

RAPPORT  
D'ACTIVITÉS  
2017

se transformer.

RAPPORT D'ACTIVITÉS 2017 DE LA  
CONFÉDÉRATION DU COMMERCE DE  
GROS ET INTERNATIONAL



REPRÉSENTER  
RASSEMBLER  
COMMUNIQUER  
FORMER  
PARTAGER



cgi LES PROFESSIONNELS  
DU NÉGOCE

## SOMMAIRE.

- 3 **Édito** de Philippe Barbier, Président de la CGI.
- 4 **Chiffres-clés.** Secteur, entreprises, collaborateurs.
- 6 **Témoignages :** Être grossistes aujourd'hui.
- 8 **Représenter** les intérêts et faire valoir les forces des grossistes.
- 11 **Rassembler** nos forces pour mieux défendre nos intérêts.
- 14 **Se projeter** dans l'avenir, analyser le secteur.
- 17 **Communiquer** et faire connaître les spécificités du commerce de gros et international.
- 20 **Former** et accompagner les professionnels du négoce.
- 23 **Partager** les enjeux et diffuser l'information auprès des professionnels.
- 26 **Organisation.** Bureau et fédérations.



# Fiers d'être grossistes



▲ Philippe Barbier, Président de la CGI.

La CGI vient de fêter ses 25 ans. Si le domaine historique d'activité de la CGI était le social, ce qui nous réunit aujourd'hui, c'est la place croissante de problématiques communes fondamentales telles que l'attractivité professionnelle du secteur, la défense de ses intérêts économiques, la formation, l'impact du numérique, la prise en compte de l'environnement, la maîtrise de la fiscalité... Notre souhait, partagé par nos 36 fédérations adhérentes, est d'être connu et reconnu sur le plan institutionnel

## invisible... et pourtant...

**150 000 grossistes** sont là pour trouver, sélectionner, stocker, garantir la qualité, transporter, livrer à d'autres professionnels, des produits qui seront ensuite transformés, installés, vendus à un client final : les médicaments dans les pharmacies, les fleurs chez votre fleuriste, les pièces de rechange chez le garagiste, le matériel électrique chez l'artisan, les repas dans les cantines, les boissons dans votre brasserie, les pâtisseries du boulanger, les EPI\* chez les artisans, les robinets

**“Grossistes... un mot simple pour décrire des métiers modernes et formidables et un rôle irremplaçable dans l'économie d'aujourd'hui.”**

à un niveau conforme au poids et au rôle du commerce de gros dans l'économie française : 150 000 entreprises, 1 million de salariés, 90 000 recrutements par an... **le commerce de gros est un secteur clé de notre économie.** Nous sommes riches de l'incroyable diversité des produits et services que couvre notre profession. **Le commerce de gros semble**

thermostatiques chez le plombier... Les grossistes, des PME à 95 %, approvisionnent chaque jour des professionnels partout en France. Notre maillage régional est unique : des grandes métropoles jusqu'au plus petit village, nous sommes présents et nous contribuons à faire vivre les territoires. Partout, nous créons des emplois non délocalisables, y compris pour des

jeunes peu qualifiés ; le commerce de gros est l'un des rares secteurs où « l'ascenseur social » fonctionne.

## Notre rôle social est indéniable.

La CGI progresse : nous sommes de plus en plus écoutés par les pouvoirs publics, actifs au sein de grandes organisations patronales, partenaires de fédérations sectorielles sur des sujets clés comme le transport ou l'alimentation locale ; les spécificités de la profession de grossiste sont mieux comprises et sa place dans la chaîne de valeur du commerce reconnue.

Nous avançons avec cette conviction : nous sommes créateurs d'emplois, générateurs d'innovation, créateurs de lien dans les territoires, sensibles à l'environnement et responsables. C'est pourquoi **nous sommes fiers d'être grossistes...** un mot simple pour décrire des métiers modernes et formidables et un rôle irremplaçable dans l'économie d'aujourd'hui.

Et pourtant, beaucoup reste à faire. **L'amélioration constante de la notoriété et de l'image de notre profession est une priorité :** pour être toujours plus forts au niveau institutionnel sur les sujets économiques, sociaux, environnementaux, pour être connu par un plus large public comme une formidable source de formation, d'emploi et de réussite et recruter ainsi les jeunes qui feront notre profession demain.

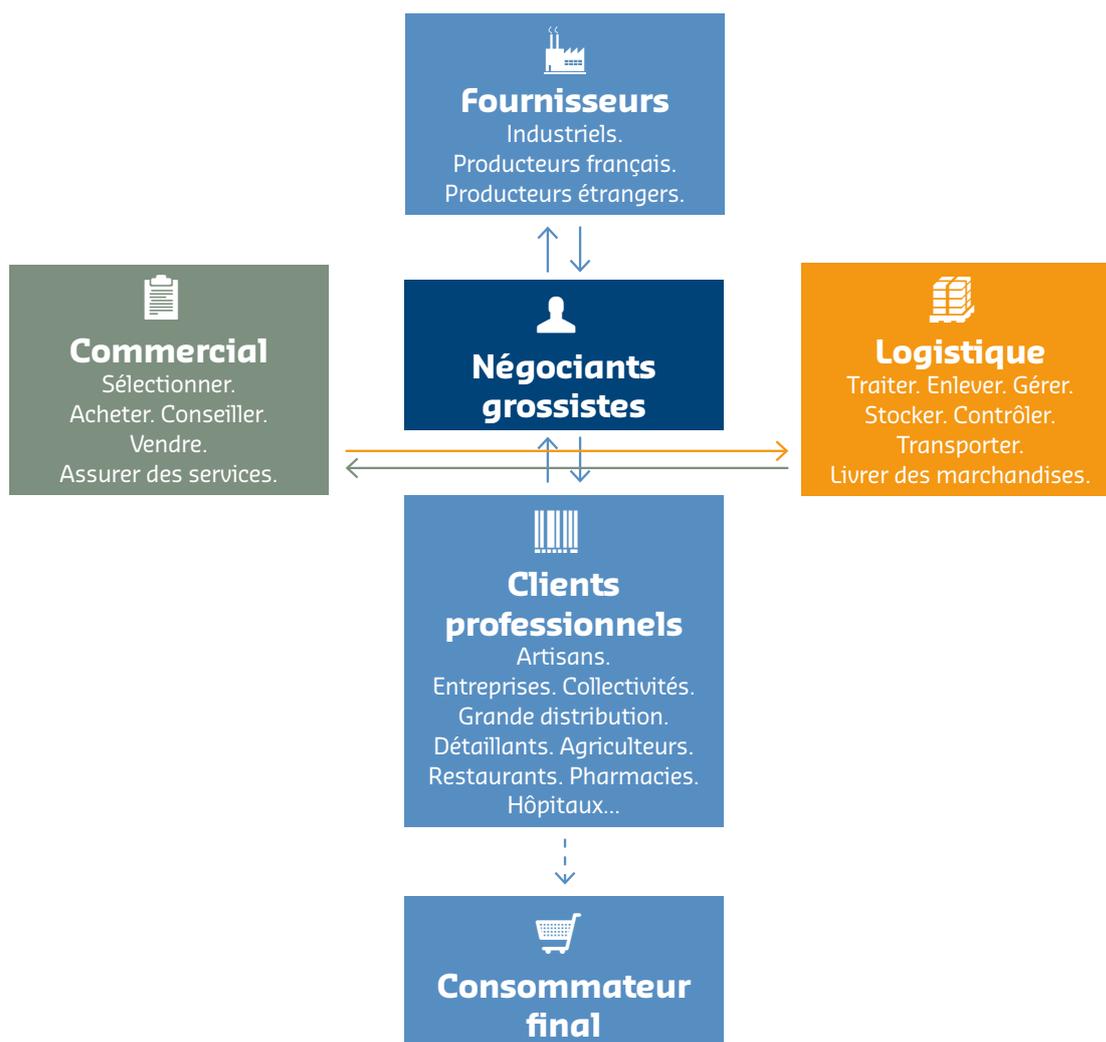
C'est grâce à notre cohésion et à notre agilité collective que la CGI gagnera ce formidable pari. Travailler mieux ensemble pour porter haut et fort les couleurs du BtoB !

