



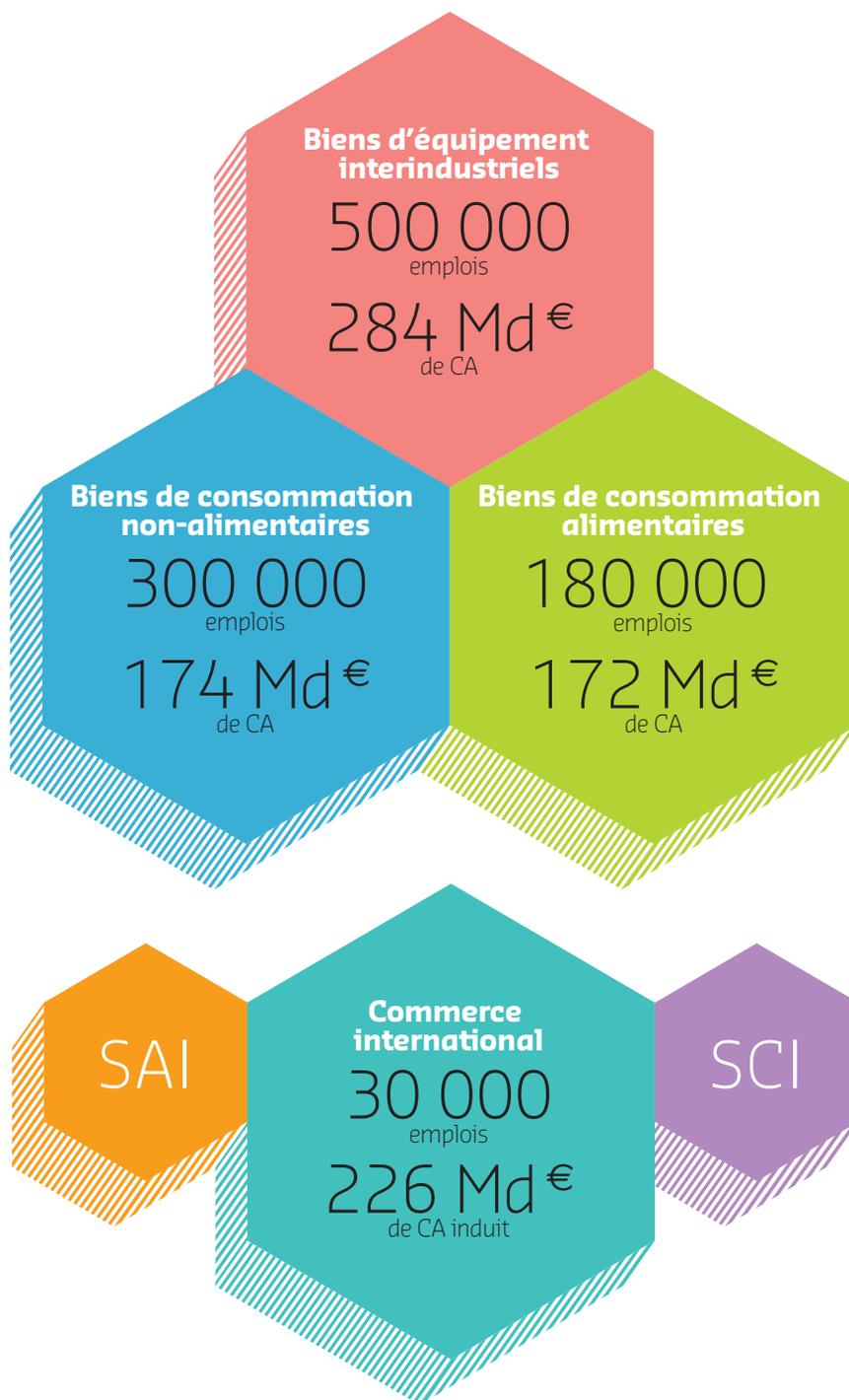
cgi

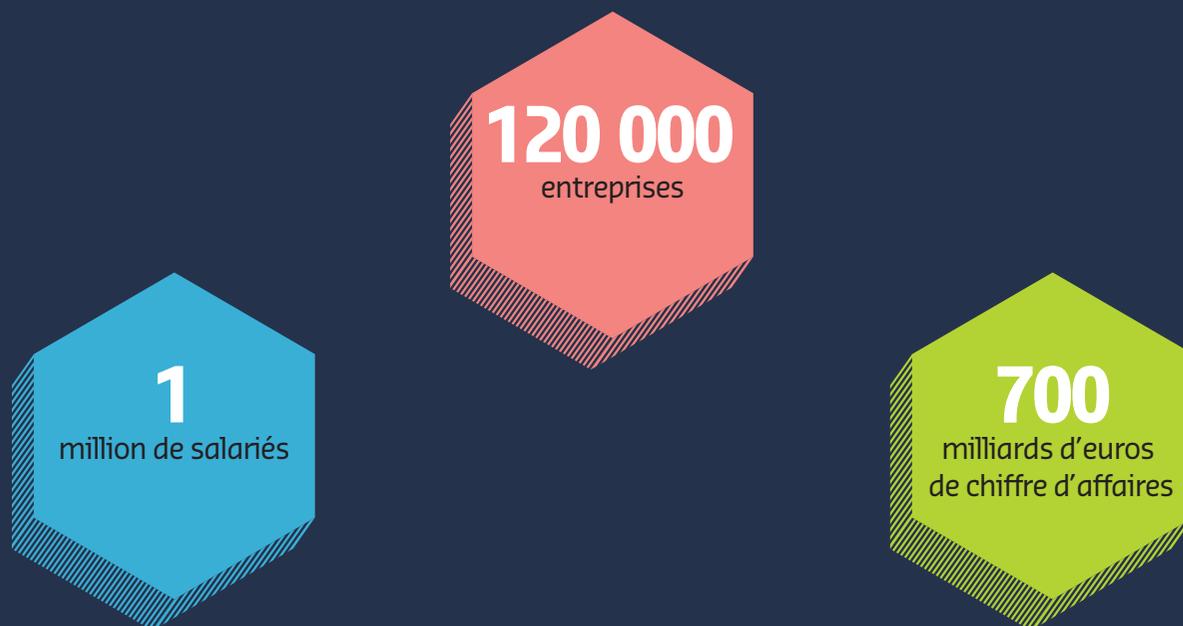


Rapport d'activité 2012



Le commerce interentreprises est composé du commerce de gros et du commerce international





Qu'est-ce que le commerce interentreprises ?

