

ASSEMBLÉE NATIONALE

3 janvier 2014

AGRICULTURE, ALIMENTATION ET FORÊT - (N° 1639)

Commission	
Gouvernement	

Rejeté

AMENDEMENT

N° 1112

présenté par

M. Le Fur, Mme Le Callennec, M. Le Ray et M. Lurton

ARTICLE ADDITIONNEL**APRÈS L'ARTICLE 7, insérer l'article suivant:**

Après l'article L. 631-24 du code rural et de la pêche maritime, il est inséré un article L. 631-24-1 ainsi rédigé :

« *Art. L. 631-24-1.* – Lorsque les dispositions de l'article L. 631-24 s'appliquent et qu'un mandat de facturation a été réalisé par le vendeur au bénéfice de l'acheteur et que le vendeur appartient à une structure reconnue au titre des articles L. 551-1 et suivants, l'acheteur fait parvenir à cette structure l'ensemble des informations servant à l'établissement de la facture, dès lors que le vendeur a donné une autorisation expresse de transfert de ces informations.

« Cette transmission d'information doit se faire de manière concomitante à l'envoi de la facture par l'acheteur au vendeur ».

EXPOSÉ SOMMAIRE

Dans le cadre d'une relation commerciale, le principe général veut que le vendeur établisse la facturation. Cependant, dans certaines situations, cette obligation de facturation a été donnée à l'acheteur (parfois même exigée par lui).

Il a été observé que ce mandat de facturation a permis à certains acheteurs de modifier de manière unilatérale le contrat le liant avec son vendeur, et plus particulièrement les modalités de paiement.

A cet égard, et en vue de faire de l'organisation économique des producteurs un outil de rééquilibrage du rapport de force entre les acteurs (l'un des objectifs du Paquet Lait), il est nécessaire de permettre aux organisations économiques d'avoir accès à ces informations le plus rapidement possible afin :

- de vérifier que le mandat de facturation est bien assuré par l'acheteur et, à défaut, de protéger les intérêts de ses adhérents (en réalisant des factures rectificatives, voire en agissant devant les tribunaux au nom et pour le compte de ses adhérents) ;
- d'avoir une totale transparence d'informations lors des négociations avec l'acheteur ;
- d'être en mesure de déterminer de manière objective et la plus complète les points forts et les faiblesses de ses adhérents en vue de mettre en place des dispositifs d'amélioration pour l'acheteur, mais aussi pour permettre de répondre aux attentes du consommateur final.