modes de transport, la possibilité d'absorption d'une hausse des prix est évidemment fonction de l'état de la concurrence (autres aéroports, autres compagnies maritimes), de la situation financière des entreprises et du rythme de croissance permettant ou non « d'absorber » une période de crise et de difficultés financières et sociales.

Mais au delà de cet élément « demande de transport », il ne faut pas oublier l'effet direct au niveau du chiffre d'affaires et surtout de la marge de la demande de produits jusqu'alors vendus détaxés.

### **2.2.2. - Avenir des boutiques**

Le maintien des boutiques s'imposera pour des raisons financières et qualitatives, mais il supposera la solution de divers problèmes. Le poids des ventes hors taxes, en terme de chiffre d'affaires et de marges, sera largement explicité au chapitre suivant mais de telles ventes, taxes comprises, sont indispensables.

En effet, les infrastructures de transport conçues avant l'avènement du « Marché Unique » ne s'amortissent, s'agissant d'installations à terre (aéroports) ou en mer (navires de 10.000 à 30.000 tonnes de jauge brute), que sur des périodes de quinze à trente ans en moyenne. De plus, en l'absence d'une préparation à la suppression de ces ventes, ces boutiques ont souvent vu leurs surfaces s'accroître considérablement tant dans les aéroports (comparaison entre le terminal 2 F à l'aéroport Charles de Gaulle avec les terminaux précédents de l'aérogare 2 construits au début des années 1980) que sur les ferries (évolution du tonnage des navires tant chez SEAFRANCE que chez BRITTANY FERRIES, sans parler des bateaux scandinaves assurant la traversée de la Baltique...).

Enfin, l'absence de boutiques vendant des produits recherchés par la clientèle, fausserait totalement les conditions de concurrence avec les destinations proches non soumises à la réglementation européenne.

Citons des territoires tels les îles anglo-normandes ou certaines îles en mer Baltique pour les compagnies maritimes, ou des destinations plus proches des aéroports, comme la Suisse ou les Etats d'Europe Centrale qui ne rejoindront pas l'Union Européenne avant cinq à dix ans.

Mais il ne faut pas dissimuler qu'un tel maintien de boutiques sera difficile à assumer pour deux raisons essentielles :

- dans les aéroports, compte tenu des contraintes de trafic, il faudra admettre, d'un point de vue douanier, que puissent coexister officiellement des ventes hors taxes (hors Europe) et taxes comprises (« duties and taxes paid ») dans une même infrastructure ; l'exemple peut être trouvé dans le Terminal 1 de l'aéroport de Nice ou dans certains terminaux d'Aéroport de Paris. Le contrôle sera évidemment assuré par des cartes d'embarquement différentes avec une comptabilité différente, ce qui soulève des problèmes, solubles au niveau informatique.

- le problème majeur est, évidemment, la possibilité de maintenir des prix attractifs. Si l'écart de prix pour les biens soumis à TVA (de l'ordre de 20 %) est limité, il n'en va évidemment

pas de même pour les alcools et tabacs où l'écart peut atteindre 30 à 50 %. Or, ces produits sont davantage vendus à bord des ferries que dans les aéroports. Rappelons qu'ils représentent respectivement 75 et 33 % des ventes. La solution réside dans une compression inévitable des marges, parfois très élevées, de chacun des trois partenaires :

- . les producteurs qui voient dans ces boutiques un élément essentiel de leur politique de vente et qui souhaitent vendre avec des marges plus limitées, mais encore jugées acceptables ;

- . les concédants (les aéroports) ou les exploitants directs (compagnies maritimes) dont les marges brutes atteignent 20 à 50 % selon la nature des produits et qui devront vraisemblablement les réduire de moitié ;

- . les concessionnaires (exploitants des boutiques dans les aéroports) qui constituent le dernier élément de la chaîne dont les marges nettes, faibles en pourcentage, n'atteignent un niveau acceptable qu'avec le volume des ventes...

Certains aéroports (Nice, Londres) ont déjà expérimenté de telles dispositions avec la vente de produits, dans les boutiques hors taxes, dont le prix dépasse le seuil des 1200 F. De plus, il ne faut pas oublier que si la TVA française (20,6 %) est dans la moyenne européenne dont les taux s'échelonnent entre 15 et 25 %, les droits d'accises (alcools, tabacs) sont très inférieurs à ceux de nos partenaires européens britanniques, allemands ou d'Europe du Nord ; le client aura donc toujours intérêt à acheter, l'écart de prix devant demeurer positif, mais avec une moins grande amplitude qu'auparavant.

### **2.2.3. - Attitude de la clientèle**

Au delà du problème de prix évoqué précédemment, le client partiellement captif doit continuer ses achats « d'impulsion ».

En effet, le client est d'abord captif ; écartons, à ce stade, le client qui ne se déplace que pour acheter, en mer, des biens détaxés et qui constitue, ainsi que le soulignera le chapitre suivant, une partie très importante de la clientèle transmanche. Sous cette réserve, le passager, qu'il s'agisse d'une traversée maritime ou d'un déplacement aérien, a devant lui au minimum une heure trente à bord d'un bateau et une heure, voire deux heures, dans un aéroport, compte tenu des délais d'attente et de correspondance encore accrus par la saturation du ciel et des abords des aéroports.

Ainsi, la plupart des vols européens, en début et fin de journée, subissent en moyenne des retards de trente à quarante cinq minutes dont une partie retient le passager au sol (et l'autre en vol...).

Par ailleurs, le passager trouve dans ces boutiques une gamme de produits exceptionnelle tant par sa diversité que par sa qualité. En effet, si les achats de tabacs surtout importants, rappelons le, dans les trafics extra-européens, ne sont pas considérés comme des « achats d'impulsion », les autres produits sont davantage achetés dans une optique « festive » ou dans le cadre traditionnel d'un déplacement professionnel, d'où le nom parfois donné de « sorrygift »...

## **2.3. - LES CONDITIONS JURIDIQUES**

### **2.3.1. - Application automatique dans le droit français**

La transposition en droit français des dispositions communautaires relatives à la suppression des ventes hors-taxes au 30 juin 1999 n'a pas posé de problème ; en effet, la loi n° 92.677 du 17 Juillet 1992 portant mise en oeuvre par la République française, d'une part, de la directive européenne n° 91-680 complétant le système commun de la T.V.A. et modifiant, en vue de la suppression des contrôles aux frontières, la directive n° 77-388 et, d'autre part, de la directive n° 92-12 relative au régime général, à la détention, à la circulation et au contrôle des produits soumis à accises a été adopté par le Parlement français.

Bien plus, il semble que les dispositions concernant le régime transitoire d'exonération jusqu'au 30 juin 1999, de la T.V.A. (article 17.-II) et des droits d'accises (article 59) pour les livraisons par des comptoirs de vente aient été adoptées sans discussion. Dans ces conditions et dès le 1er juillet 1999, de tels achats seront-ils soumis au droit commun.

Néanmoins, de nombreuses études stipulent que les règles actuelles gouvernant les ventes toutes taxes payées ne conviennent pas aux transactions effectuées sur des points de vente mobiles, tels que bateaux, avions ou aéroglisseurs.

### **2.3.2. - La position de la Commission : la clarté des textes actuels**

La Commission exprime une position très nette sur les règles applicables à compter du 1er juillet 1999.

- En application de l'article 8 de la 6ème directive T.V.A., dans l'hypothèse d'une livraison de biens à bord d'un bateau, d'un avion ou d'un train et durant la partie du transport de passager à l'intérieur de l'Union européenne, le taux de T.V.A. applicable est celui du lieu de départ de la liaison.
- Le taux d'accises exigible dans une telle situation est celui du lieu d'embarquement de la marchandise, en application de l'article 6-1 de la directive de 1992. En effet, l'accise est exigible lors de la mise à la consommation du produit ; or, celle-ci se manifeste en cas de sortie d'un régime suspensif, comme la sortie de l'entrepôt de stockage.
- Les livraisons effectuées en eaux internationales ne sont pas exonérées de taxes, mais sont soumises au taux de T.V.A. et d'accises tels que définis ci-dessus. En effet, l'article 28 de la directive de 1992 qui fixe le régime transitoire d'exonération précise dans son « c » la notion de vol ou traversée intra-communautaire : « tout transport, par voie maritime ou aérienne, commençant à l'intérieur d'un état membre et dont le lieu d'arrivée effectif est situé à l'intérieur d'un autre état membre ». Le régime d'exonération fiscale propre à la haute mer n'a donc pas lieu de s'appliquer ici.
- Les produits entièrement consommés à bord, et uniquement ceux-là sont, au titre de l'avitaillement des bateaux et aéronefs et en application de l'article 23-5 de la directive de 1992, exonérés de taxes.

### **2.3.3. - La position de secteurs concernés : la théorie du « chaos »**

De nombreuses compagnies de ferries, notamment, contestent cette position de la Commission européenne et estiment, qu'à défaut de règles juridiques clairement établies, elles devront faire face, le 1er juillet 1999, à des situations inextricables.

Elles considèrent en effet, qu'en l'état actuel du droit, les règles sont les suivantes :

- la TVA applicable aux produits vendus sur un navire effectuant une liaison intra-communautaire serait celle du pays de départ de la liaison ;
- le taux d'accises applicable aux produits vendus sur un tel navire serait celui du pays des eaux territoriales où s'effectue la transaction ;
- une transaction effectuée hors des eaux territoriales d'un pays membre de l'Union européenne, c'est à dire dans les eaux territoriales d'un pays tiers, ou dans les eaux internationales, ou encore lors d'une escale sur un territoire exclu du champ d'application des directives européennes concernées, ne serait pas assujettie à ces taxes.

Dans une telle hypothèse, les compagnies devraient procéder à une véritable « valse des étiquettes », puisque si l'on prend l'exemple d'une liaison entre Roscoff et Cork, les taux applicables seraient tout à tour français, puis nuls, puis britanniques et enfin irlandais.

Au delà de ces incertitudes quant aux taux applicables, qui seront, souhaitons-le, levées par la Commission Européenne, il ne faut pas douter que des recours devant la Cour de justice de l'Union européenne seront formés, dans la mesure où des compagnies contestent déjà le principe exprimé par la Commission, selon lequel le passage dans les eaux internationales n'a pas à être pris en considération tant pour le paiement de la TVA que pour celui des droits d'accises.

Au regard de ces difficultés potentielles, il convient de s'interroger sur la nécessité de nouveaux textes.

#### **2.3.4. - De nouveaux textes nécessaires**

Face à cette incompréhension mutuelle de la Commission européenne et des secteurs potentiellement touchés par la suppression du « duty free », il conviendrait peut-être de revoir les textes afin de lever toute incertitude quant à l'interprétation des dispositions actuelles. Aussi, est-il souhaitable que la Commission communique rapidement (n'oublions pas que la suppression interviendrait dans moins d'un an) un document précisant officiellement l'interprétation qu'il convient de donner aux textes, afin de couper court à ces spéculations stériles et surtout de fixer clairement les règles du jeu permettant aux acteurs concernés de prendre leurs dispositions en connaissance de cause.

Simplement, n'oublions pas que, dans l'hypothèse du recours à une nouvelle directive, les textes traitant de questions fiscales nécessitent l'unanimité pour leur adoption. Or, seuls trois pays se sont récemment déclarés favorables à la substitution de la majorité qualifiée à l'unanimité dans le domaine fiscal : l'Italie, l'Autriche et la Belgique. Au demeurant, la France a toujours clairement marqué son attachement au principe de souveraineté dans le domaine fiscal.

Outre cette clarification des dispositions européennes, il est souhaitable également de disposer de règles douanières officielles au niveau national. En effet, les opérateurs, pour rendre compatibles leurs modes d'exploitation avec la réglementation, doivent impérativement disposer de normes claires concernant tant les franchises que les contraintes de séparations de stocks hors-taxes et toutes-taxes-comprises en cas de mixité de clientèle sur les lieux de vente.

#### **2.3.5. - De réelles perspectives d'harmonisation ?**

Au delà des aspects pratiques de l'application, nombreux sont ceux qui s'interrogent sur l'opportunité de la mise en oeuvre de la directive en regard du contexte juridique actuel.

La décision de la Commission européenne de supprimer les ventes hors-taxes a été prise en 1991, à une époque où les perspectives d'harmonisation fiscale des états membres étaient réelles. Or, force est de constater que sept années plus tard, elle n'est toujours pas au rendez-vous ; en effet, l'évolution vers le Marché unique se révèle beaucoup plus lente que prévue. Ainsi faut-il rappeler qu'au sein de l'Union européenne, il n'existe pas de régime fiscal uniforme ; bien plus, les taux de T.V.A. varient de 10 points et ceux d'accises de 1 à 10 !