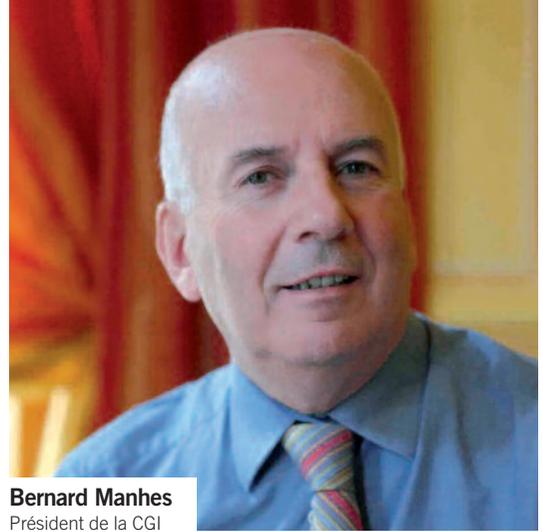
Le commerce interentreprises est l'ensemble des 120 000 entreprises, allant de la PME aux grands groupes internationaux, qui achètent et/ou vendent des biens à d'autres entreprises principalement en France, mais aussi à l'international.

Aujourd'hui, la branche compte 1 million de salariés et recrute plus de 120 000 personnes par an (sources Unédic 2010). Elle a réalisé 700 milliards d'euros de chiffre d'affaires en 2011.

Schéma du commerce interentreprises



Réalisme, et... Dynamisme



Bernard Manhes
Président de la CGI

Le contexte dans lequel nos 120 000 entreprises avancent est, nous le savons tous, complexe : la situation économique mondiale et nationale, l'état des marchés financiers, les contraintes fiscales et administratives croissantes, la période pré et post-électorale, créent de nombreuses incertitudes et interrogations.

Pourtant, l'année écoulée a démontré la capacité des entreprises du B to B à faire face, à progresser, à innover, à recruter... malgré tout.

C'est là notre force : le B to B est solide, une solidité faite de diversité. Diversité de nos secteurs d'activité, des produits, de tailles d'entreprises, des hommes et des femmes qui y travaillent. Ce qui nous réunit tous, c'est cette conviction que le B to B est le lien indispensable, une chaîne de valeurs : un lien fort et unique entre fournisseurs et clients professionnels, entre petites et grandes entreprises, entre la conception d'un produit et son consommateur final. Que serait un monde sans B to B ? S'est-on déjà posé la question ?

Parce que le B to B a trop longtemps souffert de sa discrétion, j'ai fait le choix, tout au long de mes trois mandats à la CGI, d'engager une communication active pour développer la notoriété et la compréhension du B to B, de ses enjeux, de ses métiers, de son poids économique, au bénéfice des fédérations qu'elle représente. Collectivement, nous sommes plus forts, plus connus et reconnus.

La campagne de publicité « le B to B recrute », lancée en 2011, a marqué les esprits grâce à nos actions de lobbying engagées de longue date, les décideurs politiques et économiques intègrent, désormais, les spécificités de notre secteur, les médias nous consultent et la fonction d'intermédiation est de mieux en mieux comprise et reconnue.

Et pourtant, aussi central que soit notre rôle dans la chaîne fournisseurs-clients professionnels, un travail permanent de pédagogie est nécessaire pour exister et être entendu durablement.

À l'heure où je m'appête à passer le relais, je regarde le chemin parcouru par le B to B : nos entreprises sont exemplaires en tant que PME, créatrices d'emplois et de richesse, notre poids économique va croissant, l'innovation est au cœur de nos métiers, et la cohésion des 56 fédérations adhérentes à la CGI en fait une vraie force, reconnue et écoutée.

Nous assumons ce que nous sommes : 1 million d'acteurs innovants, experts, indispensables à la fluidité des échanges commerciaux entre des millions de personnes au quotidien et générant 700 milliards d'euros de chiffre d'affaires par an, au sein de 120 000 entreprises. L'action que j'ai conduite avec passion pendant dix belles années, je la confie désormais à mon successeur qui relèvera, j'en suis certain, les nouveaux défis de la CGI avec force et détermination. Il peut compter sur une équipe solide de professionnels impliqués, sur une structure saine et une organisation éprouvée.

Nous partageons une vision commune du commerce interentreprises, la même énergie pour défendre ses intérêts et un objectif de long terme : travailler chaque jour à la réussite durable du B to B.

« Nous assumons ce que nous sommes : 1 million d'acteurs innovants, experts, indispensables à la fluidité des échanges commerciaux entre des millions de personnes au quotidien et générant 700 milliards d'euros de chiffre d'affaires par an, au sein de 120 000 entreprises »

Bureau et fédérations adhérentes de la CGI

Bureau Exécutif de la CGI

Actualisé le 31 mai 2012

Bernard Manhes
Président

Richard Burgstahler
Trésorier

Marc Hervouet
Vice-Président commerce
de gros

Frédéric Dumont-Saint-Priest
Vice-Président
commerce international

Jacques Chapeau
(FNAS)

Pierre Novarina
(SYNDIGEL)

Pierre Leboucher
(FICIME)

Alain Lepicard
(FNA)

Christian Pepineau
(UNIGROS)

Jean-Philippe Prugnaud
(SNCI)

Géraud Spire
(FNBM)

Hubert Stourm
(FGME)

Michel Vilatte
(FEDA)

Secteur des biens de consommation alimentaire

- Association Générale des Entreprises Vinicoles (AGEV)
- Association Nationale des Expéditeurs et Exportateurs en Fruits et Légumes (ANEEFEL)
- Conseil National des Industries et Commerces en gros des Vins, Cidres, Spiritueux, Sirops, Jus de Fruits et Boissons Diverses (CNVS)
- Chambre Syndicale des Importateurs Français de Fruits et Légumes (CSIF)
- Fédération des Grossistes en Fleurs Coupées (FGFP)
- Fédération du Négoce Agricole (FNA)
- Fédération Européenne du Commerce et de la Distribution des Produits sous Température Dirigée, Glaces, Surgelés et Réfrigérés (SYNDIGEL)
- Fédération Française des Syndicats de Négociants en Pommes de Terre et Légumes en Gros (FEDEPOM)
- Fédération Nationale de l'Industrie et des Commerces en Gros des Viandes (FNICGV)
- Fédération Nationale des Boissons (FNB)
- Fédération Nationale des Syndicats de Commerce en Gros en Produits Avicoles (FENSCOPA)
- Fédération Française des Commerçants en Bestiaux (FFCB)
- Fédération Nationale du Commerce des Produits Laitiers et Avicoles (FNCPLA)
- Chambre Syndicale Nationale de Vente et Services Automatiques (NAVSA)
- Syndicat National du Commerce d'Exportation des Céréales (SYNACOMEX)
- Syndicat National du Commerce Extérieur des Produits Congelés et Surgelés (SNCE)
- Union Nationale de Commerce en Gros de Fruits et Légumes (UNCGFL)
- Union Professionnelle des Grossistes en Confiserie et Alimentation Fine (UPGCAF)
- Union Syndicale des Marchands d'Abats en Gros du M.I.N. de Rungis (USMAG)

