

DEUXIÈME PARTIE : DIVERSIFICATION DU MÉTIER DE BURALISTE

I. Le statut particulier des débiteurs de tabac

Les buralistes ont un statut particulier : ils sont à la fois préposés de l'Administration (A), mais ont aussi de multiples casquettes (B), ce qui pourrait faire l'objet d'un suivi de leurs différents engagements (C).

A. Les débiteurs de tabac, préposés de l'Administration

L'article 568 du Code général des impôts affirme que : « *Le monopole de vente au détail est confié à l'administration qui l'exerce, dans des conditions et selon des modalités fixées par décret, par l'intermédiaire de débiteurs désignés comme ses préposés* ».

Les buralistes sont donc les préposés de l'Administration. Ils sont liés à l'État par un contrat-type de gérance qui précise leurs obligations.

L'État détient le monopole du tabac depuis plus de trois siècles. Le monopole de la fabrication et de la commercialisation en gros a d'abord été établi par une ordonnance de Colbert en 1674, exploité à partir de 1810 en régie par l'État, puis, à partir de 1936, par le Service d'Exploitation Industrielle des Tabacs et des Allumettes (SEITA). La fabrication par l'État des produits du tabac a été arrêtée au cours des années 1970, au moment de la construction de l'Union européenne. En revanche, le monopole de la vente au détail a, lui, été maintenu.

En maintenant le monopole de la commercialisation des produits du tabac, l'État sécurise et peut contrôler la distribution de ces produits, dans les conditions imposées par la loi.

Mais le buraliste ne fait pas que vendre du tabac (B).

B. Un commerçant aux multiples casquettes

Aujourd'hui, on recense près de 26 000 débiteurs de tabac, ainsi que des « *revendeurs* », qui ont l'obligation de se fournir exclusivement auprès du bureau de tabac le plus proche, dit « *de rattachement* ». Il s'agit des discothèques, des restaurants, des stations-services, etc.

Outre leur fonction de débiteurs de tabac, ils exercent généralement d'autres activités commerciales (presse, jeux, bar, etc.), ce qui en fait des commerçants particuliers, à la fois préposés de l'Administration, mais aussi commerçants relevant du droit privé.

Il n'y a pas un bureau de tabac qui ressemble à un autre, tant leur activité est diversifiée : vente de grilles de loto, de timbres fiscaux et postaux, jeux de hasard, paris hippiques, billets

de spectacle, activités bancaires, recharges téléphoniques, librairie, papeterie, cadeaux, alimentation, relais-colis, fleuriste, cordonnier, confiserie, etc.

Dès aujourd'hui et pour l'avenir, il faut encourager les buralistes à faire du snacking pour se diversifier, afin de pallier aux fermetures des petits commerces de proximité, au profit des grandes surfaces. Cela peut être un excellent tremplin de diversification.

Recommandation 6 : Inciter le développement du snacking chez le buraliste

Ces nouvelles facettes du buraliste, ainsi que son activité en général, pourraient faire l'objet d'un suivi particulier (C).

C. La nécessité du suivi des engagements pris

Entre 2002 et 2012, on relève 6 000 fermetures de débits de tabac et des emplois associés¹¹. Rien qu'en 2014, ce sont 1 041 bureaux de tabac qui ont mis la clé sous la porte. La poursuite des fermetures des bureaux de tabac, année après année, s'avère inquiétante pour le service à la population française et l'aménagement commercial de notre territoire. En effet, ces commerces de proximité assurent aussi bien des services publics, que privés. Ils ont un rôle majeur dans l'aménagement du territoire.

Afin de mieux comprendre les raisons de ces fermetures, il pourrait être demandé aux préfets de faire remonter les chiffres et les motifs des fermetures des bureaux de tabac. Ces données pourraient par la suite être étudiées par la commission nationale du marché du tabac.

Recommandation 7 : Demander aux préfets de faire remonter au secrétariat d'État au Commerce et à l'Artisanat les données relatives aux fermetures de bureaux de tabac.

