



ASSEMBLÉE NATIONALE

11ème législature

magasins discount

Question écrite n° 50410

Texte de la question

M. Francis Hillmeyer attire l'attention de Mme la secrétaire d'Etat aux petites et moyennes entreprises, au commerce, à l'artisanat et à la consommation sur l'importante augmentation des implantations de magasins pratiquant le hard discount. En l'espace d'un an, ces implantations dans l'Hexagone ont augmenté de 30 %. Ces magasins de petite surface et à prix très bas représentent une concurrence très forte pour le commerce traditionnel. De par le concept même du hard discount (pas d'achalandage ou de mise en rayons - vente à partir du conditionnement d'origine du fournisseur - aménagement des locaux très sommaire, etc.), ce type de commerce ne génère guère d'emplois. Ce secteur commercial réalise au plan national environ 25 milliards de francs de chiffre d'affaires et utilise deux fois moins de personnel que le commerce traditionnel pour atteindre cet objectif. Le hard discount est incontestablement à l'origine de la disparition d'un grand nombre de commerces traditionnels et de la perte des emplois qui en découle. Certes, ce type de ventes à bas prix répond à un besoin, essentiellement pour les personnes à faibles revenus. Néanmoins, il lui semble qu'il conviendrait d'en limiter la prolifération excessive, à l'instar de ce qui existe pour le quota des grandes surfaces, afin de garantir la pérennité du commerce traditionnel. En conséquence, il lui demande de bien vouloir lui faire connaître les mesures qu'elle envisage de prendre en ce sens.

Texte de la réponse

La loi du 5 juillet 1996 relative au développement et à la promotion du commerce et de l'artisanat soumet à autorisation préalable d'exploitation commerciale la création de tout magasin de commerce de détail d'une surface de vente supérieure à 300 mètres carrés, résultant, soit d'une construction nouvelle, soit de la transformation d'un immeuble existant. La création d'un supermarché de type hard discount n'échappe pas à cette législation, d'autant que la taille moyenne de ces magasins s'élève à près de 700 mètres carrés. La législation soumettant par ailleurs également à autorisation le changement de secteur d'activité d'un magasin de plus de 300 mètres carrés lorsque l'activité nouvelle est à dominante alimentaire, la reprise d'un magasin de plus de 300 mètres carrés par une enseigne pratiquant le hard discount alimentaire ne peut se réaliser sans nouvelle autorisation d'exploitation commerciale que si le magasin existant pratique également le commerce alimentaire.

Données clés

Auteur : [M. Francis Hillmeyer](#)

Circonscription : Haut-Rhin (6^e circonscription) - Union pour la démocratie française-Alliance

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 50410

Rubrique : Commerce et artisanat

Ministère interrogé : PME, commerce et artisanat

Ministère attributaire : PME, commerce, artisanat et consommation

Date(s) clé(e)s

Question publiée le : 4 septembre 2000, page 5122

Réponse publiée le : 8 janvier 2001, page 205