Secteur des biens de consommation non-alimentaire

- Chambre Syndicale de la Répartition Pharmaceutique Française (CSRPF)
- Fédération Française des Entreprises de Gros, Importation, Exportation, en Chaussures, Jouets, Textiles (FCJT)
- Fédération Nationale de la Décoration (FND)
- Syndicat National des Grossistes en Coiffure et Parfumerie
- Syndicat National des Grossistes en Fournitures Générales pour Bureaux de Tabac
- Syndicat National des Papetiers Répartiteurs Spécialisés (PRS)
- Syndicat National du Commerce Extérieur de Verrerie, Céramique, Cadeau et Luminaire (VCI)
- Syndicat National des Pharmaciens Distributeurs d'Oxygène et Loueurs de Matériels Médicaux (SYNPOL)
- Union Professionnelle de la Carte Postale (UPCP)

Secteur Interindustriel

- Association Française des Distributeurs de Papiers et d'Emballage (AFDPE)
- Chambre Syndicale du Commerce International des Métaux et Minerais (CSCIMM)
- Fédération Française de la Quincaillerie, des fournitures pour l'industrie, le bâtiment et l'habitat (FFQ)
- Fédération des Entreprises Industrielles et Commerciales Internationales de la Mécanique et de l'Électronique (FICIME)
- Fédération des Syndicats de la Distribution Automobile (FEDA)
- Fédération de la Distribution Industrielle (FEDIN)
- Fédération Nationale du Tissu (FENNTISS)
- Fédération Française des Négociants en Appareils Sanitaires, Chauffage, Climatisation et Canalisation (FNAS)
- Fédération du Négoce de Bois et des Matériaux de Construction (FNBM)
- Fédération des Grossistes en Matériel Électrique (FGME)
- Chambre Syndicale Nationale des Fabricants et Distributeurs d'Armes, Munitions, équipements et accessoires pour la chasse et le tir sportif (SNAFAM)

Organisations Professionnelles Intersectorielles

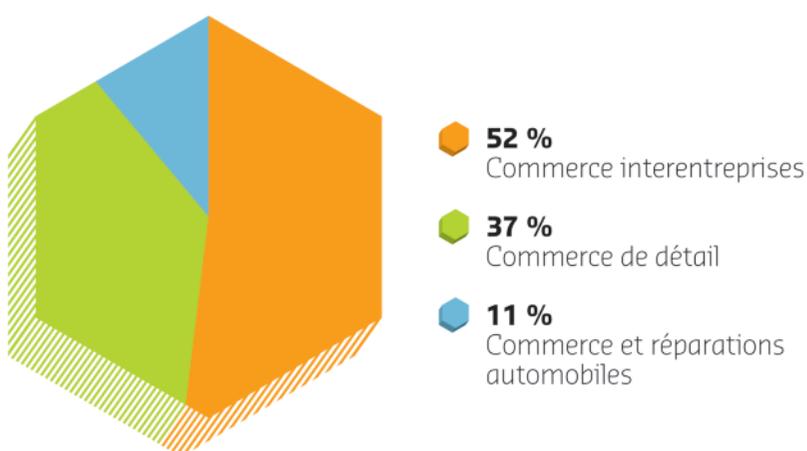
- Opérateurs Spécialisés du Commerce International (OSCI)
- Syndicat des Négociants et Commissionnaires à l'International (SNCI)
- Fédération Française des Syndicats de Courtiers en Marchandises
- Fédération Française des Professionnels de la Communication par l'Objet (2FPCO)

Organisations Professionnelles Géographiques

- Chambre Syndicale du Commerce de Gros et du Commerce International d'Alsace-Lorraine
- Syndicat de l'importation et du Commerce de la Réunion (SICR)
- Union Générale des Syndicats de Grossistes du M.I.N. de Rungis (UNIGROS)

Valeurs et chiffres clés

Répartition des ventes dans le commerce



Quelle est la valeur ajoutée du B to B ?

La connaissance experte des produits et des clients

La place centrale qu'occupe le grossiste garantit une parfaite connaissance des produits ainsi qu'une excellente perception des besoins et attentes des clients professionnels. Au cœur des marchés, les acteurs du B to B sont aujourd'hui d'importants vecteurs d'innovation, de communication et de formation, qui participent à la croissance de l'activité du client.

La mise à disposition des produits

Réceptionnées, triées, stockées,... Les marchandises doivent ensuite être acheminées à temps pendant la durée du chantier, dans la quantité souhaitée, quels que soient le volume, la diversité ou la destination. Expertise parfaitement maîtrisée par le B to B, la logistique représente aujourd'hui un important facteur de différenciation vis-à-vis des concurrents.