Ainsi, les analystes pourront avoir une vision d'ensemble et une vision spécifique par Région qui permettra de trouver de nouvelles solutions adaptées. De nouvelles diversifications pourront être proposées aux buralistes, notamment des services publics. Mais cette nouvelle opportunité offerte aux buralistes devra être accompagnée d'un suivi des engagements pris.

Recommandation 8 : Les projets de diversification devront faire l'objet d'un retour d'expérience, avant généralisation. Cette généralisation s'appuiera sur un contrat-type, avec suivi des engagements pris par les buralistes.

¹¹ Rapport de la Cour des comptes, *Le soutien de l'État aux débiteurs de tabac : des aides injustifiées*, février 2013

II. Le bureau de tabac, un véritable commerce de proximité

Les buralistes sont de véritables commerces de proximité dans nos quartiers, nos villes et nos villages. Ils apportent des produits et services variés à la population. Le réseau accueille près de dix millions de clients par jour. Ouverts six, voire sept jours sur sept, avec de fortes amplitudes horaires (en moyenne les buralistes sont ouverts 12 heures par jour), ils ont su se rendre nécessaire à l'organisation de la vie de la cité.

C'est pourquoi, il est nécessaire d'en faire de véritables alliés (A), mais aussi de savoir les aider à moderniser leur surface de vente (B) pour leur permettre de continuer leur activité, indispensable à l'organisation et l'animation de nos territoires.

A. Faire du buraliste un allié

Le buraliste peut être un allié non seulement pour la mise en œuvre de notre santé publique (1), mais aussi au service d'une politique de proximité (2).

1. Un allié de la politique de santé publique

Le tabac constitue l'une des premières causes de décès évitable en France. Chaque buraliste a connu dans son entourage personnel ou professionnel un décès lié au tabac. Les buralistes sont conscients de la nécessité de lutter contre le tabagisme.

Le mise en place d'un fonds de prévention permettrait de faire reculer le tabagisme et servirait à financer le Programme National de Réduction du Tabagisme (PNRT) dont les objectifs sont de protéger les jeunes, d'aider les fumeurs à arrêter et d'agir sur l'économie du tabac. Selon le rapport de la Cour des Comptes sur l'évaluation des politiques publiques en 2012, la lutte contre le tabagisme en France ne bénéficie que de « *crédits modestes* ». Il s'avère donc nécessaire pour favoriser l'efficacité de la politique de lutte contre le tabagisme d'en renforcer les crédits alloués.

Recommandation 9 : Augmenter le taux proportionnel des produits du tabac (hors cigares et cigarillos) de 0,25%, afin d'alimenter un fonds de prévention anti-tabac.
--

a. Les substituts nicotiques

Le buraliste joue déjà un rôle dans la politique de santé publique en faisant appliquer les règles de vente de certains produits. Ainsi, en vertu de l'article 98 de la loi n°2009-879 du 21 juillet 2009, il doit refuser de vendre du tabac aux moins de 18 ans. (Il doit également appliquer l'interdiction des jeux de hasard, eu égard au décret 2007-728 du 7 mai 2007).

Il participe en outre à la prévention contre le tabagisme, lorsqu'ils relaient les campagnes d'informations auprès de ses clients. Cela doit être fait systématiquement.

Il est surprenant d'entendre chez le buraliste un client qui annonce son intention de sortie du tabac en même temps qu'il achète un ou deux paquets de cigarettes. Cela se traduit par une phrase comme « il faudrait vraiment que j'arrête, donne-moi un paquet de ... ». Comme il a été dit plus haut dans le rapport, la première personne que le fumeur rencontre, bien avant le médecin, c'est son buraliste. Il semble cohérent de tout mettre en œuvre et à tout moment de la vie du fumeur pour lui permettre de sortir du tabac, et surtout lui offrir une alternative au moment d'acheter ses cigarettes. Et donc d'engager un processus de sortie du tabac chez le buraliste.

Recommandation 10 : Accorder une dérogation au monopole pharmaceutique sur certains médicaments d'aide à l'arrêt du tabac, comme les gommes, afin que les buralistes puissent également vendre certains substituts nicotiques.