\* Équipements de protection individuelle

ÉDITORIAL DE  
PHILIPPE BARBIER,  
PRÉSIDENT DE LA CGI

analyser.

Le commerce de gros regroupe près de 150 000 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.



## Répartition des emplois

 BIENS DE CONSOMMATION NON-ALIMENTAIRES  
**300 000** emplois  
**174 Mds d'euros** de CA

 BIENS D'ÉQUIPEMENT INTERINDUSTRIELS  
**500 000** emplois  
**284 Mds d'euros** de CA

 BIENS DE CONSOMMATION ALIMENTAIRES  
**180 000** emplois  
**172 Mds d'euros** de CA

 COMMERCE INTERNATIONAL (SAI - SCI)  
**30 000** emplois  
**226 Mds d'euros** de CA



## Les entreprises



## Les effectifs



## Répartition du CA des grossistes selon la clientèle

(INSEE 2015)



chiffres-clés. SECTEUR, ENTREPRISES,  
COLLABORATEURS



**Laurent Grandin.**  
Directeur de TerreAzur  
Groupe POMONA

“ **Consommer local** est une vraie demande des convives, des restaurateurs, ... et des politiques ; c’est un mouvement de fond qui fait partie d’une « alimentation durable ». Au-delà, sur le terrain, les grossistes jouent un rôle d’intermédiation, certes peu visible mais déterminant : identifier les bons producteurs, passer contrat avec eux, sélectionner, vérifier, stocker, préparer et livrer les bons produits aux restaurants. En matière d’alimentation locale, bien sûr, pour ce qui est des fruits et légumes, en Île-de-France, nous sommes par définition limités : aucun producteur ne fait d’agrumes ni de fruits à noyaux par exemple. Malgré cela nous sommes passés entre 2011 et 2018, de 3% des produits livrés à nos clients en Île-de-France en produits locaux, à 20% aujourd’hui. Le rôle du grossiste dans cette dynamique qui fait de la restauration collective un véritable acteur de la consommation locale, est là encore déterminant. Notre force est d’être très présents sur le terrain : nos nombreux commerciaux et télévendeurs échangent au quotidien avec leurs clients et sont à l’écoute des évolutions de leurs attentes. Nous savons marier des produits de différentes origines pour correspondre aux caractéristiques gustatives et nutritionnelles attendues par nos clients dans leur diversité et ce de manière très pointue : « un lieu, une palette, le bon jour, à la bonne heure ». Enfin nous garantissons une parfaite sécurité alimentaire du début de la chaîne, jusqu’à la livraison des produits. **Comme nous sommes très connectés aux producteurs que nous sélectionnons, nous, grossistes, sommes à la croisée des demandes du marché et les seuls à pouvoir faire la synthèse entre l’amont et l’aval avec autant de fluidité et de réactivité.** ”



**Olivier Bronchain.**  
Directeur Général  
Groupe ASTERA

“ **La sécurité est notre priorité.** Le médicament n’est pas un produit banal. La France est plus exigeante que beaucoup de pays européens en matière de sécurité, avec des contrôles exhaustifs du début à la fin de la chaîne et une traçabilité obligatoire de chaque lot. La répartition pharmaceutique est une profession très réglementée encadrée par le code de la santé publique et le code de la sécurité sociale. Nous sommes tenus de respecter un certain nombre de règles : la présence d’un pharmacien responsable dans chacun de nos entrepôts qui sont donc des établissements pharmaceutiques, livrer en 24 heures maximum toute pharmacie qui nous passe commande, détenir en stock 90% des médicaments commercialisés en France, avoir en permanence 2 semaines de stock pour éviter les ruptures. Les patients ne se rendent pas compte que pour trouver la plupart des médicaments dans la pharmacie qui est en bas de chez eux, toutes les pharmacies de France sont livrées deux fois par jour par leur répartiteur principal et souvent une fois par jour par leur répartiteur secondaire. Il y a 22 000 pharmacies en France, 6 millions de boîtes de médicaments livrées par jour grâce aux répartiteurs pharmaceutiques ; ceci représente 1,8 milliard de boîtes par an. Nous livrons 300 jours par an, samedi inclus. Nous sommes le lien entre les industriels et les pharmacies et savons la nature particulière des produits que nous livrons au consommateur final, le patient. **La maîtrise du temps, le respect scrupuleux des process, la réactivité et l’agilité font partie de notre métier de répartiteur en produits pharmaceutiques.** ”



**Sibylle Daunis.**  
Directrice Générale  
PUM Plastiques (Groupe Saint-Gobain)

“ **Le numérique occupe une place centrale dans notre activité.** Il s’est imposé à nous il y a quatre ans pour lutter contre de nouveaux concurrents, sans réseau d’agences mais qui livraient à J + 1 grâce à leurs plateformes logistiques. Nous avons un réseau physique installé et une vraie force : la proximité avec nos clients, grâce à un très fort ancrage dans les territoires où nos 208 points de vente sont implantés partout en France. Premier étage de la fusée : notre site internet. Nous avons fait en sorte qu’il soit le reflet parfait de ce qui se passe dans nos points de vente ; notre site est le meilleur allié de notre réseau. Nos clients ont toutes les informations qui les concernent sur le site et l’application qui sont de vrais outils de travail où ils peuvent passer commande, consulter leurs historiques, payer en ligne... Il a fallu du temps pour construire les bons outils ; certaines idées sont venues directement du terrain comme celle du « Scan Gencod » qui permet aux clients de scanner directement le code-barre du produit dans leurs stocks pour repasser commande. Ce qui est marquant dans notre approche du numérique, c’est qu’au début, nous sommes positionnés en « réaction », dans une logique de protection ; finalement, **bien géré, bien expliqué en interne et à nos clients, le numérique est un formidable outil adopté par les équipes, apprécié par les clients et donc au service de la performance** de PUM Plastiques. Demain, nous souhaitons développer nos collaborations avec les majors du BTP, et personnaliser plus encore nos offres de produits et services vers nos clients, grâce à l’intelligence artificielle. ”