Dans ces conditions, les études réalisées par les partisans du maintien du marché hors-taxes ne manquent pas de rappeler les propos tenus par le Commissaire Mario MONTI lors du Conseil ECOFIN de septembre 1997 : « la fiscalité a 15 ou 20 ans de retard sur l'harmonisation monétaire » et mettent bien entendu en exergue l'incohérence et l'inconséquence d'une application aveugle de la décision de 1991. Bien plus, il est très souvent remarqué que dans l'état actuel des choses, le seul marché unifié au sein de l'Union européenne est bien celui du duty free.

Certains acteurs vont même jusqu'à s'interroger sur la cohérence de la construction de l'Union européenne, arguant de l'irrationalité de la démarche consistant à progresser vers une harmonisation monétaire, puis fiscale et pour finir seulement politique.

La Commission, par la voix de Monsieur MONTI, réaffirme, quant à elle, sa volonté de parvenir à une réelle harmonisation fiscale. Tout en reconnaissant le retard pris sur le calendrier, elle met l'accent sur les avancées importantes opérées depuis 2 à 3 ans dans ce domaine, avec notamment l'adoption lors du Conseil ECOFIN de décembre 1996, du paquet contre la concurrence fiscale dommageable. Notons d'ailleurs que le Commissaire ne manque pas de préciser que la France avait manifesté un grand soutien à ce code de bonne conduite sur la fiscalité des entreprises.

### **2.3.6. - De nombreuses exceptions dans le système des taxes indirectes**

Nombreux sont ceux qui mettent en exergue les multiples systèmes dérogatoires existant déjà au sein de l'Union et qui, pourtant, ne sont pas considérés comme une quelconque entrave au marché communautaire.

Ainsi, l'article 3.3. de la directive 91/680 exclut-il expressément certains territoires de la législation fiscale communautaire. Nous pouvons citer pour exemple la commune italienne de LIVIGNO ou CAMPIONE, les îles CANARIES ou HELGOLAND, ou encore les territoires de CEUTA et MILILLA.

De la même façon pouvons-nous parler du régime particulier des livraisons de bien et les prestations de service à destination des organismes internationaux.

## **CHAPITRE 3 - IMPACTS SECTORIELS**

La mesure d'abolition des ventes hors taxes touchera, en premier lieu, les transporteurs aériens ou maritimes ainsi que leur environnement ; elle atteindra également les producteurs à des degrés divers.

Les transports subiront le choc dans des conditions très différentes : en effet, si le transport aérien, et plus spécialement les aéroports, seront fragilisés par la mesure de suppression, les compagnies maritimes, l'une d'entre elles en particulier, risquent de voir leur avenir compromis, avec des conséquences régionales extrêmement préoccupantes.

### **3.1.-LE TRANSPORT AERIEN FRAGILISE**

#### **3.1.1. AEROPORT DE PARIS (ADP)**

ADP est un établissement public exploitant l'ensemble des aéroports de la région Ile de France, dont deux grands aéroports à trafic commercial Orly et Roissy-Charles de Gaulle ; il constitue le septième ensemble aéroportuaire dans le monde et le deuxième en Europe, après Londres.

##### **- Les chiffres principaux**

ADP a accueilli, en 1997, plus de 60 millions de passagers dont 19 en trafic national, 22,5 millions en trafic international (hors Europe) et 18,5 en trafic européen.

La croissance moyenne du trafic a dépassé 7 % en 1996 et 2 % en 1997 ; pour les cinq prochaines années, la croissance moyenne envisagée est de l'ordre de 4 à 5 % par an, chiffre qui impose une forte progression des investissements annuels.

Le chiffre d'affaires 1997 est de 7,3 MdF dont 2,4 MdF au titre des redevances aéroportuaires (fonction de la masse des avions à l'atterrissage et des passagers au départ) et 1,1 MdF de redevances commerciales, l'autre moitié des recettes provenant des usagers d'installations, de l'assistance aéroportuaire et de prestations industrielles et domaniales.

Les investissements annuels connaissent donc une forte progression et sont, par exemple, passés de 1,8 MdF en 1995 à 2,2 MdF en 1997 avec l'ouverture d'un nouveau terminal en mars 1998 à Roissy, le terminal « 2F » ; ils devraient atteindre 2,5 MdF en 1998 et près de 3 MdF les années suivantes.

ADP, bénéficiaire de 800 MF avant impôt (400 MF après impôt) parvient à autofinancer ses « opérations en capital » à hauteur de 70 %, ce qui lui permet de maintenir un niveau d'endettement (7 MdF) voisin des fonds propres (7 MdF également).

##### **- Les recettes globales provenant des ventes hors taxes**

Deux tiers des recettes commerciales, soit 700 millions de Francs, proviennent des ventes hors taxes. Ce chiffre, de l'ordre de 10 % du chiffre d'affaires d'ADP, représente la redevance perçue sur les ventes des boutiques hors taxes qui ont atteint près de 2,2 MdF en 1997, en



progression de 23 % sur deux ans. L'essentiel de la progression provient des ventes intervenues à Roissy Charles de Gaulle, alors que celles d'Orly stagnent, suite à des transferts de trafic déséquilibrant l'activité de l'établissement public et l'amenant à anticiper des investissements de capacité à Roissy.

Ces ventes sont, pour l'essentiel, concédées à deux sociétés, SARESCO et AEROBOUTIQUES.

#### - Les recettes intra-européennes

Le chiffre de 700 millions de Francs se décompose, à son tour, en 450 millions de Francs pour le trafic international et 250 millions de Francs pour le trafic intraeuropéen. La marge nette provenant de ce trafic s'élève à 200 millions de Francs, soit le quart de la marge globale avant impôt qui atteint 800 MF, ce qui est extrêmement important. Rappelons qu'à la différence des compagnies maritimes, les ventes sont équilibrées, 1/3 provenant des alcools, tabacs (qui seront donc soumises dans l'avenir à la TVA et aux accises) et les 2/3 provenant des ventes de parfums, cosmétiques et produits divers (mode - gastronomie - électronique) qui seront soumises au taux normal de la TVA de 20,6 %.

#### - impact de l'abolition pour ADP

La marge nette de 200 MF serait ramenée à 70 MF, soit une dégradation de 130 MF de marge par ADP et d'environ 200 MF de chiffre d'affaires pour les concessionnaires, susceptibles d'entraîner chez ces derniers, la disparition de 200 à 300 emplois.

La perte des deux tiers de la marge s'explique ainsi :

. l'écart de prix sur les « tabacs - cigarettes » sera tel, par rapport aux prix hors taxes, compte tenu du poids des accises, que l'établissement public supprimera vraisemblablement de telles ventes ; éventuellement, il ne pourra continuer à assurer ces ventes qu'avec un taux de redevance voisin de zéro.

. pour les alcools, achat d'impulsion tel que défini précédemment, la situation est moins nette et les ventes pourraient être maintenues à 50 %, si les producteurs, les concessionnaires et l'établissement public concédant réduisent, respectivement, leurs marges et leurs redevances, dans les conditions indiquées précédemment.

. enfin, les autres produits dont les parfums et cosmétiques verraient leurs ventes baisser de l'ordre de 20 à 30 % seulement, si la TVA est prise en compte à la fois par les producteurs et ADP qui accepteraient, là aussi de réduire leurs marges et redevances.

Globalement, la marge nette passerait de 200 à 70 MF, soit :

25 %	X 800	= 200	12%	X 600	70 MF
Redevance	Chiffre d'affaires		Nouvelle redevance		Nouveau chiffre d'affaires

Cette compensation de 35 %, par rapport à une suppression totale, impose des efforts au niveau de l'organisation des boutiques et des ventes, auxquels ADP a réfléchi depuis plusieurs années. Il convient de souligner, cependant, que compte tenu des différences d'accises entre la

France et la Grande Bretagne, ADP bénéficiera, au niveau de ses ventes, même « taxes comprises », d'atouts non négligeables en termes de prix.

Néanmoins, une chute de marge de 130 MF est difficile à supporter pour un établissement soumis à une triple contrainte :

- nécessité d'ouvrir à la concurrence, à la demande de la Commission Européenne, le secteur de l'assistance aéroportuaire ;
- nécessité, pour rester compétitif, de limiter les hausses de redevance ;
- nécessité, enfin, de poursuivre un programme d'investissements très élevé.

Face à ces contraintes et à un trafic vers l'Asie qui, après avoir augmenté de 7 % en 1997, risque de baisser assez nettement, plusieurs pistes s'offrent à l'établissement public.

- Réactions possibles :

Trois semblent dignes d'être étudiées, elles seront reprises au chapitre 4 :

. la poursuite de la politique mentionnée précédemment en faveur des boutiques, en renforçant « la spécificité de l'offre et la présence de marques de notoriété », en dehors du champ traditionnel des ventes hors taxes ; à cette stratégie s'ajouteraient de nouveaux services tels la pré-commande ou la réservation de certains articles, la multiplication de nouvelles activités demandées par les passagers (entretien de véhicules, voiturage) et des programmes de fidélisation pour les voyageurs professionnels ;

. un rythme d'investissements légèrement revu à la baisse, les transferts de compagnies d'Orly vers Roissy étant réexaminés ;

. enfin, l'ultime moyen semble être une hausse des redevances aéroportuaires, à utiliser en dernier recours. Elle devrait être de 5 % si elle s'applique à l'ensemble du trafic ou de 12 % si elle ne concerne que le trafic intra européen. Ce chiffre, cité à diverses reprises par l'établissement public, est du même ordre de grandeur que celui annoncé par l'aéroport de Londres et autorisé par l'Administration des Transports (au maximum 16 %).

- l'exemple de LONDRES

Londres est le premier aéroport au monde pour le trafic international, Paris étant le deuxième. Pour mémoire, la part du trafic international des grandes plates-formes américaines est relativement limitée. Paris est donc en concurrence directe avec Londres et ne peut, bien entendu, se désintéresser de sa situation.

Londres, ou plutôt l'Autorité Aéroportuaire (BAA), privatisée il y a une dizaine d'années, accueille 103 millions de passagers soit 70 % de plus qu'ADP ; cet écart s'explique en particulier par la gestion de sept aéroports (trois à Londres et quatre dans le reste du Royaume Uni). A HEATHROW, principal aéroport londonien, la surface globale des boutiques atteint 19.000m<sup>2</sup>, contre 7.500m<sup>2</sup> pour l'ensemble des aéroports parisiens.

Les redevances commerciales intra-européennes représentent 700 MF (contre 250 MF pour ADP), BAA exploitant essentiellement par le biais de sa filiale « Duty Free International » ; l'abolition des ventes hors taxes est susceptible d'entraîner pour Londres une perte de recettes de 0,4 MdF (soit 60 % des redevances) malgré les efforts entrepris. Un tel choc serait susceptible d'entraîner le licenciement de 2000 à 3500 personnes sur les sept aéroports britanniques.

### **3.1.2. - AEROPORT DE NICE ET LA REGION NICOISE**

Il s'agit du deuxième aéroport français avec 7,4 millions de passagers dont 4,4 millions pour le trafic domestique, 0,4 millions pour les vols internationaux -hors Europe et 2,6 millions de passagers sur l'Europe, soit 35 % du trafic global.

#### **- Ressources**

Le chiffre d'affaires atteint 473 MF dont 38 % dus aux redevances aéronautiques et 22 % aux redevances commerciales (100 MF). Les redevances proviennent de boutiques dont le chiffre d'affaires atteint 700 MF dont 45 % proviennent des locations de voitures, 20 % de la restauration et donc 230 MF des commerces.

#### **- Ventes hors taxes**

Les commerces sous douanes représentent un chiffre d'affaires de 150 MF (donc 65 % du chiffre global des commerces) et procurent une redevance de 53 MF dont 38 MF au titre des boutiques hors taxes, soit 8 % du chiffre d'affaires de l'aéroport (contre 3,5 % pour ADP).

30 % des ventes hors taxes proviennent des « alcools-tabacs », 22 % des « parfums » et donc 48 % « autres produits » ce qui est un niveau assez exceptionnel et prometteur pour l'avenir.