L'État pourrait par la suite proposer aux buralistes de toucher une marge supérieure sur les substituts nicotiques, à celle qu'ils touchent sur les produits du tabac, les incitant ainsi à vendre des produits pour arrêter de fumer.

Afin d'amplifier cet élan de réduction du tabagisme, il est également recommandé pour les produits restant vendus en pharmacie (car nécessitant plus de conseils du professionnel de santé) de mettre en place le remboursement intégral des substituts nicotiques.

Recommandation 11 : Proposer le remboursement intégral d'une partie des substituts nicotiques.

b. La cigarette électronique

Si le risque zéro pour la santé n'est pas encore parfaitement démontré pour la cigarette électronique, la plupart des spécialistes sont d'accord pour affirmer qu'elle est moins nocive que la cigarette et les produits du tabac classique.

Aussi, nous savons que 71% des vapoteurs utilisent la cigarette électronique pour limiter leur consommation de tabac traditionnel. Il est donc important que les vendeurs d'e-cigarette accompagnent les fumeurs. Et ce d'autant plus que, selon une étude de l'Institut Arguments Corporate et TNS Sofres, malgré le fait que le buraliste soit la première personne en contact avec le fumeur (bien avant le médecin), seulement 22% des vapoteurs se fournissent chez les buralistes, contre 49% dans des boutiques spécialisées et 24% sur internet.

On peut par ailleurs noter, que du fait de leur modèle ultra-spécialisé, il est probable qu'un grand nombre de magasins spécialisés dans la vente de cigarettes électroniques, soient amenés à fermer prochainement. Une étude de la société Xerfi, présentée en 2014, affirme en effet que le marché de la cigarette électronique est passé de 39 millions d'euros en 2011, à 114 millions en 2012, puis 275 millions en 2013.

La signature d'un contrat d'exclusivité est difficile à imposer, notamment parce que d'autres commerces spécialisés se sont installés à l'arrivée de l'e-cigarette sur le marché. En revanche, des négociations entre fabricants de cigarettes électroniques et buralistes ne peuvent qu'être encouragées afin de permettre aux cigarettes électroniques de continuer à être diffusées sur le marché (en dépit des fermetures possibles des magasins spécialisés). Cela constitue également une garantie durable pour la diversification des activités du buraliste. Un traitement spécifique lié à la promotion de l'e-cigarette pourrait être proposé.

Recommandation 12 : Encourager la vente de la e-cigarette chez le buraliste.

De plus, la cigarette électronique étant amenée à poursuivre son développement (Xerfi prévoit une croissance moyenne du marché de 8% par an, pour atteindre 450 millions d'euros en 2018), il conviendrait d'en assurer un meilleur contrôle, afin qu'elle ne tombe pas à son tour dans le commerce parallèle.

Un rapport de la Direction Générale de la Concurrence, de la Consommation et de la Répression des Fraudes (DGCCRF), sorti en septembre 2015, affirme que 90% des liquides prélevés ne sont pas conformes à ce qui est mentionné sur l'étiquette. Les anomalies d'étiquetage sont nombreuses :

Mentions d'étiquetage incomplètes, des pictogrammes de superficie inférieure à 1 cm²,
Représentations d'aliments ou de boissons,
Absence des informations obligatoires relatives aux dangers sur les publicités ou dans le cadre de la vente à distance.

Recommandation 13 : Renforcer l'information sur les étiquettes des produits liés à la e-cigarette (produits liquides et chargeurs).

Enfin, pour ne pas subir le commerce parallèle et à l'image des produits du tabac, la e-cigarette et les liquides qui l'alimentent pourraient d'ici cinq ans, faire l'objet d'une traçabilité.

