

ASSEMBLÉE NATIONALE

20 novembre 2007

CONCURRENCE AU SERVICE DES CONSOMMATEURS - (n° 351)

Commission	
Gouvernement	

AMENDEMENT

N° 295

présenté par

M. Chassaing, M. Daniel Paul, Mme Buffet, M. Gosnat et M. Desallangre

ARTICLE ADDITIONNEL**APRÈS L'ARTICLE 5, insérer l'article suivant :**

L'article L. 443-2 du code de commerce est complété par un alinéa ainsi rédigé :

« IV. – Est puni de quatre ans d'emprisonnement et de 100 000 euros d'amende le fait pour une centrale d'achat ou tout autre distributeur de faire payer à un fournisseur le droit d'accès au référencement de son produit par ce distributeur. »

EXPOSÉ SOMMAIRE

Une entreprise, pour devenir fournisseur d'un grand réseau de distribution, doit faire reconnaître son produit comme étant digne de figurer sur les rayons des hypermarchés et supermarchés dépendant de ce réseau. Cette démarche a pour dénomination le « référencement ». Or, une pratique généralisée fait en sorte que ce référencement comporte un prix autonome. Il se chiffre aujourd'hui par type de produit jusqu'à 150 euros pour un supermarché et jusqu'à 350 euros pour un hypermarché. Multiplié par le nombre de magasins distribués, le coût du référencement atteint par conséquent des niveaux astronomiques. Cela contribue à écarter de la distribution de petits fournisseurs qui n'ont pas l'avance de capital nécessaire pour assumer une telle dépense préalable.

Or, ce « droit à vendre » est un abus de position dominante de la grande distribution qui n'est nullement consacrée par le code de commerce, lequel ne reconnaît logiquement que des relations commerciales se schématisant par l'échange d'un bien en contrepartie du paiement d'un prix convenu. Avec le coût de référencement, un prix est ajouté qui n'est pas le prix du produit ni celui d'une prestation particulière liée à la vente de ce produit (promotion commerciale...). Mais ceux qui le peuvent parmi les fournisseurs sont contraints de verser ce prix, sauf à renoncer à toute

possibilité de développement, voire de survie. Et même le fournisseur d'un produit référencé peut être amené à verser une compensation au distributeur pour le « non-déréférencement » du produit, le distributeur exigeant par exemple la différence entre le prix de vente du produit dans son réseau de distribution et le prix de vente du même produit dans un autre réseau...

L'amendement propose par conséquent d'interdire cette pratique en la punissant d'une amende de 100 000 euros et d'une peine d'emprisonnement de quatre ans.