#### **- Perspectives après l'abolition**

Malgré les chiffres précédents, l'aéroport de Nice craint de perdre 60 % de sa redevance, soit environ 23 MF (ou 5 % du chiffre d'affaires global). L'aéroport, concession de la Chambre de Commerce de « Nice -Côte d'Azur », envisage de mettre l'accent sur la mode et la bijouterie, compte tenu de sa clientèle. La perte de chiffre d'affaires au niveau des boutiques représenterait de l'ordre de 100 MF. menaçant l'emploi de quelques dizaines d'employés.

Au delà de ces efforts concernant la vente de nouveaux produits, l'aéroport envisage également la prise en charge partielle avec les producteurs et les concessionnaires (principalement SARESCO et Aéroboutiques) de la TVA, ainsi qu'il a déjà commencé à le faire pour les ventes supérieures à 1200 F., norme tolérée pour les ventes hors taxes au niveau européen.

#### **- Région de GRASSE**

Le problème des ventes hors taxes se pose également au niveau régional dans le domaine de la production des parfums dans la ville de GRASSE ; ce sujet sera examiné ultérieurement dans le rapport.

Enfin, mentionnons l'important salon « Tax Free » qui se tient à Cannes, chaque année et qui a un gros impact sur la région.

### - Le Salon « Tax Free » de Cannes

Ce salon, très important pour la ville de Cannes, accueille au Palais des Festivals, 500 entreprises du monde entier et près de 12000 personnes à la fin du mois d'octobre.

En terme d'image, il s'agit de la deuxième manifestation (après le Festival du Film en Mai) et de la première en termes économiques puisque les 30.000 nuitées et les achats opérés en ville représentent des retombées voisines de 400 Millions de Francs...

Il est difficile d'envisager l'impact que pourrait avoir sur ce salon la disparition des ventes hors taxes dans le trafic intra-européen.

### **3.1.3. - AEROPORT DE TARBES**

Il s'agit d'un aéroport régional très spécifique. En effet, si son trafic global ne le place qu'au 18ème rang des aéroports français avec l'accueil de plus de 500.000 passagers, il se situe au 7ème rang pour le trafic intraeuropéen avec près de 400.000 passagers.

La clientèle est essentiellement composée de pèlerins se rendant à Lourdes, d'origine italienne, irlandaise, espagnole et allemande.

Le chiffre d'affaires de l'aéroport est de l'ordre de 45 M.F. dont près de 10 % procurés par les redevances commerciales ; l'établissement est une concession de la Chambre de Commerce et d'Industrie de Tarbes. Les boutiques hors taxes d'une surface de 300 m<sup>2</sup> sont gérées par un concessionnaire local et assurent à l'aéroport une redevance de l'ordre de 4 MF pour un chiffre d'affaires supérieur à 20 MF.

Plus de vingt personnes sont employées dans ces boutiques qui pratiquent des prix très compétitifs pour une clientèle aux revenus assez modestes. Il convient, de plus, de souligner que le département des Hautes-Pyrénées connaît une situation de l'emploi assez dramatique, de nombreuses entreprises industrielles ayant fermé leur porte ou étant susceptibles de réduire leurs effectifs.

Le problème posé est triple :

- les redevances commerciales assurent l'équilibre de la concession et même la totalité de la marge (3 MF) ;
- le tabac et l'alcool représentant 57 % des ventes (31 % à ADP) ; la reconversion des boutiques sera difficile ;
- le contexte local ne permet guère de résoudre rapidement les problèmes sociaux.

Il s'agit donc d'un exemple d'aéroport régional, comme il en existe beaucoup dans d'autres pays, situé en périphérie des grands flux aériens ; de plus, l'établissement a entrepris un important programme d'investissements (réaménagement de l'aérogare) de l'ordre de 200 MF, financés sur quatre ans qui prendra fin en l'an 2000 « Année Sainte » où Lourdes prévoit d'accueillir 5 millions de pèlerins.

### **3.1.4. - LES COMPAGNIES AERIENNES**

Le trafic assuré par les compagnies aériennes françaises a représenté environ 45 Millions de passagers dont 23 % en trafic intraeuropéen (et 53 % en trafic domestique).

Air France assure près des trois-quarts de ce trafic global, AOM et Air Liberté assurant chacune plus de 5 % du trafic.

L'impact des ventes hors taxes à l'intérieur de l'Union Européenne est très faible pour les compagnies régulières dont la durée de vol très courte (une à deux heures) ne permet pas d'assurer ces ventes.

En revanche, pour les compagnies opérant des vols réguliers ou non réguliers telle CORSAIR, filiale du groupe « Nouvelles Frontières », les ventes représentent une quinzaine de millions de Francs, soit moins de 1% du chiffre d'affaires voisin de 2 milliards de Francs. Sur le chiffre de 15 millions de Francs, les ventes hors taxes intraeuropéennes représentent environ 3 millions de Francs, dont une partie revient au personnel de bord (Source BIPE - Conseil).

La suppression des ventes ne manquera pas d'avoir un impact, plus ou moins limité, sur le prix du billet...

### **3.2. - LE TRANSPORT MARITIME TRES COMPROMIS**

Après le transport aérien (aéroports et dans une plus faible mesure les compagnies aériennes), le transport maritime sera, à son tour, très sérieusement atteint, une des deux principales compagnies voyant même son avenir compromis.

Après un examen rapide de la situation de la marine marchande française, l'étude portera sur le trafic transmanche pris dans son ensemble, spécialement avec l'arrivée d'un nouvel acteur en 1995 qui a bouleversé l'évolution et la tarification des passages. Ce nouvel élément a amené les compagnies étrangères à se renforcer et même à se rapprocher.

A côté, les compagnies françaises, Seafrance pour la traversée Calais-Douvres et BRITTANY FERRIES essaient de résister, mais l'abolition des ventes hors taxes est susceptible de réduire les recettes de ces compagnies et l'augmentation nécessaire des tarifs pourrait entraîner à son tour une baisse de fréquentation. Ce double effet ne manquera pas d'avoir des conséquences dramatiques sur la région de Calais, plus limitées pour la Bretagne.

Ceci pose, à terme, le problème de la présence du « pavillon français » sur la Manche Ouest et surtout sur le « détroit ».

#### **3.2.1. - LA SITUATION DE LA MARINE MARCHANDE FRANCAISE**

##### **La flotte**

La flotte française compte actuellement au total 210 navires pour un total de jauge de 6,3 millions de tonnes. Alors qu'elle occupait le 5ème rang en 1962, puis le 19ème en 1987, elle n'est plus qu'au 27ème rang dans le monde... Même au seul niveau européen, elle figure à un rang

très moyen puisqu'elle n'est que 7ème sur les 13 états maritimes de l'Union Européenne, derrière la Grèce, la Grande Bretagne, l'Italie, l'Allemagne, le Danemark et les Pays-Bas.

### **Les marins**

Elle n'emploie plus que 9000 marins dont 55 % (soit 5000) appartiennent à des compagnies de « ferries », deux traversant la Manche (Ouest pour Brittany Ferries, Est pour Seafrance) et l'autre traversant la Méditerranée (SNCM). L'avenir des deux premières compagnies qui emploient, en moyenne annuelle, respectivement 2000 et 1200 marins, est donc décisif pour la flotte marchande française.

### **3.2.2. - SITUATION DU TRANSMANCHE**

Le trafic global des ferries concentré sur quatre zones (Manche-Mer du Nord-Mer d'Irlande-Baltique) dépasse les 80 millions de passagers par an, dont près de 40 millions sur le Transmanche qui, à lui tout seul, représente donc la moitié du trafic européen.

#### **- Concentration du trafic**

Sur cette zone, le trafic s'est concentré sur le port de Calais qui, avec 21 millions de passagers représente 75 % du trafic maritime contre 59 % en 1992.

Calais est devenu un des premiers ports du monde pour le trafic « passagers ». En revanche, les trois ports voisins (Boulogne, Dieppe et Dunkerque) ne représentent plus que 8 % du trafic contre 19 % en 1992.

Enfin, les ports normands et bretons (du Havre à Roscoff en passant par Cherbourg) font 17 % du trafic contre 22 % en 1992.

### **Evolution globale sur le Transmanche**

Globalement, le trafic, y compris pour Eurotunnel (le Shuttle) a évolué ainsi :

(en millions de passagers)

	1986	1992	1994	1995	1996	1997
Manche Ouest	3,5	5,8	5,9	5,7	5,6	5,6
Détroit	13,4	17,6	21,4	19,8	20,3	22,5
Eurotunnel				4,9	8,7	9,2
TOTAL	16,9	23,4	27,3	30,4	34,6	37,3

De ce tableau, il ressort clairement trois éléments :

- la stagnation du trafic global sur l'ouest de la Manche qui n'a connu aucune évolution depuis 1992 ;
- la montée en puissance rapide d'Eurotunnel où la navette (le trafic « Eurostar » est compté à part) connaît un trafic voisin de 10 millions de passagers, bien répartis entre anglais (60 % du trafic) et français (40 %) ;

- la résistance des ferries qui connaissent une croissance, certes, modeste, mais réelle.

Ceci confirme un élément déjà remarqué lors des mises en service des TGV : un nouvel investissement génère sa propre clientèle et ne pénalise pas nécessairement, à moyen terme, les investissements les plus anciens. Ainsi, pour la traversée du détroit, le volume de 9 millions de passagers du Shuttle entre 1994 et 1997 n'a pas enlevé de clientèle aux compagnies maritimes.

**Evolution des compagnies maritimes**  
(en millions de passagers)

	1986	1992	1994	1995	1996	1997
SNAT.Seafrance	1,8	2,8	3,5	3,3	2,1	3,8
P & O + STENA	8,9	11,2	14,1	12,9	14,6	15,0
HOVER SPEED	1,5	2,0	2,2	2,1	2,7	3,4
TOTAL (Détroit)	12,2	16,0	19,8	18,3	19,4	22,2

Notons d'abord que le léger écart entre les deux tableaux (de l'ordre de 1 million) est dû à la disparition de Compagnies telles SALLY qui n'ont pu résister à la concurrence.

Par ailleurs, le dernier tableau souligne la part prépondérante tenue par P & O, et Stena, Compagnies respectivement britannique et suédoise. La deuxième a, jusqu'en 1995, été associée à SNAT (Seafrance) puis a fusionné sur cette liaison avec P & O en mars 1998. Cependant, Seafrance et Hoverspeed ont bien résisté en 1997 atteignant le tiers du marché.

**Répartition des trafics « passagers » et « fret »**  
**entre compagnies maritimes et Eurotunnel**

Passagers	1995	1996	1997	1998 (Prév.)
Ferries	79 %	68 %	70 %	56 %
Eurotunnel	21 %	32 %	30 %	44 %
Fret	1995	1996	1997	1998
Global (millions de poids lourds)	1,08	1,28	1,51	2,10
Ferries	64 %	60 %	82 %	62 %
Eurotunnel	36 %	40 %	18 %	38 %

(fin 1996, incendie dans le tunnel : trafic perturbé début 1997)

En valeur absolue, les compagnies maritimes ont bien résisté ; en revanche, leur part décline tant pour les passagers que pour le fret au profit d'Eurotunnel. Plus généralement, on peut prévoir un certain équilibre pour les passagers dans les prochaines années (environ 50 % - 50 %), alors que pour le fret, en progression de 25 % par an, ce qui est considérable, les compagnies maritimes devraient stabiliser leur part à 60 %.

**3.2.3. - SITUATION D'EUROTUNNEL**

### **- Présentation**

La société franco-britannique, possédée à 58 % par les banques et institutionnels et à 42 % par le public, exploite à la fois des navettes passagers et fret (Shuttle) et permet le passage à des trains rapides (Eurostar) ou à des trains de marchandises. Elle aura connu en 1997, année de remise en service du tunnel après l'incendie de novembre 1996, un chiffre d'affaires de l'ordre de 5 MdF ; elle aura atteint l'équilibre des comptes, hors frais financiers, dont le poids a diminué (de 6 MdF à 3 MdF) compte tenu de la renégociation de la dette.

### **- Poids des ventes hors taxes**

Sur 5 MdF, les ventes hors taxes représentent environ le quart ; deux boutiques (à COQUELLES et FOLKESTONE) non prévues au départ, vendent à une clientèle essentiellement britannique, principalement alcools et tabacs (75 % des ventes) ; environ un tiers des passagers achètent pour un montant moyen de 300 F.

La société qui souhaite maintenant davantage s'intégrer à l'économie environnante, pense que les ventes dans les boutiques gérées par AER RIANTA ne diminueront que d'un tiers (soit 400 MF) et que le personnel sera conservé pour l'essentiel. Cette moindre vente de produits sera compensée par la très forte croissance du trafic et des parts de marché.

