

**ASSEMBLÉE NATIONALE**

16 juin 2013

## CONSOMMATION - (N° 1156)

Commission	
Gouvernement	

Non soutenu

**AMENDEMENT**

N ° 16 (Rect)

présenté par

M. Le Fur, M. Courtial, M. Dhuicq, Mme Dion, Mme Fort, M. Fromion, M. Hetzel, M. Le Ray,  
M. Marc, M. Perrut, M. Saddier, M. Tetart et M. Verchère

-----

**ARTICLE 4**

Après l'alinéa 18, insérer les cinq alinéas suivants :

« II *bis*. – L'article L. 113-3 du même code est complété par quatre alinéas ainsi rédigés :

« Les moyennes et grandes surfaces doivent tenir à la disposition de leurs clients, pour les produits de première nécessité dont la liste a été fixée par décret après avis du Conseil national de la consommation, un tableau comparatif comprenant :

« – le prix d'achat aux producteurs par les distributeurs ;

« – le prix de vente des distributeurs aux moyennes et grandes surfaces ;

« – le prix de vente au consommateur. ». »

**EXPOSÉ SOMMAIRE**

Les informations exigées par l'article L. 113-3 du code de la consommation permettent d'avertir le consommateur de faire jouer la concurrence et de confronter les prix des professionnels entre eux, pour optimiser son acte d'achat. Ces derniers cependant perçoivent de plus en plus difficilement le lien entre le prix payé dans les grandes et moyennes surfaces, la situation économique de la distribution et les difficultés croissantes des filières agricoles et alimentaires.

L'article 19 de la loi du 27 juillet 2010 a créé l'Observatoire de la formation des prix et des marges des produits alimentaires, placé auprès du ministre chargé de l'alimentation et du ministre chargé de la consommation, avec pour mission d'éclairer les acteurs économiques et les pouvoirs publics sur la formation des prix et des marges au cours des transactions au sein de la chaîne de

commercialisation des produits alimentaires, qu'il s'agisse de produits de l'agriculture, de la pêche ou de l'aquaculture.

Ce nouvel alinéa de l'article L. 113-3 du code de la consommation compléterait utilement le travail de l'observatoire et permettrait d'améliorer l'information du consommateur sur la formation des prix dans les grandes et moyennes surfaces.