**Thomas Moreau.**  
Directeur Commercial  
REXEL France

“ **La capacité à porter la composante « innovation »** et à s’approprier le parcours client spécifique à chacun est la clé du développement et de la survie des grossistes. Il faut se réinventer en permanence : le digital et les services sont deux composantes majeures de ce nouveau schéma. Le digital, n’est plus une « option » qu’on décide ou pas de prendre : le digital est là et c’est une garantie d’efficacité incontournable qui révolutionne notre métier de grossiste. Comme canal, c’est une garantie d’efficacité et de fluidité pour le client qui via son application peut consulter les catalogues, recevoir et valider un devis, passer des commandes, recevoir des factures, les payer en ligne, conserver tous ses historiques. La gestion optimisée de toute cette partie administrative est une garantie d’efficacité commerciale. Et cela n’enlève rien au contact humain. Notre force commerciale est constituée de 3 350 personnes et l’impact du digital, c’est surtout une évolution du type de missions et de métiers. **Le digital libère du temps pour accroître les relations commerciales directes sur le terrain, développer des postes de commerciaux itinérants au plus près des clients, renforcer la logique de service client.** Pour une entreprise « physique » comme la nôtre qui a grandi grâce à la qualité des relations humaines avec ses clients, le digital est un formidable outil de développement, accélérateur d’agilité et facilitateur de la relation. La confiance est établie de longue date et elle trouve son origine dans la qualité de l’accompagnement, le conseil, les services autant que dans les produits. ”

ÊTRE GROSSISTES  
AUJOURD’HUI.  
témoignages.

« Avec le CLAA (Comité de liaison agro-alimentaire), nous sommes déterminés à jouer un rôle actif dès qu'il est question de problématiques aussi capitales pour notre futur que l'alimentation durable, la création de valeur et sa juste répartition au sein des filières. »

**#Christophe Loison.**

*Président du CLAA*

REPRÉSENTER LES INTÉRÊTS  
ET FAIRE VALOIR LES FORCES  
DES GROSSISTES.

représenter.



## LA CGI TISSE SON RÉSEAU : EXPLIQUER ET AGIR.

**Faire émerger la CGI dans le débat public pour qu'elle y occupe la place centrale qui est la sienne, de fait, dans l'économie et le commerce : c'est le fil rouge de la confédération depuis des années.**

Très active dans ce contexte post-électoral, la CGI a développé une vraie pédagogie de la fonction grossiste pour expliquer son rôle au sein des filières auprès des nouvelles équipes des ministères de l'Économie et des Finances, de l'Agriculture, de l'Environnement et de l'Éducation nationale, ainsi qu'à l'Assemblée nationale et au Sénat. L'objectif de la CGI est de faire entendre la singularité de la fonction grossiste pour éviter de se trouver dans un cadre légal trop vaste ou inadapté aux spécificités du secteur. Cette année l'action de la CGI lors des États Généraux de l'Alimentation a permis de défendre la validité de la Convention Unique Grossistes, inscrite dans la loi et sujet de discussion auprès du rapporteur de la Commission économique. Les Assises de la Mobilité ou des dossiers fiscaux complexes ont également été l'occasion de prises de contact et d'actions concrètes. Forte de cette démarche constructive qui lui permet d'accentuer le dialogue entre la profession et les pouvoirs publics, la CGI continuera de saisir toutes les opportunités pour que le secteur soit mieux compris et pris en compte.



▲ Marc Hervouet, Gérald Darmanin, Ministre de l'Action et des Comptes Publics, Bruno Gibaru, Président de la commission fiscale CGI.

## ASSISES DE LA MOBILITÉ : DE LA CONCERTATION À L'ACTION.



**Initialement conçues pour traiter du transport de personnes, les Assises de la Mobilité, voulues par Elisabeth Borne, Ministre des transports, ont finalement fait la part belle au transport de marchandises.**

Les organisations représentatives du transport de marchandises et de la logistique avaient unanimement appelé à un élargissement de la réflexion visant à mettre en perspective une stratégie à 15 ans en matière d'infrastructures de transport. La CGI a pris une part active à la réflexion au sein de l'atelier « Intermodalité » où deux de ses experts ont participé au groupe de travail qui a répertorié et analysé les contraintes et enjeux liés à la « logistique du dernier Kilomètre ». Une occasion également de mettre en avant la singularité du modèle logistique grossistes, ses vertus et de faire des propositions concrètes. Clotilde Legrand, le 13 décembre, les Assises de la Mobilité semblent avoir intégré un certain nombre d'enjeux majeurs du secteur ; un important volet « marchandises » devrait ainsi faire partie du projet de loi d'orientation des mobilités qui devrait être présenté à l'automne 2018. La CGI reste vigilante sur ce projet dont l'impact est majeur pour la profession.

REPRÉSENTER LES INTÉRÊTS  
ET FAIRE VALOIR LES FORCES  
DES GROSSISTES.

représenter.



## EGA : L'ALIMENTATION DE DEMAIN DANS TOUS SES ÉTATS.

**Voulus et annoncés par le Président de la République, les premiers États Généraux de l'Alimentation qui se sont tenus de juillet à octobre 2017 se sont révélés être extrêmement stratégiques à bien des égards pour le commerce de gros dans sa diversité.**

Grâce à l'implication de ses représentants la CGI a participé très concrètement à une majorité d'Ateliers avec trois grands objectifs : être considéré et entendu comme un acteur majeur de la filière agro-alimentaire, être clairement compris comme différent de la « grande distribution » dans son métier et ses spécificités et enfin, mettre en avant l'importance et le poids de la Restauration Hors Foyer dans les réflexions des EGA. Mission accomplie pour la CGI, qui a pu, entre autres, expliquer les fonctions et actions de la profession en matière d'alimentation durable, mettre en lumière ses positions sur l'encadrement des négociations commerciales et insister sur les enjeux commerciaux et sanitaires liés aux types d'approvisionnements.

## REQUALIFICATIONS DES BÂTIMENTS LOGISTIQUES : NOUVELLE ÈRE ?

**Sujet de préoccupation pour les entreprises du commerce de gros, la problématique de la requalification en « bâtiments industriels » des bâtiments de stockage et logistique pouvant impliquer une multiplication par 6 ou 7 de la fiscalité locale, n'est pas nouvelle.**

Mobilisée au sein d'un collectif d'organisations professionnelles dès l'automne 2016, la CGI a conduit depuis, de nombreuses actions auprès des pouvoirs publics pour défendre les intérêts de ses adhérents. L'arrivée d'une nouvelle équipe gouvernementale a permis à la CGI de renouveler son effort de pédagogie sur ce sujet sensible et technique. Plusieurs rendez-vous avec le cabinet de Gérard Darmanin et un groupe de travail à Bercy avec l'ensemble des parties prenantes intégrant un atelier « Entrepôts » ont permis de faire valoir les positions des professionnels du Commerce de Gros. L'écoute attentive des arguments et la qualité des échanges sont des signes positifs qui permettent à la CGI d'espérer une issue favorable sur ce dossier.

## 65 retombées presse

Depuis janvier 2018, la dynamique des relations presse de la CGI et de BtoB my Job ! s'est accélérée et nos entreprises sont de plus en plus visibles dans les médias, aussi bien professionnels que grand public.

### NAISSANCE DU CLIE

Ce nouveau Comité de Liaison pour l'Internationalisation des Entreprises est né au printemps 2017 et traite des questions liées à l'international et d'intérêt pour la confédération : l'excellence dans les process d'importation et le sourcing, la promotion des sociétés de Commerce International, le commerce avec l'Afrique.