EUROTUNNEL s'efforce déjà de promouvoir des produits vendus taxes comprises et considère que, compte tenu de la différence d'accises, la vente côté français, à travers sa boutique transformable en « cash and carry », devrait atteindre rapidement des niveaux satisfaisants.

### **3.2.4. - SITUATION DE P & O**

Rappelons que la société exploite sur le détroit, par le biais de la société « P & O - STENA » qu'elle contrôle à 60 %. Cette fusion, autorisée par la Commission Européenne pour trois ans, a démarré en mars 1998 ; afin de limiter l'impact de ce regroupement, seuls six navires sont en service.

### **- Présentation**

A la différence des autres sociétés maritimes qui comptent moins de deux mille employés chacune, P & O est une des premières compagnies maritimes mondiales avec un chiffre d'affaires supérieur à 50 MdF. et un bénéfice voisin de 5 MdF. ; elle est présente dans le domaine du vrac, des conteneurs, des croisières et de l'immobilier et son activité « ferries » ne représente que 11 % de son chiffre d'affaires et 12 % de ses résultats.

Elle a donc les moyens de soutenir une concurrence très vive et le regroupement opéré l'a encore renforcée.

### **- La fusion P & O - Stena sur la Transmanche**

Cette fusion a permis de réduire, sur ce secteur, les charges de 750 MF, par des regroupements administratifs, des fermetures de lignes et des licenciements ; par ailleurs, le coût



global des équipages britanniques est inférieur de 20 à 30 % aux coûts français (problème des charges sociales, en particulier).

Sur un plan strictement économique et financier, la société dont 40 % des recettes proviennent encore des ventes hors taxes, s'est donc pleinement préparée à leur disparition et à une concurrence accrue avec Eurotunnel.

Les deux compagnies françaises (sur le détroit et à l'Ouest) partent donc dans cette nouvelle compétition avec un handicap considérable.

### **3.2.5. - LES COMPAGNIES MARITIMES FRANCAISES ET LES IMPLICATIONS REGIONALES**

#### **3.2.5.1. - SEA FRANCE**

##### **- Situation de Sea France**

Avec 1 MdF de chiffre d'affaires et 3,8 millions de passagers transportés, la compagnie a connu une très belle année 1997 et accroît légèrement sa part de marché maritime début 1998. Elle emploie 1200 personnes dont 400 se consacrent aux ventes hors taxes. Elle a quatre navires dont un dédié au fret.

##### **- Les ventes hors taxes**

Elles représentent 560 MF en 1997, soit la moitié du chiffre d'affaires, alors que ces ventes n'en représentaient que 20 % en 1991. Les autres recettes sont constituées principalement par le fret (30 %) et la vente des tickets ne représente que 10 à 15 % des recettes globales... Il convient de souligner qu'en cinq ans, le prix du billet et les tarifs « fret » ont été divisés par deux, mesures rendues nécessaires par l'offre excédentaire existant sur le détroit. Ainsi, le prix moyen du billet par passager ne dépasse pas 25 F. avec des offres à 10 F.... mais, en contrepartie, les passagers achètent, à bord, pour 130 F. en moyenne.

De tels prix ont permis de développer la clientèle et de compenser ainsi la concurrence faite par l'arrivée d'Eurotunnel et le renforcement de la compagnie britannique.

Comme pour les autres compagnies maritimes, l'essentiel des ventes provient des « alcools » et « tabacs », produits particulièrement recherchés, compte tenu de l'écart de prix avec les ventes « taxes comprises » en Grande-Bretagne.

##### **- La clientèle**

Plus de trois quart des passagers sont britanniques et 60 % sont des « excursionnistes », c'est à dire qu'ils font l'aller et retour dans la journée pour des achats à bord (hors taxes) et éventuellement à terre (taxes comprises) ce qui est essentiel au commerce Calaisien. La marge revenant à la compagnie est de l'ordre globalement de 375 MF essentiels pour une compagnie qui a pratiquement équilibré ses comptes en 1997, sans aide de l'Etat, ni de son actionnaire unique, la SNCF.

##### **- Perspectives après l'abolition**

Il est évident que, vu le poids considérable des ventes hors taxes (chiffre d'affaires et marge), la situation s'annonce dramatique pour la compagnie. En effet, l'abolition des ventes hors taxes aura un double effet :

- baisse très sensible des ventes à bord malgré les efforts de redéploiement vers d'autres produits ; il est logique d'envisager une baisse de l'ordre de 60 %, compte tenu des produits vendus, même si la différence d'accises entre la France et la Grande Bretagne les rendra toujours « intéressantes »...; En revanche, la marge prélevée par la compagnie sera beaucoup plus faible !
- à cet effet mécanique, s'ajoutera celui provoqué par la nécessaire hausse du prix du billet qui devrait atteindre en théorie 50 à 100 % selon les tarifs. Une telle augmentation est susceptible d'entraîner une baisse de clientèle de l'ordre de 60 % des excursionnistes, soit globalement une perte supérieure à 35 % des passagers globaux (soit 1,4 million).

Au total, et malgré des efforts réels de diversification vers la vente d'autres produits et de développement d'une activité de « tour operator », la Compagnie estime qu'elle perdra plus de 300 MF par an, ce qui n'est évidemment pas acceptable.

Il n'est pas envisageable de réduire le nombre de bateaux en exploitation, qui permettent d'assurer quinze rotations par jour, ce qui constitue un minimum.

L'application brutale de la décision de suppression des ventes hors taxes se traduirait donc inévitablement par la disparition de la Compagnie ce que confirment les diverses études affectées à ce jour (Roland BERGER-BIPE - Administration britannique...)

### **3.2.5.2 IMPACT DE L'ABOLITION EN CALAISIS**

L'impact pour la région de Calais sera double :

- l'éventuelle disparition de Seafrance,
- l'effet induit sur les activités commerciales
- Eventuelle disparition de Seafrance

Au delà des 1200 marins, la disparition de la compagnie maritime provoquerait la perte d'emploi de cinq cents personnes supplémentaires (employés du port, responsables de l'avitaillement...) soit globalement 1700 personnes.

- Effets induits pour Calais

Les excursionnistes et les touristes constituent un apport essentiel à la vie économique de Calais et de sa région. Au total entre 3 et 4 millions de passagers « day-trippers » pourraient être perdus par la Ville de Calais et par les commerces périphériques. En effet, selon des études effectuées auprès d'hypermarchés de la périphérie de la ville, environ 20 % du chiffre d'affaires provient de la clientèle britannique et plus spécialement des « excursionnistes ».

A ces estimations, il convient d'ajouter les achats dans les centres « cash and carry » spécialisés dans les ventes d'alcools et de tabacs, taxes comprises dont le chiffre devrait,

partiellement, se maintenir dans l'avenir. Aucune étude ne permet de donner de chiffre d'affaires précis, mais certains journalistes britanniques parlent de 10 à 15 milliards de Francs...

Plus globalement et avec plus de précision, les enquêtes menées auprès de commerçants, d'hôteliers et de restaurateurs estiment à 2 milliards de Francs la baisse des achats effectués par la clientèle britannique ce qui provoquerait la perte d'environ 2000 emplois (directs et induits).

Au total, ce sont donc de l'ordre de 3700 emplois et 3,2 milliards de chiffres d'affaires qui sont en péril à Calais et dans la région, dans un secteur où le taux de chômage est de 20 % ; il y a donc un risque, sauf mesures importantes évoquées au chapitre suivant que le taux dépasse à fin 1999 les 27 %...

### **3.2.5.3. BRITTANY FERRIES**

La compagnie créée en 1973 par Alexis GOURVENNEC devait, au départ, assurer le transport de produits agricoles de Roscoff vers la Grande Bretagne.

Elle s'est ensuite développée et assure des liaisons au départ de ports bretons (Roscoff-St-Malo) ou normands (Caen-Cherbourg) vers la Grande Bretagne (Plymouth, Portsmouth) ou l'Irlande (Cork).

#### **- Les chiffres**

La compagnie, contrôlée par des intérêts bretons et les diverses collectivités locales bretonnes ou normandes, a connu en 1997 un trafic de 2,6 millions de passagers, avec 7 navires, soit 40 % environ du trafic « Manche ouest », le reste étant assuré par Irish Ferries et P & O European Ferries.

La Société, bien que située à l'Ouest de la Manche, a beaucoup souffert en 1994-95 de l'ouverture du tunnel et de la faiblesse de la livre britannique tombée aux environs de 8 F.

#### **- L'évolution de la compagnie**

Le redémarrage a été assuré en 1995 par des aides en capital des Régions (avec clause de retour à meilleure fortune) et de l'Etat, des banques et des ristournes sur les redevances portuaires, l'ensemble étant actuellement examiné par la Commission Européenne. Un plan social a ramené les effectifs en moyenne à 2000 personnes dont 330 employées pour les ventes hors taxes. Enfin, le passage de la livre de 8 à 10 F. a permis d'améliorer le niveau des recettes.

#### **- Les ventes hors taxes**

Sur un chiffre d'affaires de 1,7 MdF, les ventes hors taxes représentent 20 % soit 340 MF contribuant à hauteur de 200 MF à la marge. La clientèle composée à 75 % de britanniques, ne connaît pas le phénomène des « excursionnistes » largement présents sur le détroit. De plus, les recettes « passagers » représentent de l'ordre de 45 % des recettes, soit 300 F. par personne ; enfin, si « l'alcool » et « le tabac » représentent la majeure partie des achats, le chiffre est moins contrasté que sur Seafrance (65 % au lieu de 77 %). Des ventes taxes comprises plus diversifiées sont donc plus facilement envisageables.

#### - Perspectives après l'abolition

De légères hausses de tarifs sont envisageables tant pour les passagers que pour le fret et la reconversion des boutiques est également possible, mais la compagnie, comme ses consoeurs britanniques et irlandaises évitera difficilement, avec une détérioration de sa marge de 100 à 150 MF, la fermeture des lignes les plus fragiles. Ce phénomène ne manquera, évidemment pas, d'avoir des répercussions sur l'économie du Nord-Finistère.

#### **3.2.5.4. - IMPACT DE L'ABOLITION SUR LA BRETAGNE NORD**

Toute évaluation est délicate, car elle est naturellement fonction de la réaction des compagnies concurrentes. En dehors de toute mesure d'aide nouvelle acceptée par la Commission Européenne, l'impact serait double.

##### - Les mesures Brittany Ferries

Elles pourraient éventuellement porter sur 200 à 300 emplois, à la fois au niveau des ventes hors taxes et au niveau du personnel navigant ; à ces emplois, pourraient s'ajouter, comme à Calais, le personnel portuaire et d'avitaillement à hauteur de 100 emplois.

##### - L'impact sur la Bretagne

La fermeture d'une ou deux lignes peu fréquentées vers l'Irlande ou la Grande Bretagne pourrait entraîner la perte de 100.000 à 200.000 passagers, entraînant un manque à gagner pour l'économie bretonne (hôtellerie, tourisme, commerces) de 200 à 400 MF.

Cette perte de chiffre d'affaires provoquerait, à son tour, la disparition de 300 à 500 emplois.

Globalement, ce sont donc près de 900 emplois qui seraient susceptibles de disparaître pour un chiffre d'affaires de l'ordre de 600 millions de Francs.

La compagnie verrait donc son avenir compromis et le pavillon français serait gravement menacé, à cette extrémité de l'Europe...

#### **3.3. - DES PRODUCTEURS DIVERSEMENT TOUCHES**

Il convient de rappeler que 40 % des produits vendus dans les boutiques hors taxes sont des produits français. Par rapport au chiffre d'affaires du commerce hors taxe intraeuropéen (25 MdF), le chiffre à prendre en compte est le prix à la production qui s'élève à une quinzaine de milliards de Francs. Ainsi que cela était précisé au chapitre 1, l'enjeu est donc de l'ordre de 6 milliards de Francs.

Ceci concerne principalement quatre types de production :

- les alcools, spécialement le cognac et le champagne,
- le tabac,
- les eaux de toilette, parfums et cosmétiques,

- les autres produits, tels mode, maroquinerie, gastronomie...

### **3.3.1. - EFFETS DE L'ABOLITION SUR LES ALCOOLS**

Sur une balance commerciale excédentaire de l'ordre de 180 MdF, environ 20 % provient de l'excédent dégagé par le secteur « vins et spiritueux » soit 36 MdF. Sur ce total, 24 MdF proviennent des vins (dont le champagne) et 9 MdF du cognac et enfin 3 MdF pour les autres spiritueux.