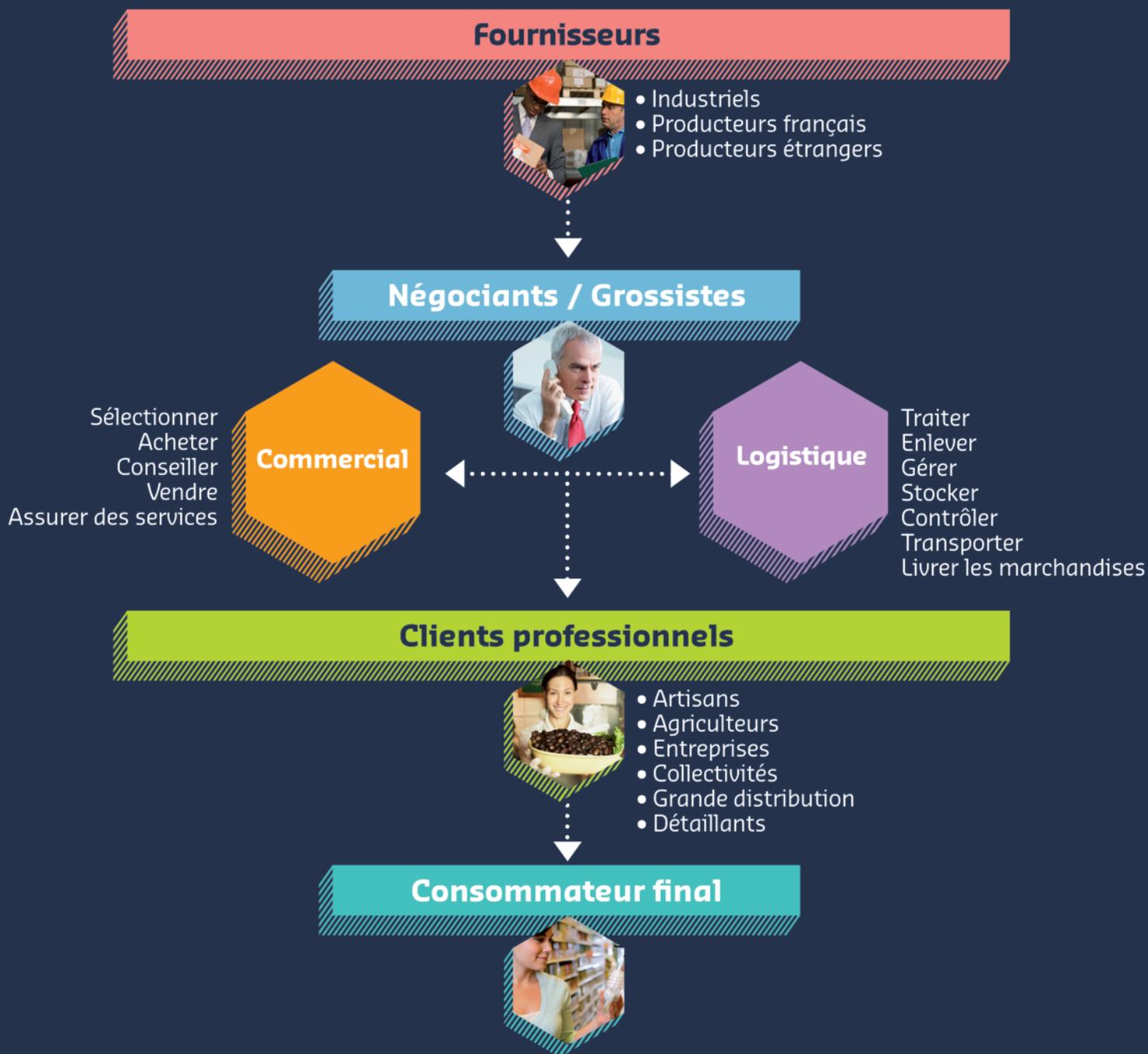
Le conseil auprès des clients

Des services à haute valeur ajoutée : la parfaite connaissance des produits, associée à la compréhension des besoins spécifiques de chaque client, garantit des recommandations sur mesure et un apport optimisé de solutions (études de marché, études techniques, etc.). Dans le B to B, les relations se construisent dans la durée, ce qui permet un ajustement permanent des services proposés et la naissance d'un authentique partenariat entre grossiste et client professionnel.

La création de produits

À la fois conseillers, apporteurs de solutions et logisticiens, la valeur ajoutée des acteurs du B to B réside également dans leur créativité. Aujourd'hui, le B to B est force de proposition pour la création de produits innovants qui sauront répondre aux attentes pressenties des marchés.

Le commerce interentreprises au cœur des filières



« B to B dites-vous ? » : le commerce interentreprises est passé en quelques années du statut de « parfait inconnu » à celui d'intervenant clé dans la chaîne de valeurs industrie-commerce. La diversité de ses secteurs et de ses métiers, mais aussi l'importance de son poids économique et de son rôle en matière d'emploi, sont maintenant prises en compte par les décideurs économiques et politiques. C'est le fruit d'un travail permanent, porté par la CGI et ses fédérations, qui consiste à siéger dans les principales instances et à communiquer activement auprès du gouvernement et du parlement.

REPRESENTER ET FAIRE VALOIR

LA FORCE ET LES INTERETS DU B TO B

25

mandats pour la CGI

4 056

tournées de livraisons analysées dans le cadre de l'étude « Écotaxe poids lourds » réalisée par le ministère des Transports pour la CGI

EUROCOMMERCE : LA VOIX DU B TO B ENTENDUE



Présente au sein d'EuroCommerce depuis de nombreuses années, la CGI a, à de nombreuses reprises, fait valoir les spécificités du B to B au sein de cette instance clé du commerce en Europe. Après la création d'un « working group » dédié au B to B en 2005, c'est la nomination d'un interlocuteur privilégié, spécialiste du B to B,

au sein d'EuroCommerce en février 2012, qui devrait améliorer la prise en compte des spécificités du secteur. Sa principale mission sera de mettre en lumière les contraintes propres au secteur du commerce interentreprises et de faire entendre la « voix » des entreprises du B to B aux côtés des autres acteurs du commerce en Europe.

LES DÉLAIS DE PAIEMENT : TOUJOURS D'ACTUALITÉ



Les délais de paiement ont fait l'objet d'une succession de réformes depuis 2001 et ont été l'un des sujets clés de la Loi de Modernisation de l'Économie. Cette loi a mis en avant leur importance dans le financement de l'économie et tout particulièrement des PME. La nette amélioration des délais de paiement depuis 2007 a eu un impact économique favorable sur la trésorerie des PME. Mais en 2012, l'adoption

de certaines dispositions sur les délais de paiement dans le cadre de la loi Warsmann comporte le risque de remettre en question la LME, avec la possibilité de proroger les Accords dérogatoires au-delà de 2011 pour les activités saisonnières. La CGI s'est mobilisée et a sollicité des rendez-vous, à l'Élysée, puis auprès de la DGCCRF, pour faire préciser la doctrine de l'administration sur certains points.

« La nomination d'un interlocuteur privilégié au sein d'EuroCommerce devrait améliorer la prise en compte des spécificités du secteur »

DES ACCORDS SALAIRES POUR LES CCN 3100 ET 3044



La CGI est en charge de la gestion technique des conventions collectives des commerces de gros (n° 3044) et de l'import-export (n° 3100), qui représentent 25 fédérations et 350 000 salariés. La CGI et les partenaires sociaux ont conduit des négociations courtes et efficaces qui ont permis d'aboutir à un accord salaires intégrant une aug-

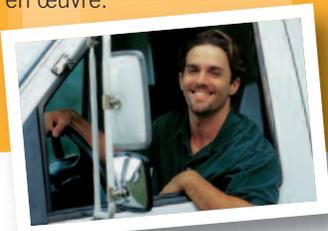
mentation de 2,3 % sur l'ensemble de la grille pour la 3044. Cet accord, signé dès le 1^{er} janvier, a permis l'application immédiate des augmentations sur une année civile complète jusqu'à fin 2012. Un accord salaire prévoyant une augmentation de 2,5 à 2 % a également été signé pour la convention 3100 pour l'année 2012.