« La fiscalité est en constante évolution ; la Commission Fiscale de la CGI assure une veille réglementaire permanente et agit pour la sécurisation fiscale de nos métiers. Elle s'appuie sur la qualité des contributions des professionnels qui la composent et sur la solidité de ses relations avec son environnement institutionnel. »

**#Bruno Gibaru.**

*Président de la Commission Fiscale de la CGI*

RASSEMBLER NOS FORCES  
POUR MIEUX DÉFENDRE  
NOS INTÉRÊTS.

rassembler.

## CONVENTIONS COLLECTIVES : DES NÉGOCIATIONS CONSTRUCTIVES.

**Signataire des conventions collectives 3044 (Commerces de Gros), 3100 (Import Export), 3047 (Tissus et de la convention des Papiers-Cartons), la CGI s'applique à organiser un dialogue social constant, constructif et dynamique entre les différents partenaires.**

Cette année, un accord de fusion a été signé avec la convention collective de la confiserie (3045) ; ce sont ainsi près de 4 500 salariés relevant de la CCN 3045 qui rejoignent la CCN 3044. Un guide d'application spécifique a été publié pour accompagner les entreprises dans l'application concrète de cet accord. Par ailleurs, le rythme soutenu des négociations a permis la signature de plusieurs accords, entre autres, sur la revalorisation des salaires dans les trois Conventions Collectives Nationales gérées par la confédération. La mise en place de la CPPNI (Commission Paritaire Permanente de Négociation et d'Interprétation), qui répond à l'obligation inscrite dans la loi travail de réorganiser les instances paritaires de la branche a également fait l'objet d'accords signés par les CCN 3044 et 3100.

## CLAA : VOCATION ET ENGAGEMENT COMMUNS.

**Le Comité de Liaison Agricole et Alimentaire réunit 19 organisations professionnelles du Commerce interentreprises agricole et alimentaire, membres de la CGI.**

Ces familles professionnelles représentent des acteurs économiques présents en amont et en aval des productions agricoles et alimentaires. Leur poids économique global est de 172 milliards d'euros et de 180 000 emplois. Les membres de ce comité se réunissent pour traiter de sujets d'intérêts communs, tels que les lois d'organisation économique agricole, les sujets de réglementation alimentaire et nutritionnelle. Parmi les sujets prioritaires du CLAA depuis trois ans, la demande d'une clause d'indexation des prix sur les marchés publics est une constante et a justifié cette année encore de nombreuses actions auprès de l'administration et plusieurs réunions à la Direction des Affaires Juridiques de Bercy. Grâce à l'action collective du CLAA, des synergies ont pu être trouvées entre l'amont et l'aval dans le cadre des États généraux de l'alimentation, ce qui a permis de caractériser la filière RHF (restauration hors foyer) et ses enjeux.



▲ Réunion du CLAA (février 2018)



## DÉCHETS DU BÂTIMENT : LE CLAB EN ACTION.



**Entrée en vigueur en janvier 2017, l'obligation faite aux distributeurs professionnels par la Loi de transition énergétique, d'organiser la reprise des déchets du bâtiment, a été cette année encore l'objet d'actions contentieuses et d'un intense travail de pédagogie conduit auprès de la nouvelle équipe gouvernementale.**

Par son action déterminée, le CLAB, Comité de Liaison de l'Approvisionnement du Bâtiment créé par la CGI et impliquant ses fédérations, a réussi à relancer la discussion sur des bases nouvelles et enfin constructives avec les services ministériels concernés. Alors que le dispositif se mettait en place, la feuille de route présentée par le gouvernement le 23 avril 2018 met en perspective la création d'une « REP » : « Responsabilité Élargie du Producteur » qui amènera le CLAB à poursuivre sa mobilisation et son action. Parmi les thèmes évoqués par le gouvernement récemment, le réemploi des matériaux, un nouveau dispositif pour les pièces de rechange, un renforcement du droit à la consommation et le dialogue institutionnel, sont autant de sujets de vigilance. Au regard des enjeux, il est plus que jamais nécessaire d'être ensemble et d'agir de manière coordonnée.



## FISCALITÉ DU COMMERCE : UNE ANNÉE DE COMBAT.

**L'année 2017 aura été une année particulièrement intense sur le front fiscal.**

Dans le prolongement de son action à l'automne 2016, la CGI s'est mobilisée, dès l'installation du nouveau gouvernement, pour pousser un certain nombre de dossiers emblématiques tels que celui de la requalification des bâtiments de stockage et logistiques en immobilisations industrielles, des taxes sur le chiffre d'affaires, véritable fil rouge de son action depuis les assises de la fiscalité de 2010, ou encore le dossier de la réforme des valeurs locatives ou celui de la certification des logiciels de caisse. Conformément à une méthode désormais éprouvée, elle l'a fait en bâtissant avec son environnement institutionnel des coalitions d'intérêt. Cette approche mutualisée a fait ses preuves, comme en témoignent les succès obtenus sur le dossier « requalifications ». Sur des problématiques bien souvent transverses, elle nous permet de démultiplier notre effort de conviction en direction des pouvoirs publics. C'est dans le même esprit que la CGI abordera les discussions budgétaires de fin d'année et les combats, qui s'annoncent dès à présent nombreux, qu'elle aura à mener.

### ÉPISODES NEIGEUX : ANTICIPONS !

La CGI s'est fortement mobilisée sur le terrain institutionnel et médiatique lors des épisodes neigeux de l'hiver 2018 qui ont durement touchés les entreprises du secteur. La CGI a alerté les pouvoirs publics face au risque de pénurie en denrées alimentaires et en produits pharmaceutiques et souhaite qu'à l'avenir de telles situations soient mieux anticipées pour favoriser une action coordonnée entre les pouvoirs publics et les acteurs du transport et de la logistique.

RASSEMBLER NOS FORCES  
POUR MIEUX DÉFENDRE  
NOS INTÉRÊTS.

rassembler.

SE PROJETER  
DANS L'AVENIR,  
ANALYSER LE SECTEUR.

se projeter.

« Le poids lourd est aux marchandises ce que les transports en commun sont aux voyageurs. Un instrument de mutualisation des flux, qui permet d'en réduire l'empreinte environnementale. Plus que jamais c'est un outil d'avenir. »

**#Jean-Brice Hernu.**

*Président de la Commission Transport de la CGI*



## TRANSFORMATION NUMÉRIQUE : LE MODÈLE ET LES MÉTIERS ÉVOLUENT.

### Le développement des technologies numériques transforme profondément les activités de commerce.

Conscientes de l'impact actuel et futur de la « révolution numérique » sur les métiers du commerce de gros, INTERGROS, la CGI et la DGE ont publié au printemps 2018 les résultats d'une étude d'envergure sur les conséquences de la digitalisation sur le modèle « grossiste ». Évolutions des pratiques commerciales, impact sur l'innovation, nouveaux outils, nouveaux canaux de vente, nouvelle concurrence et bien entendu besoins en compétences et formations nouvelles : autant de thèmes qui sont traités dans cette étude et permettent une analyse fine des enjeux pour le secteur et ses salariés.

Pour sensibiliser les entreprises et tout particulièrement les PME à cette nouvelle donne, INTERGROS met en place des rendez-vous



« BtoB connected » qui aident les entreprises à mesurer l'impact du numérique sur les fonctions clés et à évaluer les besoins de compétences et de formations nouvelles. La transformation numérique nécessite une approche globale qui tienne compte des besoins en compétences et en accompagnement des salariés dans les évolutions de leurs métiers et ne se limite pas aux choix d'outils et à la redéfinition des modèles commerciaux.