Recommandation 14 : Mettre en place la traçabilité de la e-cigarette et les recharges de liquide, d'ici cinq ans.

c. Le tabac à rouler

La lutte contre le tabagisme nécessite de pouvoir identifier précisément l'évolution du marché du tabac et de l'ensemble des produits qui y sont attachés. Il s'avère que la consommation du tabac à rouler a augmenté de 10% entre 2010 et 2014. Or, celle-ci touche principalement les jeunes, dont le budget leur permet plus facilement d'acheter ce tabac plutôt que des cigarettes par exemple. Fumer vingt cigarettes roulées coûte en moyenne 4,90 euros, contre 6,80 euros pour les cigarettes industrielles. Afin de lutter contre le tabagisme chez les jeunes, il convient donc d'harmoniser les prix du tabac à rouler sur celui des cigarettes.

Recommandation 15 : Harmoniser le prix du tabac à rouler sur le prix des cigarettes

Aujourd'hui, il est possible d'acheter du papier à rouler chez les revendeurs (stations-services, épiceries, etc.). Il n'est pas normal que l'on puisse se procurer du papier à cigarette sans contrôle d'âge. Il est préférable que ces produits ne soient pas laissés en vente libre. C'est pourquoi, dans la même logique du buraliste garant de la réglementation liée à la vente du tabac, il est souhaitable que le papier à rouler revienne dans le monopole des produits du tabac.

Pour autant, il ne faut pas perdre de vue que cette activité favorise la rentabilité des points de vente (le buraliste peut fixer sa marge comme il veut). Il faudra trouver un point d'équilibre par rapport à la mise en place d'une accise.

Recommandation 16: Réserver la vente du papier à rouler aux buralistes.

Par nature, c'est un produit qui peut facilement basculer dans le marché parallèle. La réflexion sur sa traçabilité s'agissant d'un produit qui fait partie de la cigarette « fait-main » doit se poser.

d. Les paquets de cigarettes

❖ limiter le nombre de cigarettes dans les paquets

L'harmonisation des paquets de cigarettes à 20 unités est une première mesure de bon sens pour éviter toute incitation à une consommation supplémentaire ou induire en erreur le consommateur. La référence au paquet à 20 cigarettes est à conserver en l'état, en supprimant toute autre possibilité de contenance.

Recommandation 17 : La simplification au paquet unique de 20 cigarettes.

❖ Pour un paquet neutre européen

Avec 78 000 morts liés au tabac en France par an, l'effort de lutte contre le tabagisme doit se poursuivre. Pour autant, le débat sur l'adoption du paquet neutre ne doit pas être figé, s'il peut être une solution pour réduire la consommation de tabac, cela doit être une solution européenne et pas uniquement franco-française.

Il s'agit de rappeler aussi que le paquet neutre, selon diverses études, dissuade les jeunes de rentrer dans le tabac.

La Directive européenne du 3 avril 2014 propose la mise en œuvre d'un paquet dont les messages sanitaires occupent 65% de la surface, contre 40% actuellement. L'adoption de ce « *paquet Directive* » serait un premier pas qui pourrait permettre ensuite à la Commission européenne d'évaluer, *via* une étude d'impact, les effets du paquet neutre avant de le mettre en place.

Les obligations nationales ne doivent pas aller au-delà des obligations européennes.

Pour avoir une politique efficace de lutte contre le tabagisme, il est essentiel d'harmoniser et de coordonner nos actions au niveau européen. Il en va ainsi des prix du tabac et des techniques de vente. Ainsi, pour que notre politique de lutte contre le tabac soit efficace, la réponse doit être pensée de façon globale, et être européenne.

La résolution européenne N°2716 *appelant à une coordination des politiques européennes en matière de prévention et de lutte contre le tabac*, adoptée par l'Assemblée nationale le 8 juin 2015, demande à la Commission européenne une étude d'impact sur l'introduction de paquets

neutres au sein de l'Union. Il est également souhaitable qu'une étude d'impact de l'introduction du paquet neutre sur l'économie des buralistes en France soit réalisée et d'en connaître très clairement les conséquences avant toute nouvelle avancée sur la mise en place du paquet neutre.