#### **3.3.1.1. - LE CAS DU COGNAC**

##### **- Chiffres globaux**

Le chiffre d'affaires du cognac s'élève à 10 MdF dont 95 % est exporté. Le secteur a concentré ses exportations à 22 % vers les Etats-Unis, 20 % l'Europe Occidentale, 30 % l'Asie, la France ne représentant que 5 % des ventes. Ainsi, pour mémoire, 6 millions de bouteilles de cognac y ont été vendues, contre 100 millions de bouteilles de whisky...

Le secteur souffre actuellement d'une triple crise :

- Une surproduction due au doublement des surfaces cultivées depuis trente ans et à un doublement également des rendements, ce qui explique l'existence de stocks représentant près de 7,5 ans de ventes ;
- Une demande qui, après un sommet atteint en 1989, a fortement reculé pour atteindre le même niveau qu'en 1978 ;
- Une baisse des achats asiatiques (30 % du marché) de l'ordre de 15 à 30 % sur les six derniers mois.

La conséquence la plus visible est la forte baisse des achats du négoce (280 entreprises dont 4 représentent 80 % du marché) à la viticulture (plus de 8000 viticulteurs exploitant 80.000 ha).

##### **- Ventes hors taxes**

Près de 40 % des ventes sont effectuées dans les boutiques hors taxes à travers le monde dont 4 à 5 % (soit 450 MF) dans les boutiques hors taxes intra-européennes.

Ces ventes se font essentiellement dans les pays scandinaves où elles représentent pour les trois pays nordiques 70 à 80 % des ventes, le plus souvent à bord des « ferries » ; la perte pourrait représenter de l'ordre de 350 MF.

##### **- Effets de l'abolition**

Les plus gros négociants ne seront touchés qu'à hauteur de 1 à 2 % de leurs ventes ; les producteurs moyens ou petits n'assurant que 1 à 5 % de la production globale, ont privilégié la vente hors taxes vers les pays nordiques et seront donc davantage touchés.

Ainsi, tel producteur qui détient 40 % des parts de marché « Cognac » en Scandinavie, y assure plus de la moitié de ses ventes globales ; compte tenu de l'écart de prix : - 150 F. pour une vente hors taxe pour une bouteille de 70 cl, alors qu'avec la TVA et les accises, le prix dépasse 320 F. au Danemark ou en Finlande -les ventes cesseront à 80 % et la société prévoit de réduire ses effectifs de 50 % et de ne plus acheter d'alcool à distiller aux viticulteurs...

#### **- Effets sociaux**

Globalement, en région de Cognac, 72.000 personnes sont concernées par la situation économique de ce secteur d'activité : 24.000 directement au niveau de la production, 4000 au niveau de la distribution et 44.000 par les activités annexes (commerce, tourisme...).

Compte tenu de la chute des ventes de l'ordre de 350 MF, les réductions d'emplois « directs » pourraient atteindre 900 personnes, auxquelles s'ajouteront environ 1600 emplois induits, soit 2500 emplois au total ; entre 2000 et 3000 hectares de vignes devraient être arrachés, s'ajoutant aux 1000 hectares arrachés, annuellement.

#### **- Risques régionaux**

Rappelons qu'il s'agit d'un secteur en crise qui, à tort, continue à être considéré comme riche avec un passé brillant et des résultats globaux de grands groupes français ou étrangers dont le cognac ne représente qu'une faible partie du chiffre d'affaires.

Au delà de la brutalité des chiffres, c'est l'avenir même d'un secteur qui se pose, à travers une tendance structurelle à la décroissance des ventes, alors que le vin, par exemple, continue à obtenir de brillants résultats. Le maintien de boutiques « taxes comprises », vendant du cognac, demeure donc souhaitable, en tant que « centre d'exposition » et moyen pour des PME d'accéder à la clientèle internationale ; il pourrait être facilité par le développement de nouveaux produits et le renforcement des campagnes de promotion.

### **3.3.1.2 LE CAS DU CHAMPAGNE**

#### **- Chiffres globaux**

Il s'agit d'un secteur beaucoup plus organisé et réglementé que celui du « Cognac ». En effet, seuls 30.000 ha, chiffre en faible évolution, sont cultivés, dont 10 % appartiennent aux maisons de champagne, les 90 % étant la propriété de vignerons indépendants ; en revanche, les premiers assurent 70 % des ventes qui s'élèvent globalement à plus de 200 millions de bouteilles.

Le secteur est en croissance régulière et s'attend à une « explosion des ventes » pour l'an 2000, le souci étant de maintenir les prix et la qualité à un niveau raisonnable.

#### **- Ventes hors taxes**

75 % du champagne est exporté dont 16 % à travers les boutiques hors taxes. Les ventes intra européennes représentent 40 % de ce chiffre, soit de l'ordre de 6,5 %, ce qui est loin d'être négligeable et supérieur, en valeur relative aux ventes de cognac.

#### **Effets de l'abolition**

Si la suppression des ventes hors taxes représente 70 % de ces ventes, soit 4,5 % des ventes globales, la forte progression des ventes depuis quelques années permettra d'absorber cette chute en 18 à 24 mois. Il ne devrait donc pas y avoir d'effet significatif sur le niveau de l'emploi.

### **3.3.1.3. - AUTRES ALCOOLS**

Pour les « autres alcools », les pertes de recettes pourraient atteindre de l'ordre de 250 MF, entraînant la disparition de 250 emplois directs et 400 emplois induits, soit 650 emplois au total ; cette perte d'emploi, beaucoup plus faible que celle du cognac par exemple, s'applique essentiellement au secteur des « vins et vins doux » qui connaît un bon taux de croissance, spécialement à l'étranger y compris en Asie et qui donc peut supporter plus facilement un choc qu'un secteur structurellement beaucoup plus fragile.

### **3.3.2.- EFFETS DE LA SUPPRESSION DES VENTES HORS TAXES SUR LE TABAC**

#### **- Chiffres généraux**

Les ventes de tabac représentent globalement environ 30 % des produits hors-taxes, soit pour la part française de l'ordre de 600 Millions de Francs. Si les aéroports représentent le premier réseau de distribution, les compagnies maritimes assument également une part très significative des ventes, en particulier au niveau « cigarettes ».

Ce dernier produit constitue, par ailleurs, le chiffre d'affaires le plus important des boutiques hors taxes, en moyenne devant les « eaux de toilette ».

#### **- Effets de l'abolition**

Il s'agit plus d'un achat d'opportunité que d'impulsion ; concrètement le passager des aéroports ou des ferries ne modifie pas globalement sa consommation, mais choisit le lieu où le produit est vendu le moins cher.

Il est probable que les aéroports et les compagnies maritimes renonceront à maintenir des boutiques « taxes comprises » dans ce domaine, la marge étant alors réglementée compte tenu du monopole des ventes de la SEITA ; elle ne pourra dépasser 6,5 % à 8 %...

Cependant l'écart de prix « taxes comprises » entre la France et le Royaume Uni est tel, respectivement 20 F. et 33 F. le paquet pour une grande marque américaine, que certaines ventes pourraient, au cas par cas, être maintenues.

Dans tous les cas, les ventes non effectuées en aéroports ou ferries seront reportées sur les boutiques traditionnelles de centre-ville.

La SEITA estime que les ventes diminueront globalement d'au maximum 1 à 2 %, ce qui peut être considéré comme négligeable, en termes de chiffres d'affaires et d'emploi.

### **3.3.3.-INDUSTRIE DU PARFUM :**

### - Rappel du contexte

Les conséquences de la suppression des ventes hors-taxes sur l'industrie du parfum constituent un enjeu capital pour la France.

Il faut rappeler en premier lieu, que les parfums et cosmétiques représentent environ un quart des ventes hors-taxes totales et 34% des ventes réalisées le secteur des transports aériens. Or, sachant que 70% des parfums/cosmétiques vendus par le commerce hors-taxes sont des produits français, on comprend à quel point notre industrie serait touchée par l'application de la directive européenne.

### - Evolution du contexte commercial

La disparition de l'avantage prix offert aujourd'hui par les boutiques hors-taxes laisse penser que le report des ventes sur les produits vendus TTC serait moyen, entraînant ainsi une perte brute de chiffre d'affaires de l'ordre de 40%, chiffre qui pourrait être réduit à 25%, grâce aux dispositions évoquées à la fin de ce paragraphe.

Ce phénomène s'explique d'une part, par une baisse de la fréquentation de ces boutiques qui ne présenteront plus la même attractivité pour le client, et d'autre part, par une diminution du panier moyen.

En effet, même si l'on peut considérer qu'il s'agit souvent d'achats « cadeaux », que ces produits sont faciles à transporter, que le saving est moins important que dans le cas de l'alcool ou du tabac, il faut néanmoins constater que les boutiques devenues TTC seront en concurrence directe avec les commerces de centre ville qui se livrent déjà une concurrence âpre sur ce segment de marché.

A cela s'ajoute la perte du bénéfice de « l'effet de vitrine » pour les producteurs français qui par ailleurs, consacrent une partie considérable de leur budget à la communication et à la promotion tant l'image de marque est une composante essentielle de ce type de produit.

### - Impact de l'abolition

Les conséquences pour cette industrie seraient, d'une part une perte de chiffre d'affaires de l'ordre de 450MF et d'autre part une perte de 1 100 emplois dont 450 emplois directs et 650 emplois induits.

Ainsi, la suppression des ventes hors-taxes aura un impact non seulement sur les fabricants de parfums mais aussi sur la sous-traitance directement liée soit, la production de matières premières (essences, arômes), le flaconnage et la fabrication d'emballage.

Concernant les producteurs de matières premières, il est important de noter que ces derniers jouent un rôle important dans le tissu industriel de la région de Grasse où une soixantaine d'entreprises emploient environ 3 200 personnes dans la ville et ses alentours. De plus, compte tenu des emplois induits, on évalue à 10.000, le nombre des personnes vivant de l'industrie du parfum qui réalise un chiffre d'affaires de 3 milliards dont 60% à l'exportation.

Dans un contexte de pression concurrentielle de la part des laboratoires étrangers fabricant des parfums de synthèse, la tentation de délocaliser ces activités à l'étranger pourrait également être forte.



#### - Réactions possibles

Les leviers d'action peu nombreux, pourraient néanmoins être les suivants :

. Participation financière des producteurs pour contribuer au maintien de prix de vente compétitifs dans les réseaux de distribution hors-taxes, ce qui implique que des négociations devront être engagées entre les industriels et les opérateurs avec deux contraintes :

- \* Marge de manoeuvre des industriels qui ne pourront être discriminatoires dans leurs conditions de vente face à deux réseaux de distribution toutes taxes comprises (commerces de centre ville et actuelles boutiques hors-taxes transformées en boutiques TTC) sans créer une distorsion de concurrence
- \* Paradoxe d'une situation où les opérateurs auraient besoin d'améliorer leurs conditions d'achat auprès de leurs fournisseurs alors qu'en contrepartie leurs volumes de vente risquent fortement de diminuer !

. Efforts de créativité et d'innovation avec le développement de nouveaux produits, ou de conditionnements exclusifs.

### **3.3.4.-AUTRES INDUSTRIES CONCERNEES**

#### - Evolution du contexte

Les industries que nous évoquons là concernent les secteurs de la gastronomie, la confiserie, le textile et la mode, la bijouterie-horlogerie, du photo-vidéo-son, etc ...

Il est très probable que l'évolution des comportements d'achats suite à la suppression des ventes hors-taxes, soit très comparable à celle prévue pour les parfums et cosmétiques, à ceci près, que le report d'achats vers le centre-ville serait d'autant plus facile que l'offre y est très large et facilement accessible.

#### - Impact de l'abolition

Pour l'ensemble des secteurs concernés, les estimations actuelles prévoient une perte de 350 MF de chiffre d'affaires ; de plus, 900 emplois seraient menacés dont 350 directs et 550 emplois indirects notamment au sein de nombreuses PME (secteur de la gastronomie par exemple).

#### - Réactions possibles

Aux remarques précédemment faites dans le cas des parfums, pourraient s'ajouter les axes de réflexion suivants :

- . Intensification de la diversification avec l'introduction de nouveaux produits ou de nouveaux services pour élargir la gamme des produits hors alcool/tabacs/parfums,
- . Spécification et différenciation de l'offre par rapport à celle du centre ville.

### **3.4. - CHIFFRES GLOBAUX**

### **3.4.1.-Chiffres cités dans diverses études**

La plupart des études (AFCOHT-ETRF) concluent à un risque de disparition d'emplois de l'ordre de 100 à 150.000 au niveau de l'Union Européenne dont 15 à 20.000 emplois pour la France.

