

Pourquoi pas le dimanche : mais à quels prix ?

par [Gérard Cornilleau](#)

A propos de l'ouverture des magasins de bricolage le dimanche, un aspect de la question n'a jamais été évoqué. Il concerne pourtant la majorité des clients qui font leurs achats en semaine, dans la journée. Si les magasins ouvrent leurs portes tardivement et en dehors des jours traditionnellement ouverts, cela entraîne un surcoût salarial et une baisse des coûts de structure. Le surcoût est lié à la compensation salariale qui doit être accordée aux salariés qui acceptent de travailler en dehors des heures habituelles. Il n'y a aujourd'hui plus aucun doute sur cette nécessaire compensation. Les discussions en cours entre les syndicats et les enseignes déboucheront certainement sur une hausse de cette compensation avec sans doute un salaire double pour les travailleurs du dimanche. Ceux du soir, après 21 heures, seront également compensés. Sans cela il est vraisemblable que le nombre de « volontaires » se réduirait drastiquement. Personne ne songe d'autre part à contester qu'il s'agit d'une compensation « juste »[\[1\]](#). La baisse des coûts de structure (liée en particulier à l'allongement de la durée d'utilisation du capital) devrait s'accompagner d'une redistribution de l'activité entre les commerces de proximité et les grandes surfaces : comme il n'est pas raisonnable de tabler sur une hausse du volume des ventes[\[2\]](#), l'extension des horaires devrait renforcer le mouvement de concentration commerciale avec moins de magasins ouverts plus longtemps. Du point de vue du bien-être, cette évolution serait favorable à ceux qui souhaitent et qui peuvent s'approvisionner en dehors des heures et jours habituels et défavorable à tous ceux qui préfèrent – ou qui ont du mal, comme les plus âgés – à se passer d'un service de proximité à taille humaine.

La question de la compensation des clients « perdants », ceux qui ne souhaitent pas s'approvisionner en dehors des heures traditionnelles et dans des magasins plus éloignés, se pose donc. Il n'est pas acceptable que faute de discrimination par les prix, ceux-ci subventionnent les clients qui exigent d'être servis la nuit ou le dimanche. Une telle situation de subvention implicite n'est d'ailleurs pas justifiée du strict point de vue économique : pour que les choix des consommateurs ne soient pas biaisés, ils doivent supporter le coût du service qu'ils demandent. Autrement dit les consommateurs du dimanche et de la nuit doivent payer le juste prix du service qu'ils utilisent. Celui-ci ne doit pas être porté à la charge des autres consommateurs[3]. Heureusement, il existe une solution simple à ce problème : majorer d'un coefficient fixe obligatoire toutes les factures des achats réalisés après 21 heures ou le dimanche[4]. Dès lors les consommateurs pourront choisir librement d'acheter aux heures habituelles au tarif courant ou en dehors de ces heures au tarif majoré. Pour déterminer le montant de la majoration, des travaux statistiques fins sont nécessaires, mais il est possible de fournir un ordre de grandeur : les marges commerciales étant voisines de 1/3 et la masse salariale représentant environ 60 % du coût du service commercial, une majoration minimale de l'ordre de 15 % est nécessaire pour tenir compte du doublement des salaires le dimanche et après 21h. En outre, pour compenser la perte de bien-être potentielle liée à l'impact des achats hors heures habituelles sur les structures commerciales, un coefficient de 20 % semble raisonnable. Dès lors que les clients des magasins payent le service supplémentaire qu'ils demandent en achetant le dimanche ou le soir, il serait possible d'accepter le libre choix de l'ouverture par les commerçants, sous la même condition qu'aujourd'hui de compensation salariale et de vérification du caractère « volontaire » du travail hors normes horaires habituelles. Selon la réaction de la clientèle à cette discrimination par les prix, les magasins choisiront d'ouvrir ou pas sur une base rationnelle, sans pénaliser ceux qui ne

souhaitent pas s'approvisionner en dehors des heures habituelles.