Enfin, les quatrième et cinquième considérants de la Directive 2014/40/UE du 3 avril 2014 mentionnent que « *d'importants écarts subsistent entre les dispositions législatives, réglementaires, et administratives des différents États membres en matière de fabrication, présentation et de vente des produits du tabac et des produits connexes, ce qui fait obstacle au bon fonctionnement du marché intérieur* » et par conséquent « *ces obstacles doivent être éliminés* ». Il est souhaitable que le paquet neutre soit pensé au niveau européen, comme l'a été le « *paquet Directive* ».

Recommandation 18 : Demander à la Commission européenne l'introduction du paquet neutre au niveau européen et veiller à la réalisation d'une étude d'impact du paquet neutre au niveau européen conformément à la résolution n° 2716 et d'une étude d'impact en France sur l'économie des buralistes.

e. Laisser le buraliste garant de la vente des produits du tabac

La revente de tabac est autorisée dans un certain nombre de commerces. Elle est conditionnée au fait que le revendeur s'approvisionne dans le bureau de tabac le plus proche. C'est le cas des stations-services, des débits de boissons à consommer sur place, des restaurants ou encore des discothèques.

Le sujet de la revente pourrait faire l'objet d'une étude spécifique de la Commission nationale sur l'économie du tabac et le tabagisme.

Les buralistes souhaitent sa réduction progressive, voire sa disparition au profit de leur seul réseau, mais il faut veiller à ne pas donner une nouvelle impulsion au marché parallèle.

On pourrait imaginer la démarche progressive suivante :

L'établissement d'un recensement précis des lieux de revente et de leur nature sachant que les données actuelles des Douanes semblent incomplètes,

Une campagne d'information auprès des professionnels pour que la réglementation actuelle soit déjà strictement respectée,

La mise en place d'une réflexion sur une redéfinition de la revente (entre les points où elle semble tolérable et ceux où elle peut être supprimée au regard des impératifs de santé publique).

Un gel immédiat de toute nouvelle implantation de la revente de tabac dans un point de vente situé dans un espace public clos et/ou non-fumeur.

Recommandation 19 : Étudier l'interdiction de la revente de cigarettes dans les discothèques, les bars et restaurants et déclarer dès janvier 2016 le gel de toute nouvelle implantation de revente du tabac dans les espaces publics clos et/ou non-fumeur.

2. Un allié au service d'une politique de proximité

a. Élargir la dématérialisation

Dans le deuxième contrat d'avenir, 2008-2011, Jean-François Copé, alors ministre délégué au Budget et Renaud Dutreil, ministre des Petites et Moyennes Entreprises, s'engageaient à élargir les dématérialisations avec valeur fiscale. Mise à part les passeports et les timbres-amendes, cet engagement n'a pas été rempli. C'est pourtant une attente forte chez les buralistes qui se sont équipés pour cela : équipement pouvant procéder à la reconnaissance du client, au paiement de la facturation d'un service administratif, etc.

Les buralistes pourraient jouer un nouveau rôle avec les produits postaux, ne serait-ce que des timbres. La profession souhaite « revisiter » le contrat de gérance actuel (signé entre le buraliste et la direction des Douanes) afin de renforcer l'obligation pour le débitant d'effectuer toutes les prestations que peuvent lui apporter l'État, les collectivités territoriales et les grandes entreprises rendant un service nécessaire au public.

L'État doit apporter son soutien en confiant le relais de missions de services publics aux buralistes. Et cela peut être du gagnant/gagnant. En s'appuyant sur les implantations aux plus près des populations et surtout grâce à la forte amplitude d'ouverture de ces commerces de proximité il y a là une opportunité d'améliorer les services rendus à la population. Il s'agit donc de renforcer les complémentarités entre buralistes et services publics. Il faut ouvrir le choix à la population de pouvoir recourir aux services du buraliste pour une prestation qui nécessiterait dans le système actuel une plus grande contrainte de déplacement ou de temps. Les exemples sont nombreux, recommandé postal, colis, documents administratifs, etc. Les buralistes ont déjà prouvé toute leur pertinence pour des activités liées aux timbres postaux et timbres fiscaux qu'ils sont déjà nombreux à proposer. Il faudra arriver à uniformiser ces nouvelles prestations. C'est pourquoi, il est recommandé de mettre en place un contrat-type de gérance avec les offres de base communes.