En fait, ces chiffres semblent largement surestimés pour plusieurs raisons :

- ils ne prennent pas en compte les capacités d'adaptation et de réactions des entreprises concernées ; beaucoup se sont déjà discrètement préparées à l'échéance de 1999 en développant leurs boutiques, en les diversifiant et en essayant de fidéliser la clientèle...
- les études ont été réalisées en 1995-96, alors que la croissance européenne était inférieure, sauf en Grande-Bretagne, à ce qu'elle est aujourd'hui où le chiffre de progression du PNB devrait être de l'ordre de 3%,
- l'adoption de l'EURO devrait se traduire, à l'aube du XXIème siècle, par un renforcement des échanges touristiques intra européens, ce que confirment toutes les études récemment effectuées.

Cependant, l'ampleur du choc provoqué par l'abolition des ventes ne doit pas être sous-estimé, puisque sur les bases actuelles, les pertes d'emplois pourraient atteindre environ 10.000, localisées dans des régions déjà en crise.

### **3.4.2 - Critères retenus**

L'estimation reprend les chiffres mentionnés dans les pages précédentes concernant les transporteurs et les producteurs.

Aux effets « directs » s'ajoutent les effets induits dans la proportion de 1,5 qui a semblé plus réaliste que le chiffre de 2 à 3 donné dans certaines études établies par le consultant « COOPERS and LYBRAND » ; de plus il convient d'avoir à l'esprit que la perte d'un million de Francs de chiffre d'affaires se traduit en général, par la perte d'un emploi direct et donc de 1,5 emploi induit soit 2,5 emplois en total.

### **3.4.3-Chiffrage détaillé**

	Risque de perte d'emploi	Risque de perte de chiffre d'affaires (en MdF)
Aéroports	350	250
{ SeaFrance	1200	1200
{ Port et Commerces de Calais	2500	2000
Britanny Ferries	250	200
Ports et tourisme	600	200 à 400
{ Cognac	900	300
{ Activités liées	1600	?
Parfums	1100	450
Autres alcools et vins	650	250
Produits divers	900	350
TOTAL	10050 emplois menacés	5300 MdF de chiffre d'affaires perdu potentiellement

Ainsi, plus de 10.000 emplois, sans mesures « ad hoc », seraient très sérieusement menacés, soit un tiers dans la région de Calais, un deuxième tiers au niveau de la production des vins et spiritueux dont l'essentiel dans la région « Poitou-Charentes » et un dernier tiers plus disséminé sur le territoire (Bretagne-Côte d'Azur ...).

Ces chiffres, homogènes avec ceux rencontrés dans certains pays étrangers (3 à 4000 disparitions d'emplois dans la région de Duvres, 3 à 3.500 dans le Schlesvig-Holstein, 3 à 4.000 pour les ferries suédois ou britanniques), sont surtout frappants par leur concentration dans des régions en difficulté où le chômage est bien supérieur à la moyenne nationale et où les possibilités immédiates de reconversion apparaissent limitées.

## **CHAPITRE 4 - MESURES SUGGEREES OU PROPOSEES**

Malgré les recommandations des deux Directives 91/680 et 92/12, il a déjà été souligné que la période écoulée, plus de six ans et demi à ce jour, n'a été mise à profit par aucun des partenaires (Union Européenne - Etats - Acteurs économiques) pour « prendre les mesures nécessaires pour pallier à la fois les répercussions sociales... et les difficultés régionales... qui pourraient naître... ». Or, beaucoup de partenaires, loin de se préparer à la mesure, ont suivi le chemin inverse...

La suppression des ventes hors taxes se ferait donc dans les pires conditions, si elle intervient brutalement ; c'est pourquoi il semble nécessaire que le Gouvernement de la France soit à l'origine d'un geste politique fort, permettant une mise en place progressive de la mesure et permettant aussi d'accompagner les initiatives propres aux entreprises concernées.

Par ailleurs, il conviendra d'envisager un renforcement et une adaptation des aides communautaires et nationales, dont la sélection et le suivi seront assurés par des structures légères et spécifiques...

### **4.1. Eviter une application brutale des Directives**

Les Directives s'imposent à l'ensemble des quinze pays de l'Union Européenne, mais une application brutale serait catastrophique.

#### **4.1.1. - L'application des Directives s'impose**

Les dernières réunions du Conseil ECOFIN ont souligné qu'il n'y aurait pas d'unanimité pour remettre en cause, radicalement, les deux Directives.

Au niveau français, celles-ci trouvent donc une application à la date prévue dans la loi n° 92-677 du 17 juillet 1992. Cette loi précise dans son article 17 : ... « sont exonérées de la TVA, jusqu'au 30 juin 1999 » et dans son article 59 : ... « sont exonérées (d'accises) jusqu'au 30 juin 1999 ». Cette partie de la loi a été adoptée dans les mêmes termes par l'Assemblée Nationale et par le Sénat, au printemps 1992, sans amendement et sans discussion particulière.

A la date du 30 juin 1999 seront donc supprimées automatiquement et sans qu'il soit nécessaire d'adopter un nouveau texte, « les livraisons par des comptoirs de vente... ».

Cependant, l'application, sans précaution de cette loi, provoquerait un quadruple drame et serait finalement contraire à l'esprit communautaire...

#### **4.1.2. - Une application brutale serait catastrophique**

L'application brutale provoquerait donc à la fois un drame économique, social, financier et politique ; de plus, elle serait susceptible de provoquer des situations contraires à l'esprit communautaire et donc au progrès du « Marché Unique ».

#### **- Un drame économique**

Au delà de la perte de cinq à six milliards de francs de chiffre d'affaires, une application brutale, car sans préparation, provoquerait la disparition du pavillon français sur le détroit du Pas de Calais, SEAFRANCE étant incapable de survivre, privé de près d'un demi milliard de chiffre d'affaires et de la quasi totalité de sa marge. Aucune action de soutien ne pourrait être envisagée, s'agissant d'une chute aussi brutale des recettes et de la marge.

Suite à la perte de plusieurs millions d'excursionnistes, la région de Calais verrait l'activité de ses commerces et de son parc hôtelier réduit de 15 à 20 % ; le taux de chômage passant de 20 à plus de 27 %. La région de Cognac, qui a déjà subi le contrecoup du choc asiatique et où le taux de chômage est supérieur à la moyenne nationale, s'approcherait dangereusement des 20 %... avec les conséquences cumulatives induites sur l'ensemble de la population locale.

#### **- Un drame social**

Au-delà du drame humain que représente toute perte de travail, les 10.000 demandeurs d'emplois supplémentaires en France (et vraisemblablement 90.000 dans le reste de l'Europe des Quinze) pourraient être à l'origine de vastes mouvements sociaux à l'échelon régional ne manquant pas d'avoir des répercussions internationales.

Sans imaginer le pire, on peut prévoir sans risque d'exagération, le blocage du port de Calais et de l'entrée du tunnel qui assurent, chaque jour, le passage de près de 100.000 passagers et de près de 30.000 véhicules (automobiles et poids lourds). La région de Cognac, déjà touchée par la surproduction évoquée précédemment, verrait s'amplifier le malaise déjà latent ces derniers mois.

#### **- un drame financier**

La baisse des achats « taxes comprises », due à la diminution du nombre des excursionnistes se traduira, d'abord, par de moindres rentrées fiscales pour l'Etat. Au delà de l'activité économique et comme conséquence directe, les finances publiques seraient pénalisées par une telle situation, la rentrée éventuelle de recettes nouvelles, en particulier les taxes et accises sur les tabacs, étant plus que compensée par le coût de la disparition de milliers d'emplois et par la réduction sensible de l'impôt sur les sociétés (IS) payé par quelques entreprises rentables comme Aéroports de Paris ou certains de ses prestataires. La perte nette pour l'Etat peut, sans difficultés, être estimée à plusieurs centaines de millions de Francs...

#### **- un drame politique**

Il ne faut pas négliger la concomitance des dates des élections européennes (13 juin) et de l'abolition totale des ventes hors taxes, dix sept jours après ; à l'évidence, les risques économiques et sociaux de cette directive seront exploités à des fins électoralistes.

Un rapprochement, aussi sommaire certes, ne peut que renforcer un sentiment anti-européen toujours présent et favoriser la montée des partis extrémistes, alors que l'Europe, par ailleurs, par son vaste marché, ses institutions et sa monnaie unique est en train de s'imposer comme deuxième puissance économique mondiale.

#### **- une évolution contraire à l'esprit communautaire**

L'application de la directive engendrera, à n'en pas douter, une inadéquation, tant avec la lettre qu'avec l'esprit communautaire.

Ainsi, est-il nécessaire de se pencher sur les situations monopolistiques éventuellement induites. Si l'on considère uniquement la situation du transport maritime transmanche, la récente autorisation par la Commission européenne de la fusion entre les deux compagnies maritimes P. AND O. et STENA est soumise à des conditions très strictes.

L'accord précise qu'à compter de 2001, des restrictions de prix pour le trafic de passagers seront imposées dans l'hypothèse de la suppression des ventes hors-taxes. Ces conditions ne semblent pas suffisantes pour empêcher un éventuel abus de position dominante, voire de monopole, dans l'hypothèse de la disparition de SEAFRANCE et au regard de la notion européenne de « marché pertinent ».

En outre, dans l'éventualité de l'application de la règle du lieu d'embarquement pour la fixation du taux d'accises, il est évident que les bateaux embarqueront leurs marchandises dans le pays bénéficiant du taux le plus faible. Bien plus, il ne faut pas douter que des compagnies seront tentées de modifier leur circuit d'approvisionnement afin de procéder à cet embarquement dans le pays au taux d'accises le plus avantageux indépendamment même du port de départ de la liaison.

Ainsi, peut-on imaginer qu'une compagnie assurant des liaisons entre la France et la Grande Bretagne d'une part, et la Grande-Bretagne et l'Espagne d'autre part, mettra à profit son escale en Espagne pour procéder à l'embarquement des marchandises destinées à ces autres liaisons. Cette situation extrême suscitera des distorsions de concurrence inacceptables.

D'autre part, il est aussi envisageable, qu'au regard des règles communautaires désavantageuses, des états membres préfèrent conclure des conventions bilatérales et la-même se positionner en totale contradiction avec l'esprit communautaire.

De telles conséquences s'opposent à l'application brutale de la mesure de suppression des ventes ; il est donc hautement souhaitable que le gouvernement français propose, par un geste politique fort, un dispositif d'assouplissement de la mesure.

#### **4.2. - La France doit accomplir un geste politique fort**

Seul pays avec l'Irlande à élaborer un rapport officiel sur les conséquences de la suppression des ventes hors taxes, le gouvernement français doit proposer un ensemble de mesures permettant d'éviter la crise qui s'annonce dans moins de douze mois.

Il pourra agir conformément à l'esprit du Traité d'Amsterdam et au Sommet de l'Emploi qui s'est tenu à Luxembourg, en novembre dernier. Les contacts noués dans les pays européens les plus concernés (Irlande - Royaume Uni - Belgique - Allemagne et royaumes scandinaves) font ressortir une telle attente.

Cette démarche s'inscrira, également, dans les trois priorités retenues par la présidence autrichienne :

- coordination des politiques économiques,

- amélioration de la situation de l'emploi,
- harmonisation fiscale.

En effet, à des degrés divers, la quasi-totalité des pays de l'Union Européenne sont concernés par ces thèmes et par cette démarche ; le commissaire M. MONTI parlait récemment du souci de la Commission Exécutive d'éviter « la flibuste fiscale » qui fausse les règles en matière d'implantation et de commerce entre Etats.

Il est donc tout à fait souhaitable, dans le souci de faciliter la marche en avant de l'Union que soit retenue une démarche progressive et harmonisée.

Dans le cas contraire, les Etats pourraient être obligés d'envisager des politiques « spécifiques », comme dernier recours, mais cela constituerait certainement un retour en arrière...

### **4.3. - Eléments techniques de la proposition**

Rappelons que la notion de « hors taxes » recouvre pour l'ensemble des marchandises vendues, la TVA (20,6 %) dans tous les cas et les accises (droits spécifiques fixes ou « ad Valorem ») portant sur les seuls « tabacs » et « alcools ».

#### **4.3.1. - Description des accises**

Dans le cas de la France, l'ensemble des taxes représente environ 50 % du prix taxes comprises, ou si l'on préfère, le prix hors taxes est pratiquement doublé.