Cette solution est extrêmement facile à appliquer puisqu'il suffit d'une très légère modification du code des programmes de caisse des magasins. La vérification de son application est également très simple. Elle est compatible avec une plus grande liberté du commerce et une juste compensation pour les salariés. Il reste que l'on pourra toujours lui opposer qu'elle va dans le sens d'une cassure des temps sociaux qui ne peut être évitée que par une réglementation contraignante. Il me semble qu'elle pourrait cependant être expérimentée pour mesurer précisément le besoin d'ouverture des commerces en dehors des heures « normales » : si avec une facture majorée de 20 %, les clients sont toujours aussi nombreux, c'est que le besoin d'élargissement des plages horaires est important. Dans le cas contraire, on en reviendra sans doute à une situation plus satisfaisante dans laquelle quelques magasins (ou parties de magasins) pourront ouvrir pour satisfaire une demande marginale, l'essentiel du commerce, et donc du temps de travail, restant concentré sur la semaine et dans les plages horaires habituelles.

[1] De nombreuses professions appliquent des tarifs majorés le dimanche sans que personne ne conteste la légitimité de cette pratique. C'est le cas en particulier des professions médicales. Si à l'avenir le dimanche devenait un jour « banal », les majorations de tarif du dimanche pourraient être remises en cause y compris pour ces professions. Par contre les majorations pour le travail de nuit continueraient à être justifiées par l'effet très négatif sur la santé.

[2] Voir la contribution de Xavier Timbeau (<http://www.ofce.sciences-po.fr/blog/jamais-le-dimanche/>)

[3] D'ores et déjà les magasins ouverts le dimanche et la nuit, comme les épiceries dépanneurs de quartier, pratiquent des prix très supérieurs à la moyenne, ce qui permet d'éviter une trop forte subvention des clients « hors normes ». Les prix supérieurs de ces commerces sont facilement acceptés parce qu'ils correspondent à un service particulier. Mais dans l'hypothèse d'une levée générale de la réglementation des horaires d'ouverture, il est peu probable que les magasins des circuits traditionnels introduisent spontanément une discrimination par les prix.

[4] Cette majoration n'est pas un impôt. La recette associée constituerait un revenu pour le magasin qui serait fortement incité par la concurrence à baisser l'ensemble de ses prix.

Jamais le dimanche ? *

Par [Xavier Timbeau](#)

** NDLR : Ce texte a été publié une première fois le 10 juin 2008 sur le site de l'OFCE dans la rubrique "Clair & net" lorsque la question du travail le dimanche était un sujet d'actualité brûlant. De nouveau objet de débats, il nous a semblé que le texte de Xavier Timbeau n'avait pas perdu de sa pertinence, c'est pourquoi nous le republions.*

[Dans le film culte de Jules Dassin](#), Ilya, prostituée œuvrant sur le port d'Athènes ne travaillait jamais le dimanche. Aujourd'hui, d'après l'Enquête emploi, près d'un tiers des salariés français déclarent travailler le dimanche occasionnellement et près d'un Français actif sur 6 le fait régulièrement. Comme dans la plupart des pays, le travail du dimanche est encadré par des législations complexes et contraignantes (voir [ici](#)), limité à certains secteurs (en

France, le commerce alimentaire, les métiers de l'hôtellerie et de la restauration, l'industrie à feu continu, les services de santé ou de sécurité, les transports, à certaines zones (touristiques) ou soumis à une autorisation municipale ou préfectorale pour un nombre limité de jours dans l'année. Régulièrement cette législation plus que centenaire, mais déjà largement amendée aux réalités et aux nécessités de l'époque, est remise en cause.