Recommandation 20: Développer les activités de service public chez les buralistes avec contractualisation. La prime de service public sera subséquemment modifiée.

b. L'accès à la presse

Le système de distribution de la presse en France rencontre depuis plusieurs années des difficultés liées notamment à la baisse continue des ventes: -2,2 % en moyenne entre 2006 et 2010. Cette baisse semble même s'accroître : -5,1 % en 2011 et -7,8% sur la période 2012-2013. Selon le Conseil supérieur des messageries de presse (CSMP)¹², cela correspond à une baisse de -25 % entre 2011 et 2015. Dans ce contexte, les trois niveaux du système de distribution, constitué au niveau 1 des messageries, au niveau 2 des dépositaires et au niveau 3 des diffuseurs doivent s'adapter.

Pour le niveau 3, 52% de la presse est distribuée par le réseau traditionnel que constituent les buralistes secs et humides.

L'allègement de la charge de la taxe sur la publicité extérieure pesant sur l'opérateur des kiosques à journaux a été un bon signal envoyé par l'État. Aussi, la *promulgation de la loi n° 2013-1278 du 29 décembre 2013 de finances pour 2014, a permis de fixer les crédits attribués à l'aide à la modernisation des diffuseurs de presse pour l'année 2014 qui s'élèvent à 4 millions d'euros.*

Recommandation 21 : Maintenir la ligne budgétaire des crédits attribués à la modernisation des diffuseurs de presse pour l'année 2016.

c. Conserver les liens avec la Française des Jeux (FDJ)

La Française des Jeux accélère sa mutation numérique en se développant dans les jeux en ligne. Ainsi, en 2014, le développement du digital s'est accéléré avec un triplement de la croissance des mises (+16,7% à comparer à +5,5% en 2013) pour atteindre 478 M€ (contre 410 M€). Et dans son plan stratégique « *FDJ 2020* », la Française des jeux a affirmé sa volonté de multiplier par quatre ses ventes digitales d'ici à 2020.

En outre, la Française des Jeux ouvre de nouveaux points de vente en dehors du réseau des buralistes. Ce sont les raisons pour lesquelles, les buralistes ont besoin d'avoir des signes forts de la part de la Française des Jeux.

Partenaire historique de la Française des Jeux, les buralistes font face, chaque année, à plusieurs centaines de fermetures de leurs commerces. La Française des Jeux transférant dans ces cas-là, son activité dans d'autres établissements. Un rapport annuel soumis à la Commission nationale sur l'économie du tabac et le tabagisme permettrait de mesurer l'évolution de l'activité des jeux dans le réseau buraliste et hors réseau afin d'étudier toute

¹² <http://www.csmpresse.fr>

forme de développement pouvant soutenir l'activité des débiteurs de tabac, et d'envisager chaque fois que c'est possible une meilleure stratégie de soutien aux buralistes en difficulté, éventuellement sous la forme de nouvelles discussions sur la rémunération et l'attribution des jeux.

Recommandation 22: Veiller au développement des Jeux au sein de débiteurs de tabac par un rapport annuel de la Française des Jeux.

S'il est essentiel que le buraliste poursuive le développement de ses activités, il doit aussi moderniser son espace de vente (B).

B. Moderniser les surfaces de vente des bureaux de tabac

C'est une nécessité absolue pour faire évoluer le réseau des buralistes. Si ces opérations de modernisation et diversification sont à encourager, il est à noter que les buralistes n'ont pas attendu des incitations financières pour se diversifier. Ils ont repris différentes activités commerciales qui disparaissaient au cœur de nos centres villes au fur et à mesure que la grande distribution poursuivait son extension dans les zones commerciales périphériques. La diversification a entraîné assez souvent une apparence disparate et parfois confuse du local de vente. Celle-ci ne favorise pas la consommation.