## PROTECTION DES DONNÉES PERSONNELLES : LE RGPD EN ACTIONS.

### La CGI s'est mobilisée sur la mise en place du nouveau Règlement européen sur la Protection des Données Personnelles qui impose aux entreprises, quelle que soit leur taille, TPE ou grand groupe, de respecter de nouvelles règles quant aux données personnelles de leurs clients, fournisseurs, partenaires ou collaborateurs.

Les entreprises doivent mettre en place un dispositif interne de gestion et de protection des données et en prouver la conformité en cas de contrôle, faute de quoi elles encourent une amende pouvant aller jusqu'à 4 % de leur Chiffre d'affaires. La CGI a donc mis en place, dès l'annonce du vote du RGPD en mai 2016, un programme de sensibilisation, d'information et d'accompagnement des entreprises du secteur, en majorité des PME. Des sessions de formation en février et en mai 2018, un guide pratique très pédagogique et l'appui du cabinet De Gaulle Fleurance Associés, ont permis aux fédérations et à leurs adhérents d'anticiper et de se conformer à cette nouvelle réglementation aux exigences accrues.



SE PROJETER.  
DANS L'AVENIR,  
ANALYSER LE SECTEUR.

## RÉFORME DE LA FORMATION PROFESSIONNELLE : « BIG BANG » ET VIGILANCE



### Le projet de loi pour la liberté de choisir son avenir professionnel sera publié début septembre.

Il s'articule autour de trois grands thèmes : la formation et l'apprentissage, l'assurance chômage et diverses questions intéressant les conditions d'emploi des travailleurs. Il transforme en profondeur la formation professionnelle et l'apprentissage. L'un des principaux objectifs de cette réforme est de donner des droits supplémentaires et des outils nouveaux aux actifs afin de faciliter leur évolution dans un monde du travail en mutation permanente, avec notamment, la montée du numérique. Une multitude d'acteurs et de procédures sont touchés, ce qui suscite des questions, voire des inquiétudes.

La CGI est mobilisée sur ce texte important particulièrement sur la pérennité des conventions de coopération favorisant l'insertion professionnelle des jeunes et sur l'élaboration de la « cartographie des filières économiques cohérentes » dans le cadre de la réorganisation des OPCA.

## 20 entreprises

de la branche des commerces de gros ont participé à l'Étude Prospective 2017 de l'Observatoire des métiers d'INTERGROS.

### PRÉLÈVEMENT À LA SOURCE

La CGI se mobilise pour accompagner les fédérations adhérentes et leurs entreprises dans la mise en place du prélèvement à la source prévue le 1<sup>er</sup> janvier 2019 : publication d'outils dédiés - « Le Point sur », « Veille et actions » - élaboration d'un « guide collecteur », pédagogie auprès des services RH et comptabilité, sessions de formation CGI Campus sur les aspects fiscaux et sociaux...

## ETUDE AND : L'APPROVISIONNEMENT LOCAL À LA LOUPE.

Réalisée par le cabinet d'intelligence économique AND International, l'étude sur les enjeux de l'approvisionnement local et les rôles respectifs de l'amont, de l'aval et des instances publiques, a donné lieu à l'édition d'une synthèse « Accompagner le développement des produits locaux en restauration collective : quel rôle pour les grossistes ? » conçue par la CGI en partenariat avec quatre de ses fédérations adhérentes (FNCPLA, FEDEV, SYNDIGEL, UNCGFL).

Dans un contexte où la dynamique d'une alimentation durable et l'importance de la « territorialisation » des produits dans la confiance des consommateurs sont des tendances fortes, cette synthèse met en avant le rôle clé de la restauration collective comme moteur d'une alimentation durable. Or la restauration collective est approvisionnée à 80% par les grossistes dont le rôle est clé dans la sélection, le contrôle, le stockage, l'acheminement et la livraison des produits. La synthèse élaborée par la CGI met en avant les conclusions de l'étude mais aussi des propositions et recommandations pour favoriser le développement de « l'offre durable » en restauration collective.





« Les opérations menées sous la bannière BtoB my job ! présentent l'opportunité de promouvoir l'alternance comme une voie privilégiée d'insertion professionnelle des jeunes dans le secteur du commerce de gros BtoB. Elles permettent également de faciliter le recrutement en mettant les entreprises en relation avec des étudiants et de jeunes diplômés ».

**#Michel Mourgue-Molines.**

*Directeur général d'INTERGROS*

COMMUNIQUER ET FAIRE CONNAÎTRE  
LES SPÉCIFICITÉS DU COMMERCE  
DE GROS ET INTERNATIONAL.

communiquer.

## TRAIN BTOB MY JOB ! : COUP DE PROJECTEUR SUR NOS MÉTIERS.

La CGI et INTERGROS ont organisé en février 2018 une opération inédite :



le train BtoB my Job !, pour faire découvrir aux jeunes les métiers du commerce de gros et international et les nombreuses opportunités d'emplois offertes par ce secteur qui

**propose chaque année 90 000 postes dans 150 000 entreprises, partout en France.**

Organisée du 6 au 13 février 2018 en partenariat avec la SNCF, le train s'est arrêté dans 6 villes de France (Paris, Lyon, Marseille, Bordeaux, Nantes et Lille) ; une action de proximité pour sensibiliser les étudiants grâce à trois activités proposées : des ateliers d'information sur les métiers, des mini-sessions de coaching en orientation et de préparation à l'entretien, des rencontres avec des entreprises locales du secteur. Au total, 700 élèves sont montés dans le train, 50 entreprises ont participé à l'événement qui a bénéficié d'une forte couverture médiatique, locale et nationale ; une occasion supplémentaire de mieux faire connaître un secteur qui recrute.



## MONDIAL DES MÉTIERS : UN RENDEZ-VOUS AVEC L'AVENIR.



▲ Laurent Wauquiez, Président du conseil régional d'Auvergne-Rhône-Alpes, Patrick Martin, Président du MEDEF Auvergne Rhône Alpes, et Hugues Pouzin, Directeur général de la CGI (février 2018)

**Rendez-vous incontournable pour les futurs étudiants, le Mondial des Métiers qui accueille chaque année 120 000 visiteurs s'est déroulé à Lyon début février 2018.**

Spécifiquement centré sur la présentation des métiers – avant de parler « formation » - ce salon a été l'occasion pour les équipes de la CGI et d'Intergros présentes sur le stand de BtoB my Job ! de rencontrer un public composé de jeunes, de collégiens, de leurs parents et d'enseignants venus découvrir la variété et l'intérêt des métiers du commerce de gros et international. Des élèves de BTS ont pu expliquer leur parcours et des entreprises du secteur comme Bofrost, Auto-Distribution, Descours & Cabaud ou Radial ont réalisé des présentations métiers concrètes, appréciées par le public. Ce Salon fut aussi l'occasion d'attirer l'attention des institutionnels sur la place des métiers du commerce de gros et international dans l'économie et les difficultés de recrutement des grossistes notamment sur les métiers commerciaux et liés à la logistique. Hugues Pouzin a échangé sur ce thème avec le Président de la région Auvergne Rhône Alpes Laurent Wauquiez, et Patrick Martin, PDG de la société Martin Belaysoud et Président du MEDEF régional.