1er exemple : cartouche de cigarettes (= 200 cigarettes ou 10 paquets)

. Prix de revient hors taxes	:	100 F.	
. Accises :			
part variable :	+ 54,5 % =	54,5 F.	)
			)61,9 F.
part fixe :	+ 7,4 F =	7,4 F;	)
. TVA à 20,6 % :		161,9 x 0,206 =	33,4 F.
. Prix TTC =		195,3 F.	dont 95,3 F. de taxes

Le même produit vendu T.T.C. vaut 127 F. en Italie et 323 F. en Grande-Bretagne, compte tenu des différences d'accises et de prix fixés par les producteurs.

2ème exemple : 1 litre d'alcool à 45 °

. Prix de revient hors taxes :	50 F.
. Accises :	42,8 F.
(fonction de la teneur en alcool pur)	
45 ° = 45 %	
. TVA à 20,6 % :	19,1 F. (92,8 x 0,0206)
. Prix T.T.C. =	111,9 F. dont 61,9 F. de taxes

Le même produit vendu en Italie vaut 83 F. et 283 F. en Suède.

Rappelons que les accises ont représenté, en 1997, 11,7 MdF pour les alcools et 40,7 MdF pour les tabacs, soit 52,4 MdF globalement, au niveau français.

#### **4.3.2. - Commentaires**

L'écart sur les accises est de l'ordre de 1 à 10 sur les alcools, la France se situant en position moyenne. Mais il ne s'agit que d'une approximation, car l'accise est fonction du type de produits (vin - vin doux - bière - apéritifs - alcools à plus de 40° pour la rubrique « alcool » et pour le « tabac », cigarettes, cigarillos, tabac...).

#### **4.3.3. - Réglementation communautaire**

Dans deux directives de 1992, 92/79 pour le tabac et 92/84 pour l'alcool, la Commission a fixé des minima que chaque pays doit respecter. Ces minima sont très bas et sont pratiquement alignés sur ceux des pays ayant les taux les plus faibles.

Il peut être considéré, là aussi, par approximation, que ce niveau minimum est de l'ordre de 50 % du taux français, pour les alcools.

#### **4.4. - Proposition : une démarche progressive et harmonisée**

La démarche est double :

- la TVA s'appliquerait totalement au 1er juillet 1999 ;
- les droits d'accises seraient progressifs sur trois ans (2000-2002), pour atteindre le minimum européen ; au delà, trois nouvelles années seraient nécessaires pour atteindre les taux « européens » qui auraient alors été harmonisés ou pour retrouver les niveaux nationaux d'origine.

Cette proposition nécessitera l'élaboration d'une nouvelle directive qui pourrait également apporter des précisions sur les aspects juridiques et fiscaux de la suppression des ventes.

##### **4.4.1. - Application immédiate de la TVA**

Il est donc proposé d'appliquer intégralement la TVA au taux normal de chaque Etat, le chiffre moyen étant de 19 %, avec 15 % pour l'Allemagne, 20,6 % pour la France et 25 % pour la Suède. L'écart n'est donc que de 25 % autour de la moyenne.

Cette TVA, ainsi que cela a été exposé précédemment, doit pouvoir être absorbée en totalité par les producteurs, les concessionnaires et les exploitants d'aéroports ou de ferries. Elle est déjà appliquée dans les « boutiques hors taxes » des aéroports allemands. C'est la seule taxe concernant les « parfums » et « autres produits » soit la moitié des produits vendus en boutiques hors taxes.

##### **4.4.2. - Application progressive des droits d'accises**

Rappelons que dans les deux exemples précédents, les droits d'accises représentent les deux tiers des taxes globales pour le tabac (61,9 F pour 95,3 F) et pour l'alcool (42,8 F pour 61,9 F).



Leurs poids est donc considérable et le passage immédiat aux taux « pleins » serait fatal aux ventes de tabacs et d'alcools qui représentent plus des trois quarts des ventes sur les ferries et assurent donc l'essentiel de leurs marges.

Il est donc proposé un étalement, selon le régime suivant :

- le niveau minimum européen serait atteint en trois ans par l'ensemble des quinze pays en trois étapes :

1/3 en juillet 2000, soit un an après l'application de la TVA,  
1/3 en juillet 2001,  
1/3 en juillet 2002.

Il y aurait coïncidence entre cette dernière date et le passage définitif à l'Euro.

En cas de difficultés de calculs pour les tabacs, compte tenu de l'écart de prix de vente au niveau des producteurs, le prix indicatif à atteindre en trois ans serait égal à la moyenne des cinq prix (taxes comprises) les plus bas de l'Union Européenne.

Au delà de 2002, deux régimes possibles :

- a) Absence d'harmonisation des accises au niveau européen : chaque pays rejoindrait en trois ans (par tiers) son niveau national et en juillet 2005, soit six ans après l'abolition des ventes hors taxes, il n'y aurait plus de taux différent sur un même territoire ;
- b) harmonisation des accises au niveau européen  
« Harmonisation » ne veut pas dire « uniformisation » et il ne serait pas anormal que l'écart qui est de 1 à 10 sur les alcools soit, par exemple, ramené de 1 à 5. Dans les deux cas, les taux les plus bas seraient légèrement relevés, pour faciliter l'harmonisation.

Chaque pays rejoindrait son nouveau taux (harmonisé) en trois ans par tiers.

Pendant cette période et éventuellement au delà, les boutiques des aéroports ou des ferries continueraient à bénéficier d'un régime « hors monopole SEITA » pour le tabac et sans « licence » pour la vente d'alcools à bord.

Cet ensemble cohérent doit permettre par un cheminement raisonnable, laissant la place à une harmonisation sur six ans, à chacun des partenaires de se préparer progressivement aux échéances inéluctables.

#### **4.5. - Encourager les initiatives des partenaires**

Les suggestions porteront sur les trois catégories de partenaires concernés, à savoir les aéroports, les ferries et les producteurs. Les acteurs régionaux qui auront un rôle spécifique à jouer dans le choix et la distribution des aides communautaires et nationales seront examinés au point suivant. Il s'agit, dans tous les cas, de pistes qui n'ont évidemment pas la prétention d'être exhaustives...

##### **4.5.1. - Les aéroports**

Cinq points dont certains ont déjà été mentionnés peuvent retenir l'attention :

- Evolution des boutiques

- . Les boutiques d'aéroports sont indispensables pour les raisons invoquées précédemment ; elles doivent évoluer progressivement vers la fourniture de produits « taxes payées », ce qui signifie une plus grande contribution des produits seulement assujettis à la TVA.
- . Il conviendrait d'autoriser officiellement des boutiques « mixtes » où circuleraient des clients en trafic international et en trafic intra-européen, la différence de prix (due aux taxes) apparaissant clairement sur les étiquettes et le contrôle se faisant par la carte d'embarquement ; la multiplication des couloirs de circulation et des boutiques se répercute lourdement sur les coûts.
- . Enfin, ce qui est plus délicat juridiquement, il serait souhaitable que soient considérés comme « passagers internationaux », les touristes en transit vers un autre pays de l'Union avant le retour vers leur pays d'origine situé hors de l'Europe. Le meilleur exemple est constitué par la clientèle japonaise en transit à Paris, avant un envol vers Tokyo via Londres.

- Publicité institutionnelle

L'Etat pourrait encourager une « publicité institutionnelle » sur les nouvelles boutiques (aéroports mais aussi ferries) taxes (progressivement) comprises ; il pourrait rappeler, par exemple que la fin des ventes hors taxes, ce n'est pas la fin des boutiques des aéroports, du tunnel sous la Manche ou des compagnies maritimes...

- Limitation du trafic « court courrier »

La logique économique n'encourage pas le maintien de liaisons courtes peu rentables parfois, alors qu'existe une complémentarité assurée par des lignes ferrées à grande vitesse. Ainsi British Airways va participer directement au programme Eurostar, compte tenu des risques de saturation d'HEATHROW ; dans le même esprit, la BAA (Autorité Aéroportuaire Britannique) va, à l'instar de l'aéroport Charles de Gaulle ouvrir dans quelques années une gare TGV sur ce même site.

- Maîtrise des investissements

Dans le même esprit, le déséquilibre entre Orly et Charles de Gaulle peut sembler préoccupant et ne pas toujours être synonyme de rationalité économique pour l'établissement public. Là également, un tel principe ne peut qu'appauvrir, sur moyenne période, un établissement dont l'endettement va croître très rapidement.

- Augmentation des redevances

Comme moyen ultime, il restera aux aéroports la possibilité d'augmenter progressivement le niveau de leurs redevances intra-européennes. La hausse (progressive) ne devrait avoir qu'un impact très limité sur un trafic en forte croissance.

**4.5.2. - Les Ferries et Eurotunnel**

La progressivité de la démarche évoquée précédemment doit leur permettre non seulement de se maintenir, mais encore de renforcer leur compétitivité, dans les six années à venir.

Quatre points peuvent être rappelés, brièvement :

- Augmentation des tarifs « passagers »

Elle ne pourra se faire que très progressivement et très lentement, compte tenu de l'offre excédentaire, spécialement sur le Pas de Calais ; la plupart des enquêtes limitent cette hausse pour les passagers à 10 % dans un premier temps, afin de ne pas « effrayer » la clientèle des excursionnistes. Cette hausse se fera, en parallèle, à la baisse progressive (et inévitable) des ventes hors taxes.

- Transformation des boutiques et diversification

La démarche progressive doit permettre, là aussi, de faire évoluer les achats des passagers ; une estimation prudente laisse espérer que les ventes « taxes comprises » pourraient encore représenter un pourcentage significatif des recettes, de l'ordre de 20 %. Une bonne politique de promotion de ces ventes ainsi que l'installation de boutiques « cash and carry » à terre permettraient, sans doute, de dépasser ce chiffre ; c'est l'ambition de plusieurs compagnies étrangères.

Le manque à gagner pour les compagnies maritimes, pour lesquelles les ventes hors taxes représentent jusqu'à 40 ou 50 % de leurs recettes, serait compensé par les hausses de tarifs passagers précédemment mentionnées, ainsi que par des augmentations des tarifs « fret » et la poursuite des gains de productivité.

- Augmentation des tarifs « fret »

A la différence des « passagers », la croissance du fret atteint des niveaux très élevés (+ 30 % sur les 6 premiers mois 1998) et il n'est pas certain qu'à un horizon rapproché, l'offre sera suffisante. Eurotunnel s'y prépare avec l'acquisition de nouvelles rames et un cinquième bâtiment, plus spécialement axé sur le fret, sera nécessaire pour SEAFRANCE, la démarche progressive devant permettre à la Compagnie de restructurer son compte de résultat. En attendant, des hausses tarifaires de 10 à 20 % ne semblent pas exclues.

- Poursuite des gains de productivité

Les compagnies maritimes françaises ont su démontrer leur capacité d'adaptation dans des circonstances difficiles ; il est clair que le nouveau « challenge » auquel elles seront soumises progressivement, impose, en parallèle aux aides admises par l'Union Européenne et qui seront traitées ultérieurement, le maintien d'une productivité forte, rendue nécessaire par la concurrence des compagnies britanniques.

#### **4.5.3. - Les producteurs et concessionnaires.**

Des nombreux contacts liés avec ces professionnels, trois éléments apparaissent :

- Diversification

Face au risque (progressif) que représentera une baisse plus ou moins limitée des ventes, les producteurs de cognac se sont tournés vers de nouveaux marchés, en Europe de l'Est par exemple ou se sont renforcés aux Etats-Unis, marché très porteur. Il en va de même pour les eaux de toilette ou les cosmétiques français, très largement vendus dans le monde entier.

#### - Nouveaux produits

Divers producteurs ont également évoqué leur souci de mettre sur le marché des produits plus ou moins spécifiques aux boutiques d'aéroports ou de ferries ; des tests précis affectés dans divers domaines semblent déjà prometteurs.

#### - Evolution des marges

Il est évident que le niveau des marges brutes souvent élevé (20 à 50 %) devra être revu à la baisse afin de rendre toujours compétitifs des produits dont le « charme » fiscal se réduira progressivement.

Là aussi, divers opérateurs ont tenté l'expérience avec succès et certains en font même un des axes de leur politique de vente.

Au delà de cet ensemble de mesures spécifiques, des aides seront néanmoins nécessaires.

### **4.6. Renforcer les aides communautaires et nationales**

La progressivité de la démarche fiscale proposée doit permettre d'éviter les ruptures, mais elle ne résoudra pas pour autant tous les problèmes de certains secteurs. Il sera donc nécessaire de recourir à des aides communautaires et nationales.

