

ASSEMBLÉE NATIONALE

20 juin 2014

AGRICULTURE, ALIMENTATION ET FORÊT - (N° 1892)

Retiré

AMENDEMENT

N ° CE615

présenté par

Mme Le Loch, M. Bays, M. Buisine, M. Roig, M. Bui, M. Ferrand, Mme Massat, Mme Bourguignon, Mme Battistel, M. Le Roch, Mme Hurel, Mme Laclais, M. Clément, M. Jibrayel, Mme Khirouni, M. Le Bris, M. Fauré, Mme Biémouret, Mme Beaubatie, M. Bleunven, Mme Maquet, Mme Reynaud, M. Pellois, Mme Alaux, Mme Le Dissez, M. Vergnier, Mme Martinel, M. Cresta, Mme Buis, M. Boisserie, Mme Romagnan, M. André, Mme Orphé, Mme Chapdelaine, Mme Pires Beaune, M. Daniel, Mme Martine Faure, Mme Santais, Mme Lousteau, Mme Carrillon-Couvreur, M. Rogemont, Mme Adam et M. Issindou

ARTICLE 7

Compléter cet article par les quatre alinéas suivants :

« V. - L'article L. 442-2 du code de commerce est ainsi modifié :

« 1° A la première phrase du premier alinéa, les mots : « d'achat effectif » , sont remplacés par les mots : « de revient, correspondant au prix d'achat effectif majoré de la moyenne de ses coûts fixes » ;

« 2° A la deuxième phrase du même alinéa, les mots : « d'achat effectif, sont remplacés par les mots : « de revient, »;

« 3° Au troisième alinéa, les mots : « d'achat effectif » sont remplacés par les mots : « de revient » et le mot « deuxième » par le mot « premier » ».

EXPOSÉ SOMMAIRE

Cet amendement a pour but de ramener de la raison dans les relations commerciales. Au nom de la défense de l'intérêt du consommateur, les différentes réformes des relations industrie commerce sont passées du libéralisme au libéralisme sauvage et de la baisse des prix à la guerre des prix.

La guerre des prix sans merci que se livrent les enseignes de la grande distribution n'est absolument pas une bonne nouvelle pour notre économie et nos emplois. Elle est une fausse bonne nouvelle pour les consommateurs et une très mauvaise nouvelle pour les salariés et les citoyens. En effet, en plus de l'impact fort sur les distributeurs eux-mêmes, ce mouvement a eu un effet particulièrement dévastateur sur le secteur de l'agro-alimentaire. Cette filière a pu constater depuis 5 ans, une

dégradation des marges tout au long de la chaîne alimentaire pénalisant autant les capacités d'investissement et d'innovation.

La déflation imposée par cette guerre des prix asphyxie les filières ; elle est destructrice de valeur et d'emplois en France. L'industrie alimentaire représente pourtant le 1^{er} secteur industriel français avec un chiffre d'affaires de 160,9 milliards d'euros. Elle génère par ailleurs un excédent commercial positif de 8.5 milliards d'euros et réalise 10 % des exportations françaises (43.3 Mrds€). Elle constitue également le premier employeur industriel avec 495.000 salariés directs qui œuvrent au quotidien dans les entreprises situées sur tout le territoire français.

Pour ramener de la raison et de la responsabilité dans les relations économiques et préserver deux secteurs économiques essentiels, cet amendement propose de stopper la course à l'abîme symbolisée, selon les déclarations de certains distributeurs eux-mêmes, par la revente de certains produits sans marge. Cette perte volontaire de marge sur les références les plus connues des consommateurs, qui est ensuite compensée par des excès de marges sur les autres produits et notamment des PME qui perdent ainsi en compétitivité, constitue l'exemple le plus significatif de la guerre de prix. La communication est au centre de ces pratiques ; pas forcément le pouvoir d'achat du consommateur.

Pour casser ce cycle destructeur, il semble donc logique d'intégrer la moyenne des coûts fixes dans le calcul du seuil de revente à perte pour que la vente s'effectue véritablement sur la base d'un prix de revient et non d'un prix d'achat qui autorise toutes les dérives et qui est déconnecté de la réalité économique puisqu'il n'intègre pas les coûts réels de distribution.

Cette solution aurait comme conséquence positive de libérer la pression concurrentielle sur les produits vendus au seuil de revente à perte aujourd'hui, et de rétablir pour les producteurs et pour les distributeurs le juste prix et finalement redonner aux consommateurs la sincérité des prix de ce qu'ils achètent, dans leur propre intérêt.