Flashback

2010 :

développer les Compétences Clés dans la fonction logistique

Des modules de formation spécifiques, visant à l'acquisition de compétences clés (alphabétisation...) dans les métiers du commerce de gros, ont été créés en 2010, suite aux travaux des partenaires sociaux de la CPNEFP des commerces de gros. C'est l'OPCA Intergros qui est chargé de leur mise en œuvre.



2007 :

la DEEE en application

Depuis la mise en application de la directive sur les Déchets des Équipements Électriques et Électroniques, la CGI a développé de nombreuses actions pour faciliter sa compréhension et son application : un décryptage des textes de loi, l'élaboration d'un FAQ avec le ministère de l'Écologie, la création du 1^{er} Forum du CIE, le 6 février 2007.

2006 :

naissance de l'OSCI

Avec près de 120 adhérents, l'OSCI est aujourd'hui un acteur incontournable du commerce international. Née en 2006 de l'union de 2 syndicats : SYNCIBE et CGI/SAI (puis intégration du SNCI en 2007), elle est membre de l'Équipe de France de l'Export et dispose d'un outil clé de visibilité : le site osci.fr



2009 :

la CET... toujours d'actualité

La réforme de la taxe professionnelle, qui a d'abord profité à l'industrie, a suscité une forte mobilisation de la CGI depuis 2009. Un dispositif de lissage sur quatre ans a été obtenu et la CGI reste aujourd'hui vigilante afin que les entreprises du B to B, par définition « non délocalisables », ne supportent pas le poids d'une fiscalité locale croissante.

Chaque année, la notoriété du secteur du B to B progresse : c'est le fruit d'un travail constant d'explication et de mise en valeur du poids, de la diversité de la capacité d'innovation de ce secteur important pour notre économie. Ses métiers et la richesse des opportunités professionnelles qu'il propose font l'objet d'une pédagogie toute particulière : le B to B recrute ! Campagne de publicité, semaine d'information, site internet et implication des professionnels sont des moyens de visibilité complémentaires et efficaces.

COMMUNIQUER SUR L'IMPORTANCE DU B TO B, PROMOUVOIR LE SECTEUR ET SES METIERS

+ de 500

articles de presse mentionnant la CGI
depuis le mois de juin 2011

1 400

contacts qualifiés reçoivent chaque année
le *Guide des Compétences des Opérateurs
Spécialisés du Commerce International*

SEMAINE DU B TO B : LES ENTREPRISES OUVERT LEURS PORTES



Nouveauté pour cette 2^e édition de la « Semaine du B to B » : cette année, du 30 janvier au 5 février, 30 visites d'entreprises du B to B ont été organisées dans toute la France. Près de 600 étudiants du Bac au BTS, accompagnés de leurs enseignants, ont ainsi pu voir la réalité d'entreprises de secteurs variés (automobile, fournitures industrielles, produits surgelés, etc.) en échangeant avec des commerciaux, en

visitant les entrepôts, les magasins et en posant de nombreuses questions aux professionnels présents, qui leur ont fait découvrir l'entreprise de l'intérieur. Cette occasion de découverte mutuelle est aussi une opportunité de renforcer encore les liens entre le monde de l'enseignement et celui de l'entreprise ; le succès de cette initiative appelle la poursuite de ce dispositif.

CAMPAGNE DE COMMUNICATION : LE B TO B À L'AFFICHE



Impensable il y a encore quelques années, le B to B a choisi de faire parler de lui dans une campagne de communication nationale, en affichage. Près de 1 600 panneaux dans 10 grandes villes de France ont ainsi décliné, de manière épurée et moderne, le message « Le B to B recrute », en mettant en avant la capacité à recruter du secteur et la qualité des parcours et contrats proposés par le commerce interentreprises.

Le site « MyBtoB.fr », principale source d'information et relais vers des opportunités d'emploi, est clairement mis en avant dans la campagne. Bien accueillie par le public (+ 154 % de visites quotidiennes sur mybtob.fr) comme par les médias qui s'en sont largement fait l'écho, cette campagne est appelée à durer : après la campagne de janvier, une seconde vague est prévue en juillet 2012.

« Le B to B a choisi de faire parler de lui dans une campagne de communication nationale, en affichage : « Le B to B recrute » »

OUVERTURE DOMINICALE DES GSB : DANGER !



Le projet d'ouverture dominicale permanente des Grandes Surfaces de Bricolage représente un vrai risque de distorsion de concurrence pour les négoceurs d'approvisionnement au bâtiment ; 160 000 salariés du secteur sont ainsi susceptibles d'être impactés. Consciente du danger, la CGI s'est impliquée pour mettre en lumière

les risques auprès de Xavier Bertrand, de l'Élysées et de Jean-François Coppé, afin que soit pris en compte l'impact éventuel d'une telle décision sur le secteur du B to B. La CGI a, par ailleurs, mené une campagne de presse active pour développer ses arguments qui ont été entendus et relayés par l'AFP, *Challenges* et *Le Monde* entre autres.

Flashback

2001 :

convention de coopération Éducation nationale et Enseignement supérieur

Cette convention a permis de créer des liens efficaces avec les écoles, plus d'échanges écoles/entreprises et une bonne adéquation entre les attentes des entreprises et les formations au B to B. L'Université d'été, la Semaine du B to B, MyBtoB.fr... sont nés de cette collaboration qui se poursuit avec la signature, le 4 mai 2012, d'un nouvel accord valable jusqu'en 2017.



2008 :

premiers Trophées du commerce interentreprises

Créés en 2008, les Trophées du commerce interentreprises visent à promouvoir le métier de technico-commercial, sa formation, ses débouchés. En 2012, pour la première fois, les Trophées et les Olympiades de la négociation sont réunis et deviennent les « concours de l'Excellence Commerciale ».

2007 :

MyBtoB.fr : l'indispensable outil

À sa création en 2007, la vocation du site MyBtoB.fr était de créer des liens forts entre les entreprises, les établissements de formation et les jeunes. Mission accomplie : MyBtoB.fr est devenu, en 5 ans, une vraie plateforme de communication entre 3 000 entreprises du B to B, 385 établissements et près de 15 000 étudiants.