#### **4.6.1. Les outils existants**

##### - Au niveau européen

Soulignons que le tiers du budget de l'Union Européenne est consacré au développement régional, soit 170 MdF environ sur un budget global de 500 MdF.

Il s'agit d'aider prioritairement les régions en difficulté, qu'elles soient industrielles, territoriales ou rurales ; ainsi que le précise la Commission, l'aide doit respecter deux principes :

- . partenariat : entre la Commission, les Etats, les collectivités locales et les acteurs du développement local ;
- . additionnalité : l'aide vient en complément des aides nationales et régionales.

Cette aide, non remboursable, est distribuée principalement par trois Fonds : le FEDER (Fonds Européen de Développement Régional), le FSE (Fonds Social Européen) et le FEOGA, Fonds Européen d'Orientation et de Garantie Agricole.

L'intervention du FEDER se fait en fonction d'objectifs territoriaux :

- 1 : accroissement du potentiel économique pour les régions sinistrées ;
- 2 : mise en place de services aux entreprises (reconversion) ;
- 5b : développement des emplois autres qu'agricoles.

A cette politique s'ajoutent les PIC (Programmes d'Initiatives Communautaires).

Ces principes sont valables jusqu'à fin 1999 ; il conviendra donc d'utiliser les fonds encore disponibles, dans les dix-huit mois restant. Rappelons que la Commission Européenne doit, par ailleurs, établir pour septembre prochain la liste des « instruments disponibles » (« the instruments available to Member States... »).

De nouvelles règles doivent être arrêtées, pour la période 2000-2006, dans le cadre de l'AGENDA 2000, avant fin mars 1999.

Il sera nécessaire d'être attentif aux critères et aux choix intervenant à cette date...

#### **- Au niveau national**

La France dispose d'une batterie d'aides type « zones franches » susceptibles d'être accordées dans des zones urbaines, des primes d'aménagement du territoire gérées par la DATAR, de mécanismes de reclassement collectif par le biais de « cellules de reclassements inter-entreprises... »

Les « zones franches urbaines » sont définies par décret et permettent aux entreprises de bénéficier pendant cinq ans d'exonération de charges sociales et fiscales (taxe professionnelle - taxe foncière et réduction des droits de mutation).

Le régime prendra fin en 1999 ; il n'a, semble-t-il, permis de créer (ou maintenir) que 2000 emplois pour un coût de 760 M.F. en 1997... De nouveaux contrats seront négociés pour six ans, dans le cadre des contrats de Plan « Etat-Régions » qui démarreront en 2000.

Là encore, il conviendra d'intégrer à ces contrats, les zones susceptibles de rencontrer des difficultés après l'abolition des ventes hors-taxes.

Deux secteurs d'activité et trois zones sont susceptibles de recevoir ces aides, compte tenu de leurs problèmes actuels et des difficultés à venir que la « démarche progressive » atténuera mais ne supprimera pas.

#### **4.6.2. Aéroports régionaux : exemple de Lourdes**

La notion de « zone franche » ne semble pas adaptée ; en revanche, la mesure de fiscalisation progressive doit permettre à la boutique de l'aéroport de se diversifier, ce qui lui permettra d'avoir une activité convenable à terme.

Par ailleurs, des subventions limitées aux investissements aéroportuaires, permettraient à la Chambre de Commerce de réduire ses prélèvements sur les recettes des boutiques et donc d'abaisser le « point mort » de l'exploitation, permettant de maintenir davantage d'emplois.

#### **4.6.3. Compagnies maritimes**

La situation critique et le recul constant de la position des compagnies françaises imposent, certainement, un nouveau plan d'ensemble approfondi. L'enjeu est, faut-il le rappeler, le risque de la disparition du pavillon français sur la Manche et la perte d'emplois pour 20 à 35 % des marins français, si les charges ne sont pas réduites.

Trois types de mesures peuvent être préconisées :

##### **- Application intégrale des orientations de l'Union Européenne (97/C.205.05)**

En juillet 1997, la Commission prenant pleinement conscience des handicaps dont souffre la marine marchande, autorisait diverses dispositions et confirmait que le « niveau des charges sociales relatives aux marins constituait le facteur critique et la principale source de distorsion ».

Le § 3.2. du texte communautaire autorise « une réduction des cotisations sociales... et de l'impôt sur le revenu pour les marins » de manière à ramener « les coûts salariaux à des niveaux comparables aux niveaux mondiaux ».

La première mesure, prévue dans certaines conditions par le Comité Interministériel de la Mer (CIM) du printemps dernier, doit être appliquée intégralement et sans la limitation de caractère budgétaire qui pourrait survenir selon les informations récemment recueillies... Il est également logique que de telles aides soient liées à des engagements de productivité de la part des armateurs et des organisations syndicales.

Certaines lignes périphériques (Bretagne, par exemple) pourraient être subventionnées dans le cadre des OSP (obligations de service public), s'il apparaissait qu'elles sont menacées par la disparition des ventes hors taxes, même progressive.

##### **- Tarification Portuaire**

Certains ports pratiquent des tarifs doubles de ceux de leurs homologues britanniques ; cela ne pourrait se justifier que si ces établissements sont lourdement endettés ou ont encore de gros projets d'investissements.

Dans le cas contraire, les tarifs, pour les navires non exclusivement transporteurs de fret, pourraient être divisés par deux, pendant la période transitoire.

##### **- Rationalisation de l'organisation des compagnies.**

Lorsque les conséquences de l'abolition auront été clairement identifiées et que les mesures précédentes auront été arrêtées, il conviendra de s'interroger sur la nécessité d'avoir deux compagnies maritimes sur la Manche qui sont des entreprises de taille moyenne vis à vis des

« géants » britanniques ou suédois. Ne serait-il pas logique d'envisager un rapprochement, au moins au niveau de la politique commerciale ?

#### **4.6.4. Région de Calais**

Les deux types d'aides évoqués précédemment doivent permettre d'éviter une situation dramatique, le premier élément étant, évidemment la pérennité de Seafrance.

##### **- Aides européennes**

Dans un document consacré au « Nord Pas de Calais dans l'Union Européenne », la Commission Européenne souligne que la Région est devenue « le pivot du trafic européen et une terre attractive pour les investisseurs qui veulent se positionner au cœur de l'Union Européenne » ; elle ajoute qu'elle a toujours su adapter ses activités aux nécessités du moment ... et que sa population, la plus jeune de France, est un atout incontestable... »

Elle rappelle que la Région est arrivée en tête sur la période 1989-1993 des régions françaises pour le total des aides attribuées par l'Europe, plus de 3 milliards de francs et que sur la période 1994-1999, ces aides dépasseront 8 milliards.

La région de Calais est éligible à l'objectif 2 et les priorités portent sur l'aide aux PME, le développement de la recherche et de l'offre technologique, et l'aménagement de zones d'activités, y compris portuaires. Le programme d'initiative communautaire (PIC) INTERREG II est le plus important de France ; il vise à favoriser les relations et la coopération avec les régions belges et britanniques. D'autres programmes concernent la reconversion des industries du textile et la prévention de l'exclusion, en particulier dans le bassin et la ville de Calais. Soulignons que les dotations de certains programmes communautaires (PME par exemple) n'ont pas toujours été consommées...

Il est donc évidemment souhaitable que soient utilisées les aides encore disponibles et que le secteur de Calais ait, pour l'avenir, dans la définition des nouvelles aides, en Mars 1999, une place privilégiée.

##### **- Aides nationales**

La notion de « zone franche » ne concerne actuellement qu'un secteur de Calais (zone « Beau Marais ») ; il est indispensable, compte-tenu du risque majeur pour le commerce du centre-ville de Calais de perdre 15 à 20% de son chiffre d'affaires (enquête CCI de Calais), qu'une telle définition soit étendue aux secteurs urbains en difficulté.

Dans le même esprit, Calais qui compte 20 % de chômeurs doit faire partie des 10 villes où vont être lancés, à titre expérimental, de nouveaux « contrats de ville », dans le cadre de la nouvelle « politique de la ville » annoncée à la fin du mois de juin 1998.

Enfin, le port de Calais doit être également pouvoir obtenir le statut de « Port franc » tel que défini par l'article 287.2 du Code des Douanes.

#### **4.6.5. Région de Cognac**

Trois types de mesures peuvent être évoquées :

- Aides existantes

Il s'agit des primes « d'arrachage de la vigne », mesure sans doute inévitable pour éviter la surproduction et qui risque de s'accroître avec la réduction des ventes. Ces primes représentent 100.000 F. par ha et donc actuellement environ 80 M.F. par an financés par la CEE, l'Etat et le Bureau Interprofessionnel du Cognac.

- Aides européennes

Considérée comme une région « riche », le secteur du cognac ne bénéficie d'aucune aide européenne (ni 2, ni 5B). Il sera sans doute nécessaire, dans le cadre des nouvelles définitions, d'y inclure les principaux cantons concernés.

- Aides nationales

Au delà des aides mentionnées, il sera nécessaire de favoriser la création d'une cellule de reclassement interentreprises, à l'instar de ce qui est envisagé pour les sous-traitants de « Super-Phénix » en région Rhône Alpes et de développer encore davantage l'agro-tourisme dans le cadre régional.

#### **4.6.6. - Région de Bretagne (Finistère - Nord)**

Les pertes d'emplois sont difficiles à apprécier si la démarche progressive est adoptée.

La région de St Pol de Léon (et Roscoff) est déjà en zone 5B, sans doute faudra-t-il renforcer les aides européennes dans le cadre des nouvelles définitions.

Un renforcement des aides nationales et régionales pourrait aussi être envisagé dans une région qui constitue un des berceaux des « gîtes ruraux ».

Ces mesures d'ampleur diverse sont, dans certaines situations, absolument indispensables, la démarche progressive permettant de se préparer au choc, sans l'atténuer totalement.

Elles concernent des secteurs, des productions et des régions très diverses.

L'animation et la coordination des actions à mener, au niveau national, semblent justifier la création d'une structure spécifique. Au niveau de la région de Calais, une structure d'animation sera certainement nécessaire également.

#### **4.7. - METTRE EN PLACE DES STRUCTURES LEGERES**

##### **4.7.1. - Au niveau national**

Le problème des « ventes hors taxes » se pose à la fois à Bruxelles, à Paris et au niveau régional sans oublier les contacts à mener au niveau de nos principaux partenaires.



La multitude des questions évoquées, à la fois de nature juridique, économique et sociale impose, par exemple, au niveau européen, un contact quasi permanent avec au moins six Commissaires : Marché Unique, Action Economique, Concurrence, Transports, Action Régionale, Action Sociale.

Au niveau français, une dizaine de Ministères sont concernés sur les mêmes thèmes ; sur le plan régional quatre ou cinq régions sont également concernées à des degrés divers.

Il apparaît qu'au cours de ces six dernières années, le thème de l'abolition des ventes hors taxes n'a jamais été traité dans sa globalité et ses conséquences économiques et sociales n'ont pas, jusqu'à ces derniers mois, été réellement mesurées.

Etant donné qu'il ne reste plus que onze mois d'ici l'échéance et que beaucoup d'actions requièrent à la fois imagination, animation, coordination et suivi, il est donc proposé de créer une structure de coordination nationale.

#### **4.7.2. Au niveau régional**

La région la plus concernée est évidemment celle de Calais où les disparitions d'emplois pourraient atteindre jusqu'à 3700 emplois.

Compte-tenu des délais et des contraintes existantes au niveau européen, il est souhaitable de disposer d'un organisme directeur opérationnel qui aurait à la fois un rôle d'étude, d'animation de coordination et de répartition des fonds. Cet organisme pourrait être le Fonds d'Aménagement du Littoral (FAL), créé en 1985 ; il est de plus accrédité auprès des Communautés Européennes.

Ce Fonds n'a été abondé qu'en 1998 pour la première fois dans le cadre du Plan « Etat-Région » ; la dotation d'Etat s'est élevée à 10 M.F., celle de la Région au même montant et celle du Département « Pas de Calais » à 5 M.F., soit 25 M.F. au total.

A l'intérieur de cette structure, un comité spécifique serait créé pour suivre les conséquences de la suppression des ventes hors-taxes et assurer la gestion des fonds spécifiques qui pourraient être alloués au titre des mesures d'accompagnement de la Directive.

Compte tenu de la démarche progressive, des initiatives propres à chaque acteur économique et de l'octroi d'aides communautaires et nationales, ces Structures devront agir avec souplesse et détermination.