# 93

c'est le nombre de membres du réseau européen Netinvet, réseau destiné à faire reconnaître et développer la mobilité des apprenants dans les secteurs du commerce International, du Transport, de la Logistique et de la Maintenance automobile.

« Certains réseaux sont d'ores et déjà structurés pour promouvoir des jumelages à l'image de NETINVET, crée par la CGI. Ce réseau fédère des organismes de formation et des organisations professionnelles issus des secteurs du transport, de la logistique et du commerce de gros afin de favoriser la mobilité européenne notamment en facilitant la recherche d'organismes partenaires. » Jean ARTHUIS, Député européen



## OPÉRATION CHALLENGES : LA VOIE PROFESSIONNELLE À L'HONNEUR.

Dans le cadre d'une opération de communication réalisée avec le magazine économique CHALLENGES pour « BtoB My Job ! », quatre lauréats des Trophées de l'Excellence commerciale 2017 ont eu l'opportunité de rencontrer le Ministre de l'Éducation nationale, Jean-Michel Blanquer, au ministère, à Paris, le 30 novembre 2017.

L'échange ouvert et chaleureux a permis aux étudiants d'expliquer leurs parcours respectifs à un Ministre très attentif au thème de la voie professionnelle et à sa mise en valeur comme parcours d'avenir et de réussite. Cette rencontre a donné lieu à la publication d'une surcouverture de Challenges le 14 décembre et de l'interview complète du Ministre. Une opportunité de mettre en avant, auprès des 1 200 destinataires de ce Numéro spécial de Challenges, l'importance de la revalorisation des filières professionnelles et techniques - comme les BTS TC, NRC ou CI\* - et l'utilité d'actions comme les Trophées de l'Excellence Commerciale, pour y parvenir.

\* BTS TC : Technico-Commercial, NRC : Négociation et Relation Clients, CI : Commerce International



## RENCONTRES RÉGIONALES : AU PLUS PRÈS DES ÉTUDIANTS.

La CGI et INTERGROS sont présents toute l'année en région, sous la bannière de leur marque commune "B to B My job !", pour promouvoir auprès des étudiants de 1<sup>re</sup> année de BTS TC, NRC et CI, la formation et l'emploi dans le secteur.

Les Rencontres Régionales sont organisées dans le cadre de la convention signée avec le Ministère de l'Éducation nationale. À Paris en septembre, 400 étudiants étaient présents pour suivre une présentation complète du secteur et des opportunités qu'il offre, de la fonction commerciale et logistique dans sa diversité et des pré-requis attendus par les recruteurs pour occuper ce type de fonctions. Témoignages d'anciens étudiants, de professionnels du commerce de gros et international, présentations d'intervenants de la CGI, permettent aux étudiants d'avoir une vision très complète des opportunités qui s'offrent à eux. Au total, 8 réunions ont eu lieu depuis juin 2017 et ont réuni 1 680 étudiants d'Île-de-France, des Hauts de France et de la région AURA. Et le calendrier du second semestre 2018 s'annonce déjà bien chargé...



### LES ÉTUDIANTS A L'HONNEUR

Pour leur 11<sup>e</sup> édition, les Trophées de l'Excellence Commerciale qui récompensent chaque année les meilleurs projets d'élèves de BTS ont innové. C'est sur la chaîne YouTube que s'est déroulée la Finale Nationale qui a réuni une trentaine de candidatures.

COMMUNIQUER ET FAIRE CONNAÎTRE  
LES SPÉCIFICITÉS DU COMMERCE  
DE GROS ET INTERNATIONAL.

communiquer.

« L'étude Métiers du Commerce de gros a visé à identifier les compétences qui feront les entreprises de demain, dans un contexte de transformation digitale qui fait évoluer les pratiques et les organisations du travail. Elle a permis de rénover les CQP Force de vente créés il y a 10 ans. »

**#Fanny Montarello.**

*Consultante RH – CG Conseil*



## CGI CAMPUS : AU CŒUR DE L'ACTUALITÉ ÉCONOMIQUE ET SOCIALE.



**La vocation de CGI Campus est de proposer aux professionnels du Commerce de Gros et International des formations qui répondent parfaitement aux préoccupations spécifiques qui sont les leurs et celles du secteur.**

Au cœur de l'actualité économique et sociale particulièrement riche, les formations dispensées par CGI Campus sont réalisées par des professionnels du droit social ou des experts sectoriels partenaires de la CGI : le prélèvement à la source, le RGPD, les ordonnances Macron, le télétravail sont autant de sujets que les entreprises du commerce de gros doivent maîtriser et qui ont donné lieu à des formations CGI Campus. CGI Campus assure également la formation des évaluateurs CQP\* et ils sont de plus en plus nombreux, les démarches CQP rencontrant un réel succès dans les entreprises du commerce de gros ; CGI Campus a ainsi organisé près de 20 formations CQP cette année.

\* Certificat de Qualification Professionnelle

## CQP : UNE PLATEFORME POUR TOUS .

**Depuis leur création en 2011, les CQP dans la branche des commerces de gros rencontrent un vif succès.**

L'ouverture récente des CQP management logistique confirme cette tendance. La gestion du volume des dossiers et la prise en compte d'une diversité de critères d'évaluation rendaient néanmoins complexe le suivi administratif des CQP. Dans ce contexte et à l'initiative d'Intergros, une plateforme en ligne de gestion des Certificats de Qualification à destination de la branche des commerces de gros a été développée. Elle permet aux différents intervenants d'un parcours CQP d'évoluer dans un environnement simple et complet. Candidats, évaluateurs en charge du repérage des acquis, évaluateurs issus de l'entreprise, évaluateurs externes, entreprise, organismes de formation, CGI Campus et Intergros : tous ces acteurs qui jouent un rôle précis dans l'obtention d'un CQP, utilisent la plateforme comme outil de travail. Un gain de temps, d'efficacité, fluidification des échanges, traçabilité et archivage des candidatures... sont quelques uns des bénéfices tangibles de cette nouvelle plateforme.



FORMER ET ACCOMPAGNER  
LES PROFESSIONNELS  
DU NÉGOCE.

former.

## GROUPE DE TRAVAIL COMMUNICATION : EXPERTS ET BONNES PRATIQUES.

**Créé en 2016, le Groupe de Travail Communication de la CGI connaît une montée en puissance de ses activités.**

Trois à quatre réunions par an favorisent les échanges sur les pratiques des fédérations en matière de communication autour d'une grande thématique : en juin « Construire et développer des newsletters », en septembre « de l'usage des réseaux sociaux » en présence de Marc Fanelli-Isla, en janvier, focus sur « Communiquer avec les Médias » avec Philippe Lecaplain, journaliste chez RFI, en avril « la Communication de crise », par Sandrine Auvray, agence Auvray et Associés. Ce groupe de travail favorise l'acquisition d'expertise, grâce à la présence d'intervenants spécialistes de la communication ; c'est aussi un lieu d'échanges informels et de partage de « best practices » entre les délégués généraux de la dizaine de fédérations qui y participent régulièrement.



