



ASSEMBLÉE NATIONALE

12ème législature

grande distribution

Question écrite n° 45120

Texte de la question

M. Yvan Lachaud attire l'attention M. le ministre d'État, ministre de l'économie, des finances et de l'industrie sur les inquiétudes des artisans et commerçants de détail suite à son annonce d'une série de mesures visant à soutenir l'activité économique et la consommation. Après l'ouverture de la publicité télévisée aux grandes enseignes et la libéralisation des règles promotionnelles en matière de crédit gratuit, il semble en effet que soient envisagés un assouplissement de la réglementation en vigueur concernant l'ouverture dominicale des magasins et une révision des dispositions de la loi n° 96-588 du 1er juillet 1996, dite loi Galland, dans le sens d'une régularisation de la pratique des marges arrière. De telles mesures sont de nature à remettre gravement en cause l'équilibre fragile établi entre les différentes formes de commerce que sont la grande distribution, d'une part, et l'artisanat et le commerce de proximité, d'autre part. Ces derniers, par la nature même de leur activité en termes de qualité des produits vendus et de services apportés au client, ne sont pas en mesure de bénéficier des conditions tarifaires imposées par les grandes surfaces et leurs fournisseurs ni de supporter les risques concurrentiels que représente l'ouverture des magasins le dimanche. Il lui demande de bien vouloir lui préciser ses intentions sur ces points, en tenant compte de la contribution que représente un million d'entreprises de l'artisanat et du commerce indépendant à l'aménagement du territoire et à la préservation du lien social dans les communes et les quartiers.

Texte de la réponse

La loi du 1er juillet 1996 a permis de mettre fin aux pratiques de revente à perte préjudiciables à l'ensemble de l'économie et de préserver un équilibre entre les différentes formes de commerce. Toutefois, depuis l'entrée en vigueur de ce texte, on a pu assister à une dérive des marges arrière qui a entraîné un processus inflationniste défavorable au consommateur. Afin d'analyser cette situation, des travaux ont été menés tant par la mission d'experts présidée par M. Canivet, Premier Président de la Cour de Cassation, que par le groupe de travail présidé par M. Chatel, député, auquel ont été associées toutes les organisations professionnelles représentatives et notamment la confédération générale de l'alimentation en détail. En outre, une mission d'information de la Commission des affaires économiques, de l'environnement et du territoire de l'Assemblée nationale, présidée par M. Chatel, a mené un travail important dont un rapport d'étape, présenté le 16 février 2005, a été dûment pris en compte par le Gouvernement. Le Gouvernement, soucieux d'assurer la transparence dans les relations commerciales, a déposé un projet de loi relatif aux petites et moyennes entreprises (PME) dont un des volets modifie le code de commerce sur la base des diverses réflexions menées sur les relations entre fournisseurs et distributeurs. Dans le cadre du Contrat France 2005, dont un des axes majeurs vise à la lutte contre la vie chère, les mesures qui sont proposées dans ce cadre doivent permettre à la concurrence de s'exercer dans un cadre plus équilibré, avec le souci de préserver les différentes formes de commerce et l'emploi. Par ailleurs, d'autres mesures ont déjà été prises en faveur du commerce de proximité : d'une part, la loi du 9 août 2004 a permis l'exonération totale des plus-values en cas de mutation à titre onéreux de fonds de commerce ; d'autre part, les crédits du FISAC ont été accrus de 42 %. Le marché relatif à la campagne de communication sur le commerce de proximité est en cours d'attribution tandis que les professionnels du secteur procèdent actuellement à la

sélection des opérations qui bénéficieront des crédits supplémentaires ainsi dégagés. De surcroît, le projet de loi comporte de nombreuses propositions qui répondent aux attentes du commerce de proximité. Ces mesures sont en outre confortées par la définition d'une politique nationale de soutien et de développement du commerce de proximité. La campagne de communication, qui est en cours, pour mieux faire connaître ce métier s'inscrit également dans cet esprit.

Données clés

Auteur : [M. Yvan Lachaud](#)

Circonscription : Gard (1^{re} circonscription) - Union pour la Démocratie Française

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 45120

Rubrique : Commerce et artisanat

Ministère interrogé : économie

Ministère attributaire : économie

Date(s) clé(s)

Question publiée le : 3 août 2004, page 5934

Réponse publiée le : 21 juin 2005, page 6284