Pour les promoteurs du travail du dimanche, plus d'activité, plus d'emplois et plus de bien-être sont à attendre. L'expérience du terrain indique que le chiffre d'affaire augmente pour les enseignes qui ouvrent le dimanche. Conforama, Ikéa, Leroy Merlin ou les commerçants de la zone Plan de Campagne dans les Bouches du Rhône sont unanimes. Jusqu'à 25% de leur chiffre d'affaire serait ainsi réalisé le dimanche, un peu moins que le samedi. Pour ces commerces, on pourrait donc conclure qu'ouvrir le dimanche procurerait un gain substantiel d'activité. Qui dit activité dit emploi, et comme les gains pour des consommateurs qui arrivent à des magasins moins fréquentés par des routes moins embouteillées sont également importants, on aurait là une mesure « gagnant-gagnant » que quelques « archéos » combattraient pour le principe.

Il faut pourtant refroidir les illusions de ces commerçants. Ouvrir un jour de plus apporte plus d'activité uniquement si les concurrents sont fermés au même moment. Il en va pour les meubles, les livres, les CD ou les vêtements comme pour les baguettes. Si tous les magasins qui vendent des meubles ou de l'électroménager sont ouverts tous les jours de la semaine, ils vendront autant que s'ils sont ouverts 6 jours par semaine. Si un seul d'entre eux est ouvert le dimanche et ses concurrents sont fermés, alors il capte une part importante du marché. Les achats de machines à laver, téléviseurs ou meubles sont plus faciles à faire le dimanche que les jours de la semaine. Celui qui ouvre en solitaire en profite largement. Mais au bout du compte, les consommateurs achètent des chambres d'enfants en fonction du nombre de leurs enfants, de

leur âge ou de la taille de leur logement. Ils n'achètent pas davantage parce qu'ils peuvent faire leurs emplettes le dimanche. Ce sera leur revenu qui aura le dernier mot.

A la marge, il est possible que l'on vende un peu plus de livres ou de meubles, achetés impulsivement le dimanche, si les grandes surfaces spécialisées dans ces articles sont ouvertes. Mais les budgets des consommateurs n'étant pas extensibles, les dépenses faites ici seront compensées par des dépenses réduites ailleurs. Année après année, de nouveaux produits, de nouveaux motifs de dépense, de nouvelles stimulations commerciales ou de nouvelles formes de distribution émergent. Ces bouleversements ne modifient pas les contraintes ou les choix des consommateurs.

Dans le cas du commerce aux touristes étrangers, de passage sur notre territoire, l'ouverture le dimanche peut jouer en accroissant les ventes. Les touristes dépenseront moins dans un autre pays ou de retour chez eux. Cet effet positif est largement pris en compte par les dérogations existantes.

En 2003, la législation allemande qui encadrait strictement les plages d'ouverture du commerce de détail a été assouplie. Cela n'a rien changé dans la consommation ou l'épargne des Allemands (graphique 1). La valeur ajoutée, l'emploi ou la masse salariale du commerce de détail sont restés sur une trajectoire identique (rapporté à l'ensemble de l'économie sur le graphique 2). Ouvrir plus longtemps ne fait pas consommer plus.

La question de l'ouverture du dimanche est une question de temps sociaux et de leur synchronisation, de confort du consommateur et de liberté réelle du salarié dans ses choix d'activité. Le travail du dimanche concerne de nombreux actifs, son extension est un choix de société, pas une affaire d'efficacité économique.

