

ASSEMBLÉE NATIONALE

4 juin 2015

CROISSANCE, ACTIVITÉ ET ÉGALITÉ DES CHANCES ÉCONOMIQUES - (N° 2765)

Tombé

AMENDEMENT

N ° SPE198

présenté par

M. Bricout, Mme Le Loch, M. Caultet, M. Belot, Mme Berger, M. Blein, Mme Bourguignon, M. Bridey, Mme Capdevielle, M. Caresche, M. Chanteguet, M. Clément, Mme Françoise Dumas, Mme Erhel, Mme Errante, M. Gille, M. Grellier, Mme Laclais, M. Laurent, M. Le Bouillonnet, Mme Le Dain, M. Dominique Lefebvre, M. Arnaud Leroy, Mme Linkenheld, Mme Pinville, Mme Pochon et Mme Rabin

ARTICLE 10 B

Après l'alinéa 1, insérer les deux alinéas suivants :

« 1° A Avant la dernière phrase du premier alinéa du I de l'article L. 441-7 du code de commerce, sont insérées deux phrase ainsi rédigées :

« Le plan d'affaires fait partie intégrante de la convention. Il reprend les engagements réciproques, les leviers de développement, ainsi que les objectifs que les parties se sont fixés tels qu'ils sont définis par la commission d'examen des pratiques commerciales. ». »

EXPOSÉ SOMMAIRE

La loi de modernisation de l'économie du 4 août 2008 a eu notamment pour objet de libéraliser la négociation. L'esprit du législateur était de faire évoluer la relation contractuelle vers la notion de plan d'affaires, partie intégrante du contrat retraçant le plan de développement, les différents leviers et éléments de différenciation conduisant à une relation commerciale dans laquelle les engagements d'une partie trouvent leur équilibre dans les engagements consentis par l'autre.

L'application par les opérateurs de la loi de modernisation de l'économie montre que le contrat s'est vidé de sa substance, et se contente parfois de se borner au seul prix de vente des produits. Le sujet est d'autant plus d'importance au regard des négociations menées dans le cadre des alliances entre distributeurs, qui se traduisent par une massification des achats et une détérioration des contreparties, les enseignes se focalisant sur le seul prix d'achat qu'elles vont pouvoir obtenir sans proposer de contreparties véritables ou proportionnées aux réductions de prix.

Il convient de rappeler quel était l'esprit de la loi en ajoutant l'obligation de faire figurer, dans une annexe, le plan d'affaires, qui reprend l'ensemble des éléments constructifs de la relation commerciale, ce qui correspond à une pratique des distributeurs, qui pour certains d'entre eux encore insèrent de telles annexes dans les contrats, mais qui tend à disparaître.

Le plan d'affaires est également un moyen de contrôler la matérialité de la négociation, en partant des conditions générales de ventes pour aboutir au prix convenu entre les parties. La définition du contenu, par nature évolutif, de cette notion, relève de la compétence de la Commission d'examen des pratiques commerciales, la plus à même de déterminer les éléments du plan d'affaires.

La définition du contenu, par nature évolutif, de cette notion, relève de la compétence de la Commission d'examen des pratiques commerciales, la plus à même de déterminer les éléments du plan d'affaires.