DEPUIS 2010 :

la notice Écofolio : être conforme, absolument

Être conforme à la législation en vigueur en matière de tri sélectif du papier ? Indispensable pour les entreprises du B to B ! La CGI, grâce à son étroite collaboration avec Écofolio, a pu réaliser des réunions d'information et des outils destinés aux entreprises, actualisés chaque année.





56 fédérations, 120 000 entreprises, 1 million de salariés, 700 milliards d'euros de chiffre d'affaires : si le « périmètre naturel » du B to B est éloquent, il mérite d'être expliqué et ses positions, souvent spécifiques, défendues. La mission d'explication et de défense des intérêts de cette diversité d'acteurs qui composent le commerce interentreprises est au cœur de l'action de la CGI. Car nous sommes persuadés que le collectif est toujours gagnant !

RASSEMBLER ET DEFENDRE LES INTERETS DU B TO B

30 197 780 euros
de collecte de taxe d'apprentissage

27 000 exemplaires
du *B to B news* chaque trimestre

NÉGOCIATION DES CONVENTIONS COLLECTIVES : UNE ACTUALITÉ TRÈS RICHE



Gestionnaire des Conventions Collectives des commerces de gros (n° 3044) et de l'import-export (n° 3100), la CGI a engagé un travail de fond pour mettre en conformité la CCN 3044 : recodification, intégration des textes législatifs et conventionnels... Ce travail, très technique, s'est déroulé sur douze mois et a abouti à un consensus sur la méthodologie de mise en conformité, formalisé par un accord de

branche, signé le 23 février 2012 avec la CFTC, FO et la CGC.

Un accord d'un régime de santé a, par ailleurs, été signé le 23 janvier 2012, dans le cadre de la CCN 3100 : il prévoit que tous les salariés de la branche doivent être couverts par une mutuelle santé. Pour accompagner les entreprises, un contrat de référence, mis en place avec l'AG2R et le GNP, sera effectif dès juillet 2012.

PLATEFORME POLITIQUE DE L'OSCI : L'EXPORT AU CŒUR DU DÉBAT



Le contexte électoral est l'occasion pour l'OSCI de mettre l'accent sur la situation et les enjeux de l'export en France et de proposer une série de mesures innovantes, y compris fiscales, pour favoriser la relance de nos exportations. Acteurs de terrain, les adhérents de l'OSCI sont en prise directe avec la réalité des entreprises qui exportent. L'OSCI a donc souhaité contribuer au débat public et a synthétisé « Cinq propositions

pour relancer les exportations françaises » dans un document, adressé début avril à plus de 400 contacts : les candidats, les partis politiques, les parlementaires, des représentants du commerce extérieur, les conseils régionaux, les bureaux UbiFrance dans le monde, les missions économiques, les CCI et CCIFE. Redresser la situation de l'export sera l'un des défis majeurs à relever par les nouveaux gouvernants.

« La CGI est très mobilisée, pour que le poids induit par l'Écotaxe Transport ne mette pas à mal un secteur indispensable à la distribution des produits »

ÉCOTAXE POIDS LOURDS : UN DISPOSITIF INAPPROPRIÉ



L'objectif de l'Écotaxe Transport, qui est de réduire le trafic routier et ses conséquences, s'avère contre-productif pour les entreprises du B to B. Elle n'a été pensée que pour les transports routiers longue distance et ne tient pas compte des spécificités de la distribution locale qui approvisionne au quotidien de multiples clients (15 à 20 pour une tournée de 220 km). Le mécanisme très compliqué de l'Écotaxe risque d'entraîner des contraintes administratives

et financières supplémentaires pour les entreprises du B to B, mais aussi une distorsion de concurrence avec les *Cash and Carry*. Dès le début, la CGI s'est impliquée et a réalisé une étude avec le ministère des Transports pour démontrer la validité de ses arguments. La CGI est très mobilisée, pour que le poids induit par l'Écotaxe Transport ne mette pas à mal un secteur indispensable à la distribution des produits jusqu'au consommateur final.

Flashback

DEPUIS 2001 :

les relations commerciales : un sujet central

2005 : Loi Dutreil, 2007 : Loi Chatel, 2008 : LME... Depuis 2001, la CGI n'a de cesse de faire valoir la spécificité du négoce de distribution professionnelle dans un contexte où les évolutions du code de commerce régulent les pratiques de la grande distribution, sans envisager les « dommages collatéraux » susceptibles d'affecter le B to B.



DEPUIS 2002 :

des personnalités au rendez-vous

Depuis 10 ans, la CGI reçoit régulièrement des personnalités politiques et décideurs économiques de premier plan lors des événements qu'elle organise. Luc Ferry, Laurence Parisot, Sylvie Goulard (députée européenne), Michel Godet (économiste), Jack Lang, sont déjà intervenus.

2007 :

naissance du Club Négoce des Matières Premières

La dixième édition du Club Négoce des Matières Premières animé par le professeur Philippe Chalmin, a eu lieu en décembre 2011. Ce club, désormais référent en matière d'analyse de la conjoncture mondiale des matières premières, réunit des sociétés parisiennes de négoce, des représentants de fédérations et des journalistes.



DEPUIS 2009 :

délais de paiement

En 2009, la LME imposait de nouveaux délais de paiement, très contraignants pour les entreprises du B to B. Les accords dérogatoires, aujourd'hui arrivés à terme, la CGI livre une nouvelle bataille pour limiter les impacts négatifs de nouvelles dispositions actuellement à l'étude.



A woman with dark hair and brown eyes is looking down at a tablet computer. The background is a warm, wooden surface.

Au fil des années, la CGI est devenue un « catalyseur » et une source d'informations techniques unique pour le secteur du B to B. Elle a également su construire un dispositif de collecte et d'analyse d'informations clés (techniques, économiques, juridiques, légales...) qui sont déterminantes pour les fédérations et leurs entreprises au quotidien. La mission de la CGI est de rendre toujours plus accessibles ces ressources et d'en favoriser un usage efficace pour les entreprises du secteur.

PARTAGER ET DIFFUSER L'INFORMATION

2 087

entreprises interrogées pour
la réalisation de l'Observatoire
du Commerce Interentreprises

18

types de publications CGI différentes
depuis juin 2011

**SVP :
L'INDISPENSABLE SOURCE D'INFORMATION**



Depuis plus de vingt ans, la CGI a mis en place un dispositif de veille, d'analyse et de réponse aux questions de ses fédérations adhérentes : le SVP reçoit chaque mois plus de 350 appels et accompagne les professionnels du B to B au quotidien. L'actualité législative et fiscale, la complexité croissante du droit du travail, les démarches administratives et la nécessaire conformité des

entreprises du B to B à la Loi, font du SVP un outil indispensable. Cette année encore, l'équipe de juristes de la CGI a été particulièrement sollicitée sur des sujets intimement liés à l'actualité législative, comme la pénibilité et de l'égalité Hommes/ Femmes, et y a apporté des réponses sur mesure avec beaucoup de réactivité et d'expertise.

