

**ASSEMBLÉE NATIONALE**

23 janvier 2015

## LA CROISSANCE ET L'ACTIVITÉ - (N° 2498)

Commission	
Gouvernement	

Rejeté

**AMENDEMENT**

N ° 1954

présenté par

Mme Allain, Mme Abeille, M. Alauzet, Mme Attard, Mme Auroi, M. Baupin, Mme Bonneton, M. Cavard, M. Coronado, M. de Rugy, Mme Duflot, M. François-Michel Lambert, M. Mamère, Mme Massonneau, M. Molac, Mme Pompili, M. Roumegas et Mme Sas

-----

**ARTICLE 10**

Supprimer cet article.

**EXPOSÉ SOMMAIRE**

Cet amendement vise à supprimer l'article 10 qui donne de nouvelles compétences à l'autorité de la concurrence afin de faciliter la construction ou l'agrandissement de projets de grande distribution. Cette suppression est justifiée à trois titres. D'une part, les nouveaux pouvoirs conférés à l'autorité de la concurrence affaiblissent les règles d'urbanisme existantes, fruits de longues discussions au sein du Parlement, notamment dans le cadre des lois ALUR et d'avenir de l'agriculture, l'alimentation, et la forêt.

D'autre part la saisine de l'Autorité de la concurrence pour les projets d'implantation de grands magasins aura pour effet de faire primer les enjeux économiques et de concurrence sur les enjeux de protection des terres, incitant au bétonnage des meilleures terres arables, notamment en périphérie des villes, alors que l'objectif du gouvernement réitéré lors de la dernière conférence environnementale, est de viser « zéro artificialisation nette des sols ». Cela revient à faire primer les choix économiques sur les considérations environnementales et sociales.

Enfin, si l'objectif de l'article est de redonner du pouvoir d'achat aux consommateurs, la méthode d'introduire plus de concurrence entre les enseignes n'est pas la bonne. En effet, cela ne sera pas suffisant pour éviter les ententes entre enseignes, puisque le problème se situe au niveau des centrales d'achat. Par ailleurs, l'effet destructeur de la guerre des prix est connu tant pour les producteurs, qui voient leurs revenus comprimés, que pour les commerces en ville, qui disparaissent.

Les consommateurs plébiscitent les circuits courts et de proximité, la relocalisation de la production, le made in France, la relation avec le producteur ou de le commerçant. C'est donc dans le sens de réappropriation du commerce de centre ville que les efforts doivent être concentrés, pour structurer les filières, développer les énergies et rendre accessibles et disponibles ces produits auprès des français, dans une relation de proximité.