## ORDONNANCES MACRON : SE FORMER AU CHANGEMENT.

**L'entrée en vigueur de la Loi Macron, modifie considérablement et à très brève échéance un nombre important de modes de fonctionnement au sein des entreprises et entre la direction de l'entreprise et ses salariés.**

Constituée d'une majorité de PME adhérentes à ses fédérations, la CGI accompagne ces changements profonds en informant et formant ses adhérents et leurs entreprises. élections professionnelles, relations avec les instances représentatives du personnel, rupture du contrat de travail, articulation des accords de branche et des accords d'entreprises, pénibilité au travail... sur tous ces thèmes, directement impactés par la loi, la CGI a conçu des outils pédagogiques – « Le Point Sur » social –, ainsi que des sessions de formations. Le SVP Social de la CGI est également mobilisé et répond quotidiennement aux nombreuses questions des adhérents.

### SVP

**1500** consultations annuelles  
des adhérents de la CGI  
sur la Fiscalité (facturation  
TVA), le Juridique (conditions générales de vente),  
le Social (CSE, indemnisation maladie, minima  
conventionnels, garantie d'ancienneté)

### RESTRUCTURATION DES BRANCHES

Réduire le nombre de Conventions Collectives Nationales est un souhait affirmé de l'exécutif, celui d'atteindre 200 conventions collectives contre 700 aujourd'hui. L'objectif est que les branches soient moins nombreuses pour être plus fortes et qu'elles deviennent de véritables filières. Le mouvement est lancé, avec l'obligation pour toutes les CCN de moins de 5000 salariés de rejoindre une autre CCN avant août 2019. La convention des commerce de gros (400 000 salariés) est absorbante et le rapprochement avec 3 CCN du négoce est en cours (Confiserie, Tissus, Papiers/cartons).



« La CGI travaille de concert avec le MEDEF car nous partageons ensemble le souhait de faciliter la vie des entreprises. Nous apportons « l'expertise terrain » via nos PME sur des sujets souvent complexes comme la fiscalité locale. »

**#Hugues Pouzin.**

Directeur général de la CGI

PARTAGER LES ENJEUX  
ET DIFFUSER L'INFORMATION  
AUPRES DES PROFESSIONNELS.

partager.

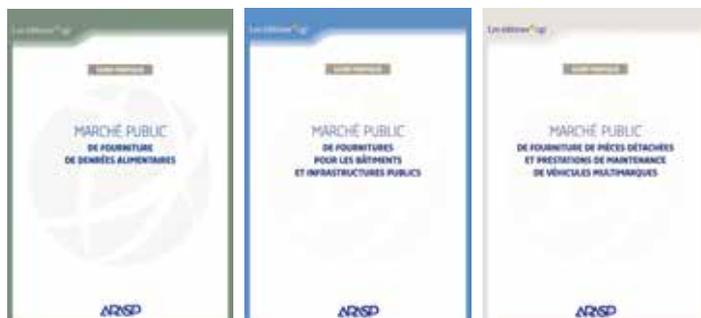
## DES OUTILS AU SERVICE DE L'EFFICACITÉ

Afin d'être au plus près des préoccupations de ses fédérations adhérentes et des professionnels du secteur, La CGI met à leur disposition de nombreux supports papiers ou électroniques qui sont de véritables outils techniques et pratiques d'information.

Toujours très documentées, ces publications sont réalisées grâce aux équipes de la CGI et à des universitaires et experts reconnus. La CGI développe des outils d'information et des outils pédagogiques permettant de vulgariser des informations parfois très techniques. Cette année, l'entrée en vigueur de la Loi Macron, le RGPD, le PAS (prélèvement à la source)... ont donné lieu à la conception de nombreux outils tels que « le Point sur... », « Veille et Action », « En bref », très pratiques et didactiques sur ces sujets. Pour une information plus immédiate et ciblée, en « push », la CGI privilégie les « Mails d'Info ». Enfin la Newsletter hebdomadaire dans sa nouvelle version est devenue le rendez-vous incontournable du vendredi pour les adhérents et l'ensemble de l'écosystème de la CGI qui en est destinataire. Grâce à la diversité de ses publications, la CGI facilite l'accès à l'information des professionnels sur tous les thèmes clés qui impactent le développement de leurs activités.



## GUIDE DES MARCHÉS PUBLICS : SENSIBILISER LES DÉCIDEURS.



**Dans le cadre des marchés publics, l'usage de la facturation électronique deviendra progressivement obligatoire d'ici le 1<sup>er</sup> janvier 2020.**

Depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2017, l'État, les collectivités territoriales et les 90 000 entités ou établissements publics ont l'obligation d'accepter les factures électroniques. L'agence pour l'Informatique financière de l'État (AIFE) a créé une plateforme technique appelée « Chorus Pro » qui permet le dépôt, la réception, la transmission des factures électroniques et leur suivi. Elle est mise gratuitement à la disposition des fournisseurs. Problème : depuis sa mise en service les dysfonctionnements s'accumulent. Complexité, incompatibilité des systèmes et surtout inadaptation de Chorus Pro aux spécificités de la restauration collective et de ses fournisseurs sont autant de freins.

La nouvelle édition du Guide des Marchés Publics publiée par la CGI et présentée lors d'un événement institutionnel le 14 juin 2018, consacre un volet pédagogique important à ce thème car c'est un sujet majeur pour les grossistes qui travaillent au quotidien avec les acteurs de la commande publique, un marché de 200 milliards d'euros.



## RÉSEAUX SOCIAUX : UNE PRÉSENCE DOSÉE.

Présente sur les réseaux sociaux de longue date, la CGI a choisi d'affiner sa stratégie et d'être principalement présente sur deux réseaux répondant parfaitement à ses objectifs.

D'une part, LinkedIn, avec des informations institutionnelles sur les actions sectorielles de la CGI ; LinkedIn est un environnement adapté au partage d'informations à plus forte valeur ajoutée avec ses 400 abonnés et c'est enfin un lieu de veille du secteur pour la Confédération. D'autre part Twitter, pour des informations plus immédiates sur l'actualité du secteur, des prises de positions institutionnelles ou lors d'événements et conférences que la CGI organise ou auxquels elle participe ; 1 060 abonnés au compte Twitter de la CGI suivent son actualité. Cette stratégie payante, tout comme la nouvelle dynamique du site internet qui s'est enrichi de nombreuses vidéos, permettent de développer la visibilité et les relations qualitatives de la CGI avec son écosystème.



### UN « BTOB NEWS » TOUT NEUF

Créé en 2006, le BtoB News doit sans doute sa longévité, rare dans la presse fédérative, à sa capacité à se renouveler et à s'appuyer sur des experts de qualité. Une nouvelle maquette, un nouveau format, de nouvelles rubriques et de nombreux contributeurs et spécialistes, le tout piloté par les équipes de la CGI : c'est la nouvelle formule du BtoB News que les 5 000 lecteurs réguliers en format papier ou web ont découvert pour son 34<sup>e</sup> numéro.

## BAROMÈTRE DU COMMERCE INTERNATIONAL ET DU BTOB : UN INCONTOURNABLE.

Depuis 2007, ce Baromètre est un indicateur fiable et reconnu de la santé du commerce de gros et international, qui couvre tous les secteurs d'activité par grandes familles.