C'est pourquoi, il est nécessaire pour le buraliste de proposer à sa clientèle un espace de vente optimisé (1) et connecté (2). Car voir un commerce moderne, c'est garantir au réseau le développement de son chiffre d'affaires, pour lui et pour l'avenir, afin par exemple de préparer une bonne reprise de fonds de commerce (3).

1. Réaménager les bureaux de tabac

Le mobilier du buraliste est à l'image des ventes qu'il exerce : diverse et multiple. On retrouve ainsi la borne orange du compte Nickel, le vert du PMU, le bleu et rouge du loto... Chaque partenaire du buraliste étudie son propre mobilier sans concertation ou tentative d'harmonisation. Il prend ensuite place au milieu des autres activités développées au gré d'opportunité ou de l'intérêt marqué par la clientèle.

Si cette diversité est constitutive aujourd'hui de l'image que l'on se fait d'un buraliste, rien n'empêche pour les commerces modernes de demain de faire exister de l'unité dans la diversité. Il faudrait alors lancer un plan de modernisation des bureaux de tabac, afin qu'il y ait une harmonisation du mobilier chez l'ensemble des buralistes.

Ce plan pourrait être mis en place conjointement entre la Confédération des buralistes et les Douanes (au même titre que ces dernières sont associées dans l'attribution des Indemnités de fin d'activité). Les conditions d'attribution sont à définir en fonction de la situation financière de chaque établissement.

Il permettrait de contribuer au financement de tous les travaux permettant de réaménager les points de vente en faveur du développement d'activités hors-tabac.

Recommandation 23: Lancer un Plan de modernisation des débiteurs de tabacs et flécher dans le Fond d'intervention pour les services, l'artisanat et le commerce (Fisac) un fonds de soutien aux bureaux de tabac en difficultés.

D'autres mesures peuvent être prises pour faciliter l'exercice de la profession. En effet, pour exercer leur métier, les buralistes doivent signer un contrat de bail commercial, dans lequel sont définies les activités « *autorisées* ». Ainsi, dès lors que le buraliste souhaite exercer une nouvelle spécialité, se diversifier, il doit procéder à une déspecialisation du bail commercial. Cela nécessite l'accord du bailleur, qui se retrouve alors en droit d'exiger une hausse de loyer.

Recommandation 24: Favoriser la diversification en sécurisant le contrat de bail commercial du débiteur de tabac et faciliter la publication des activités proposées.

2. Des bureaux de tabac 2.0

Outre la modernisation concrète du local, les buralistes doivent aussi se moderniser au niveau virtuel, afin d'être plus facilement repérable. À l'heure du tout numérique, il pourrait être envisagé de faciliter le marquage virtuel des bureaux de tabac. Il est proposé également de favoriser l'information sur les activités de diversification proposées par chaque établissement.

Recommandation 25 : Inciter les buralistes à se répertorier sur une application de géolocalisation et favoriser l'information sur les activités de diversification de chaque établissement.

3. Préparer la reprise des fonds de commerce.

Il s'agit de préparer la reprise des commerces existants en développant la formation et l'apprentissage. La Confédération des buralistes en a fait un de ces enjeux stratégiques pour favoriser la reprise des commerces.

L'alternance permet de transmettre le savoir-faire des commerçants aux jeunes et d'embaucher un apprenti avec l'aide financière versée par l'État et les Régions. Cet apprentissage est particulièrement important dans le cas du métier de buraliste car rien ne prépare réellement à la reprise de ce commerce quand il s'agit de lutter contre les addictions ou de porter les politiques publiques en matière de réduction du tabagisme.

Il semble également que certaines fermetures de bureau de tabac puissent avoir comme origine le manque de formation des repreneurs. Si la profession, en lien avec les Chambres de Commerce et d'Industrie (CCI), est en train de se structurer pour proposer au niveau national un cursus de formation, il est essentiel que les pouvoirs publics mettent tout en œuvre pour lever les freins qui pourraient s'opposer au développement de l'apprentissage de cette profession.

<p>Recommandation 26 : Favoriser la professionnalisation du métier de buraliste par le développement de l'apprentissage.</p>