**MyBtoB.fr
NOUVELLE GÉNÉRATION**



Quatre ans après son lancement, MyBtoB.fr, pionnier du genre, est devenu le site de référence des professionnels du B to B, des établissements de formation et des étudiants : jusqu'à 33 000 connexions mensuelles, 3 000 entreprises inscrites, 15 000 CV en ligne et 387 établissements référencés. Pour être encore plus proche

des attentes de ses publics, la nouvelle version de MyBtoB.fr, développée au premier trimestre 2012, propose de nouvelles fonctionnalités (bourse aux stages, aide au recrutement, profils d'entreprises...) et est désormais directement connectée via Facebook et Twitter. Pour ne rater aucune opportunité offerte par le B to B.

« Le SVP reçoit chaque mois plus de 350 appels et accompagne les professionnels du B to B au quotidien »

**OSCI :
PLUS D'INFO POUR LES PROFESSIONNELS DE L'EXPORT**



Les opérateurs privés du commerce international, réunis au sein de l'OSCI, sont des professionnels de terrain qui disposent aujourd'hui d'un dispositif cohérent et complet d'information. Le site internet osci.fr met en valeur les OSCI, ainsi que les fédérations internationales de la CGI, propose une base de données interactive pour les entreprises et fournit des infor-

mations et actualités sur l'organisation. Les partenariats scellés par l'OSCI (institutionnels, formation, communication) sont également valorisés sur osci.fr. Par ailleurs, l'OSCI diffuse, à un rythme hebdomadaire, une revue de presse internationale à 170 contacts, ainsi qu'une Newsletter mensuelle sur l'actualité du secteur.

Flashback

2005 :

naissance du B to B news
Concentré d'actualités du secteur, le B to B news, créé en 2005, est aujourd'hui publié trois fois par an, à plus de 27 000 exemplaires. Il est envoyé aux fédérations, aux entreprises, mais également aux institutionnels et décideurs économiques et politiques. Lisible, pointu et documenté, il se veut très convivial sur la forme, laissant beaucoup de place aux interviews et témoignages d'experts.



2008-2011 :

suivez les guides transport

Être au plus près des préoccupations des professionnels du transport ? C'est la vocation du guide pratique *Transport en compte propre*, conçu en 2008 et actualisé en 2009, et du guide pratique *Comment agir face aux problèmes de livraison*, édité en 2011.

DEPUIS 2002 :

les outils de la CGI : du papier à la toile

Depuis 10 ans, la CGI conçoit des outils adaptés aux attentes du B to B et à l'évolution des technologies : du papier (B to B news, fiches métiers...), au digital (site internet, Facebook et Twitter (pour MyBtoB.fr), la CGI joue sur la complémentarité des moyens pour plus d'efficacité et de visibilité.



DEPUIS 1997 :

Veille et Action et Le Point sur : des valeurs sûres

Depuis plus de 15 ans, *Veille et Action* et *Le point sur* sont des outils de travail quotidiens des fédérations adhérentes et de leurs entreprises : concentré accessible et « vulgarisé » de textes de lois de plus en plus complexes, ces outils proposent une synthèse documentée et solide de « l'essentiel » des textes et facilitent leur mise en application par les entreprises du B to B.

Au cœur des métiers du B to B et proche de la réalité des entreprises, la CGI s'est fixé pour mission de contribuer activement à la formation des professionnels et futurs salariés du commerce interentreprises. Réflexion prospective, partenariats universitaires, formation initiale, formation continue, reconnaissance des acquis...

La CGI anime un dispositif cohérent avec la dynamique de progrès constant du B to B et le besoin croissant de compétences adaptées à son développement.

FORMER ET ACCOMPAGNER LES PROFESSIONNELS DU B TO B

23

études universitaires
encadrées par CGI/OSCI

3 800 stagiaires

ont suivi une formation clés en main,
proposée par Intergros



CHAIRE ET UNIVERSITÉ D'ÉTÉ : LE B TO B DÉCRYPTÉ PAR LA RECHERCHE



L'innovation et le service sont au cœur des métiers et de la dynamique des entreprises du B to B. Mais quels seront les métiers de demain ? Les nouveaux besoins ? Les enjeux et les risques auxquels les entreprises du B to B devront savoir répondre pour pouvoir se développer encore ? Dès 2009, la CGI a créé une Chaire de recherche en coopération avec le ministère de l'Éducation nationale et le ministère de l'Enseignement supérieur pour que le commerce

B to B devienne un objet d'études approfondies : l'EM Lyon et le CRET-LOG répondent pleinement à cette ambition depuis 4 ans. Et pour sa 3^e édition, l'Université d'été du commerce B to B, fait le point sur l'état des recherches, début juillet 2012. Pendant 3 jours, 200 personnes, enseignants, professionnels, chercheurs et fédérations échangent sur les spécificités des intermédiaires du B to B et les innovations en matière de transport et logistique.

NETINVET® : LE RÉSEAU S'OUVRE AU TRANSPORT



NETINVET® est un réseau européen de centres de formation et d'entreprises, créé officiellement en mars 2011, à l'initiative de la CGI et du ministère de l'Éducation nationale, et de leurs partenaires européens, pour favoriser la mobilité européenne des étudiants dans le cadre de leur formation professionnelle. Initialement destiné aux formations en commerce international

le réseau s'ouvre aujourd'hui aux étudiants en transport et logistique, grâce à la forte implication de l'AFT-IFTIM. Le réseau s'étend à 11 pays d'Europe, compte 53 centres de formation partenaires et plus de 150 entreprises. Il a permis à plus de 250 étudiants de partir étudier dans un autre pays d'Europe, depuis sa création.

« L'innovation et le service sont au cœur des métiers et de la dynamique des entreprises du B to B » »

LES « JOURNÉES RENCONTRES » OSCI



La CCIP, l'ANIA, l'UIC font du développement à l'international des entreprises, et tout particulièrement des PME, une priorité. L'OSCI a développé, avec ces organismes ou fédérations, des partenariats mutuellement bénéfiques : elle met à leur disposition les ressources expertes de plusieurs Sociétés d'Accompagnement et de Commerce à l'International pour répondre

aux questions des entreprises, qui deviendront peut-être leurs futurs clients. La mutualisation est également au cœur de l'action de l'OSCI qui, grâce notamment à des stands collectifs sur les salons de l'international, a permis à ses adhérents de réaliser plus de 1 000 rendez-vous d'affaires en 10 ans.