La CGI a créé il y a 11 ans maintenant, en collaboration avec l'ensemble de ses fédérations, un observatoire économique et social propre au Commerce de gros et international, avec l'objectif de disposer d'indicateurs de conjoncture pertinents pour amplifier son action de défense des intérêts collectifs du secteur.

Avec le temps, l'Observatoire (devenu entre-temps « Baromètre du commerce international et du BtoB »



avec le partenaire Banque Populaire) s'est imposé comme un outil stratégique et indispensable pour piloter les activités. Il contribue à donner, à un rythme trimestriel, le « pouls » de la profession à partir de données synthétiques par famille d'activités disponibles via une lettre d'information diffusée largement auprès de l'écosystème de la fédération, mais également via un site Internet dédié [www.lebarometreBtoB.com](http://www.lebarometreBtoB.com).

PARTAGER LES ENJEUX  
ET DIFFUSER L'INFORMATION  
AUPRÈS DES PROFESSIONNELS.

partager.

## BUREAU EXÉCUTIF DE LA CGI (JUIN 2018)

Philippe Barbier		Président
Alain Fragnaud	FDME	Vice-Président
Christian Berthe	UNCGFL	Vice-Président
Jacques Deronzier		Trésorier - Personnalité qualifiée
Marc Hervouet		Président d'Honneur
Philippe de Beco	FNAS	
Franck Bernigaud	FNBM	
Gaël de Calan	2FPCO	
Éric Decroix	SYNDDEPI	
Jean-François Dubost		Personnalité qualifiée
Alain Landec	FEDA	
Christophe Loison	SYNDIGEL	



## LES COMMISSIONS ET GROUPES DE TRAVAIL

### ✓ Commission Juridique

Président : Jacques-Olivier Boudin, UNCGFL  
Vice-Président titulaire CEPC (Commission examen des pratiques commerciales) : Hugues Bellina  
Rapporteur : Delphine Kosser-Glories, CGI

### ✓ Commission Transport

Président : Éric Decroix, SYNDDEPI  
Rapporteur : Cyril Galy-Dejean, CGI

### ✓ Commission Fiscale

Président : Bruno Gibaru, FEDA

### ✓ Commission Sociale

Rapporteur : Isabelle Bernet-Denin, CGI

### ✓ Commission Emploi Formation

Rapporteur : Marine David, CGI

### ✓ Commission Communication

Rapporteur : Fanny Pollet, CGI

## LES COMITÉS DE LIAISON

### ✓ Comité de liaison Appro Bâtiment (CLAB)

Président : Franck Bernigaud, FNBM  
Secrétariat : Cyril Galy-Dejean, CGI

### ✓ Comité de liaison Agro Alimentaire (CLAA)

Président : Christophe Loison, SYNDIGEL  
Secrétariat : Delphine Kosser-Glories, CGI



## #organisationsadhérentes

### ORGANISATIONS PROFESSIONNELLES DE BRANCHE.

#### Secteur alimentaire

- ✓ Fédération des Grossistes en Fleurs Coupées (FGFP)
- ✓ Union Nationale de Commerce en Gros de Fruits et Légumes (U.N.C.G.F.L.)
- ✓ Fédération Française des Syndicats de Négociants en Pommes de Terre et Légumes en Gros (FEDEPOM)
- ✓ Fédération Nationale des Syndicats de Commerce en Gros en Produits Avicoles (FENSCOPA)
- ✓ Fédération Nationale du Commerce des Produits Laitiers et Avicoles (FNCPLA)
- ✓ Fédération Européenne du Commerce et de la Distribution des Produits sous Température Dirigée, Glaces, Surgelés et Réfrigérés (SYNDIGEL)
- ✓ FEDEV, les métiers de la viande :
  - Fédération Française des Commerçants en Bestiaux (FFCB)
  - Syndicat National du Commerce du Porc (SNCP)
  - Syndicat National de l'Industrie des Viandes (SNIV)
- ✓ Conseil National des Industries et Commerces en Gros des Vins, Cidres, Spiritueux, Sirops, Jus de fruits et Boissons Diverses (CNVS)
- ✓ Union Syndicale des Marchands d'Abats en Gros du Min de Rungis (USMAG)
- ✓ Association Nationale des Expéditeurs et Exportateurs en Fruits et Légumes (ANEEFEL)
- ✓ Union Professionnelle des Grossistes en Confiserie et Alimentation Fine (UPGCAF)
- ✓ Chambre Syndicale Nationale de Vente et Services Automatiques (NAVSA)
- ✓ Fédération des Marchés de Gros de France (FMGF)
- ✓ Syndicat des Entreprises de Distribution de Produits d'Épicerie à Destination des Professionnels (SYNDDEPI)

#### Secteur non alimentaire

- ✓ Fédération Française des Entreprises de Gros, Importation, Exportation, en Chaussures, Jouets, Textiles (F.C.J.T.) :
  - Union de la chaussure
  - Union du jouet
  - Union du textile et de l'habillement
- ✓ Syndicat National des Grossistes en Fournitures Générales pour Bureaux de Tabac
- ✓ Union Professionnelle de la Carte Postale (UPCP)
- ✓ Fédération Nationale de la Décoration (FND)

- ✓ Chambre Syndicale de la Répartition Pharmaceutique Française (CSRPF)
- ✓ Fédération Française des Professionnels de la Communication par l'Objet (2FPCO)

#### Secteur interindustriel

- ✓ Fédération des Syndicats de la Distribution Automobile (FEDA)
- ✓ Syndicat des Professionnels du Pneu (SPP)
- ✓ Fédération Française des Négociants en Appareils Sanitaires, Chauffage, Climatisation et Canalisation (FNAS)
- ✓ Fédération du Négoce de Bois et des Matériaux de Construction (FNBMC)
- ✓ Fédération Nationale du Tissu (FENNTISS)
- ✓ Fédération des Distributeurs de Matériel Électrique (FDME)
- ✓ Fédération des Entreprises Industrielles et Commerciales Internationales de la Mécanique et de l'Électronique (FICIME)
- ✓ Association Française des Distributeurs de Papiers et d'Emballages (AFDPE)
- ✓ Fédération Française de la Quincaillerie, des Fournitures pour l'Industrie, le Bâtiment et l'Habitat (FFQ)

### ORGANISATIONS PROFESSIONNELLES INTERSECTORIELLES.

- ✓ Fédération Française des Syndicats de Courtiers en Marchandises
- ✓ Syndicat des Négociants et Commissionnaires à l'International (SNCI)
- ✓ Le Pôle Privé des Opérateurs Spécialisés du Commerce International (OSCI)
- ✓ Chambre Syndicale Nationale des Fabricants et Distributeurs d'Armes, Munitions, Equipements et Accessoires pour la Chasse et le Tir Sportif (SNAFAM)

### ORGANISATIONS PROFESSIONNELLES GEOGRAPHIQUES.

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

BUREAU EXÉCUTIF,  
COMMISSIONS ET GROUPES DE TRAVAIL,  
ORGANISATIONS PROFESSIONNELLES.

organisation.

RAPPORT D'ACTIVITÉS 2017

se transformer.

## CONTACT

Confédération du commerce de gros et international (CGI)  
18 rue des Pyramides 75001 Paris  
Tél. 01 44 55 35 00 - Fax. 01 42 86 01 83  
cgi@cgi-cf.com - www.cgi-cf.com  
@CGI\_CF