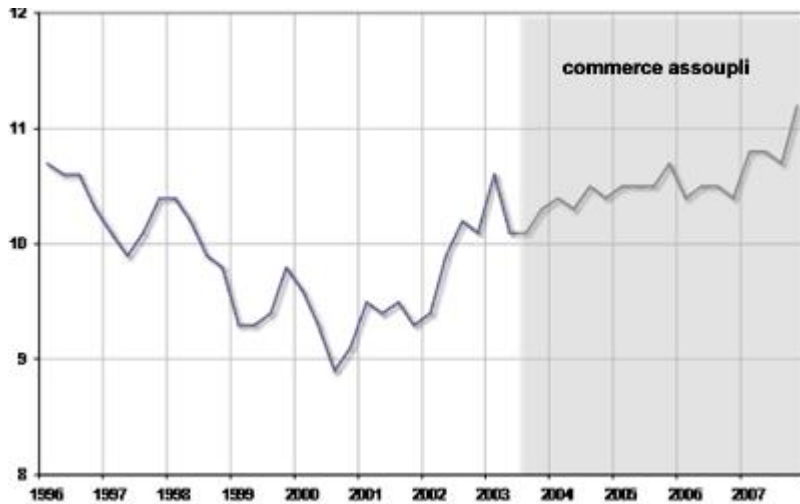
Enfin, la complexité de la législation sur l'ouverture le

dimanche et son instabilité permettent aux acteurs économiques des stratégies de contournement. Par exemple, [Louis Vuitton](#), pour pouvoir ouvrir le dimanche, a installé une librairie (de voyage !) au 5e étage de son magasin des Champs Elysées (les autres magasins parisiens de Louis Vuitton sont fermés le dimanche). Par cette habileté, vendre des sacs de luxe est une activité culturelle. Des grandes surfaces alimentaires (et donc qui peuvent ouvrir le dimanche matin), vendent du textile ou de l'électroménager, justifiant d'autres détournements par des commerces non alimentaires qui y voient une concurrence déloyale. Ces contournements rendent la législation injuste et faussent le jeu concurrentiel en le doublant d'un bluff juridique.

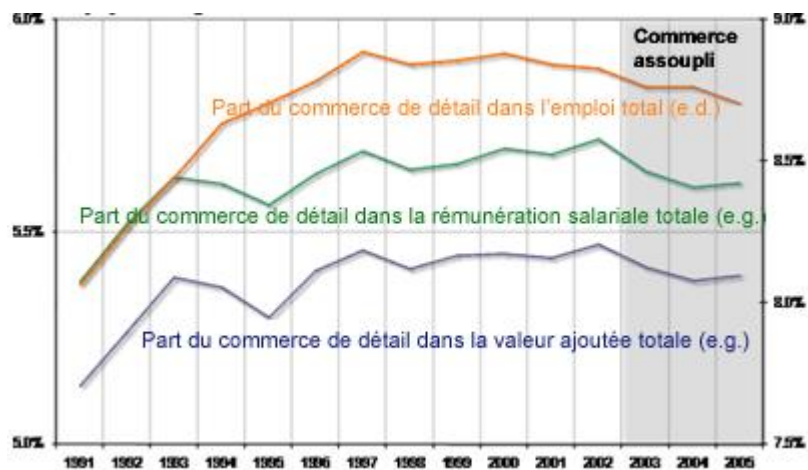
Toute modification de la législation devrait poursuivre l'objectif de la clarification et non introduire de nouvelles brèches (comme l'amendement récent (12/2007) à la loi [Chatel du 3 janvier 2008](#) étendant au commerce de détail de meubles les dérogations antérieures).

Homère, Américain cultivé en voyage à Athènes, entrepris d'extraire Ilya de sa vile condition en l'initiant aux arts et aux lettres. Mais Homère agissait pour le compte d'un proxénète du port d'Athènes qui voulait mettre un terme à l'influence subversive d'Ilya-la-libre sur les autres prostituées. Lorsqu'Ilya l'apprit, elle retourna à son commerce : se donner pour de l'argent. Sa dignité était de ne jamais le faire le dimanche.

Graphique 1: Allemagne – Taux d'épargne



Graphique 2: Allemagne – Commerce de détail



Source : *Comptes annuels, Statistisches Bundesamt Deutschland*. Le taux d'épargne est l'épargne brute rapportée au revenu disponible brut. Le commerce de détail dans la nomenclature allemande est le secteur WZ-52. Calculs de l'auteur.