Flashback

2010 :

création des CQP vente en commerce de gros

Depuis 2010, les CQP vente en commerce de gros permettent le développement et la validation des compétences professionnelles aussi bien pour de nouveaux entrants en entreprise que pour des salariés expérimentés. 750 CQP de vendeur itinérant et télévendeur ont été délivrés et 350 évaluateurs formés en 2 ans.



1997 :

création d'Intergros

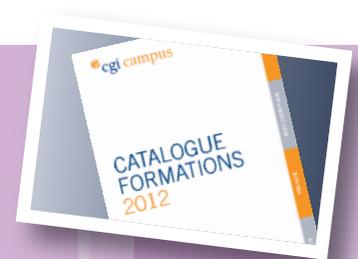
Créé en 1997, Intergros est l'OPCA du commerce de gros et international. Sa mission est de collecter les contributions des entreprises, de simplifier la formation professionnelle continue et de faciliter l'emploi des salariés des branches. Une mission soutenue par l'Observatoire du Commerce Interentreprises. L'agrément d'Intergros a été renouvelé en janvier 2011.



2007 :

nouveaux BTS NRC et BTS CI

Les BTS « Négociation et Relation Clients » et « Commerce International », révisés en 2007, forment de vrais professionnels de terrain. Non spécifiques au B to B, leurs contenus de formation viennent d'être mis à jour en coordination avec le secteur, pour une parfaite intégration des attentes et spécificités du B to B.



2011 :

CGI Campus

Centré sur les préoccupations des entreprises du B to B, CGI Campus propose des formations qui s'appuient sur le savoir-faire d'intervenants professionnels. Les thématiques traitées sont le social, l'économie et les CQP. Plus de 250 personnes ont suivi des formations CGI Campus en 2011.

Imaginer le B to B de demain dépasse de loin la simple problématique « technique » des métiers et de l'emploi. Cela revient à se poser la question : comment vivrons-nous demain ? Comment les villes seront-elles organisées ? Comment fonctionnera le commerce de proximité ? Quelle sera la place de l'environnement dans nos choix de consommation ? Cette capacité à se projeter en avant, la CGI l'anime, collectivement, au travers d'initiatives innovantes et de moments de partage et d'échanges choisis.

SE PROJETER, ANALYSER ET COMPRENDRE LES NOUVEAUX ENJEUX DU B TO B

+ 5 %

indice annuel de croissance
économique du B to B en 2011

19

délégations de l'OSCI
en région et dans le monde

**CEP :
UN CONTRAT D'ÉTUDE PROSPECTIVE POUR IMAGINER LE « FUTUR » DU B TO B**



Le Contrat d'Étude Prospective, conçu et rédigé par le CREDOC et le cabinet GESTE, dresse un état des lieux complet de la situation économique, de l'emploi, des ressources humaines du commerce B to B. Il s'inscrit dans une démarche projective : 3 scénarii d'avenir du B to B sont

ainsi élaborés et commentés. Le Contrat d'Étude Prospective a été réactualisé en 2011 et diffusé début 2012 aux fédérations et aux entreprises. C'est aussi un excellent outil de sensibilisation des institutionnels et des politiques aux spécificités du commerce B to B.

**INTÉGRER
LES ENJEUX DE DEMAIN**



Si chacun s'accorde à soutenir l'idée d'un monde plus écologique et d'un consommateur toujours mieux informé, la mise en pratique de ces ambitions est souvent complexe. La CGI travaille ainsi depuis de nombreuses années avec la ville de Paris à l'élaboration d'une Charte des livraisons dans la capitale : participation au Comité de suivi, réunions avec des représentants

de la Mairie, contribution à la rédaction d'un nouveau projet... Directement issu des réflexions du Grenelle de l'environnement, l'affichage environnemental fait l'objet d'un travail de fond au sein d'une plateforme générale et de groupes de travail ADEME-AFNOR auxquels la CGI est associée.

« Le CEP dresse un état des lieux complet de la situation économique, de l'emploi, des ressources humaines du commerce B to B »

**TEXTE EUROPÉEN :
IMPACT NATIONAL**



Dans le cadre des transpositions des directives communautaires, la CGI plaide pour une transposition uniforme et harmonisée des textes. C'est le cas, par exemple, pour la Directive sur la Facturation électronique qui vise à favoriser son développement en lui donnant le « même

statut » fiscal que la facture papier. Or, en France les pouvoirs publics seraient tentés de maintenir un niveau d'exigence élevé pour les factures électroniques, allant à l'encontre des préconisations de la Commission européenne et des intérêts des PME.

Flashback

2008/2009 :

Chaire de recherche et Université d'été

En créant en 2007 la première Chaire d'Études sur le B to B, en partenariat avec les ministères de l'Éducation nationale et de l'Enseignement supérieur, la CGI s'est dotée d'un formidable outil de réflexion sur son secteur et ses évolutions. Le travail conduit par les doctorants de l'EM Lyon et du Cret-Log, financé par la CGI, est largement partagé lors de l'Université d'été (juillet 2012).



2007 :

Observatoire de conjoncture du commerce interentreprises

Disposer des chiffres, les analyser et partager cette analyse : les objectifs de l'Observatoire sont atteints. Chaque trimestre, il fournit les chiffres analysés du secteur du B to B et donne les grandes tendances d'évolution : des données clés pour les entreprises, mais également exploitées pour mieux expliquer le poids et le rôle du B to B dans notre économie.

2004 :

convention collective : des accords de prévoyance solides

« Prévoir » et « anticiper », cela concerne également les salariés cadres et non-cadres du commerce interentreprises. C'est pourquoi, les conventions collectives 3100 (depuis 2004) et 3044 (depuis 2010) sont toutes deux dotées d'accords de prévoyance solides, aux garanties importantes.



DEPUIS 2002 :

les partenariats CGI : la garantie de l'expertise

Confrontée à des sujets souvent techniques et d'une grande complexité, la CGI s'adjoit, depuis de nombreuses années, l'expertise de cabinets d'experts et d'avocats (Capstan, MG Avocats, cabinet Francis Lefebvre). Consultés au quotidien, associés à diverses réunions, intervenant lors de conférences, ils sont un soutien indispensable au travail des équipes de la CGI.