



ASSEMBLÉE NATIONALE

13ème législature

petit commerce

Question écrite n° 11383

Texte de la question

M. Jacques Péliissard appelle l'attention de M. le secrétaire d'État chargé de la consommation et du tourisme sur l'instauration d'un dispositif de promotion du commerce de proximité, le projet de loi pour le développement de la concurrence au service des consommateurs récemment adopté en conseil des ministres provoque l'inquiétude des commerçants et artisans commerçants de proximité, qui craignent de voir le fragile équilibre résultant des lois Galland et Raffarin, notamment, remis en cause au bénéfice de la grande distribution et au détriment des commerces de proximité. Ce projet comprend toutefois des éléments qui peuvent paraître favorables non seulement, le cas échéant, au pouvoir d'achat mais aussi et surtout à la transparence des négociations commerciales. Il semble toutefois que si des aspects positifs peuvent être attendus de ce projet, qui de surcroît ne constitue qu'une étape, la situation des commerces de proximité pourrait être durablement et fortement affectée par la remise en cause des dispositifs existants. Ces commerces, qui contribuent certes fortement à l'emploi et à la vitalité du monde rural, constituent aussi dans un système concurrentiel des acteurs indispensables au libre choix des consommateurs. Or, alors que depuis quelques mois les grands distributeurs ont accès à la publicité télévisuelle, par la taille et la forme même de leur activité les commerçants et artisans commerçants de proximité ne peuvent prétendre aux mêmes moyens de communication. C'est pourquoi il souhaiterait qu'il examine, parallèlement au projet de loi évoqué et conformément au 8° de l'accord « pour une baisse durable des prix » du 17 juin 2004, la création d'une communication pérenne en faveur de la promotion du commerce de proximité, qui pourrait s'inspirer du FNPCA.

Texte de la réponse

Le commerce de proximité occupe une place éminente dans l'économie locale tant urbaine que rurale. Les consommateurs y sont particulièrement attachés car il crée du lien social et favorise les échanges au sein des espaces territoriaux. Actuellement, les commerçants de proximité se trouvent confrontés aux évolutions technologiques qui affectent l'ensemble des relations commerciales, la multiplicité des moyens de communication et de publicité permettant d'atteindre une clientèle plus diffuse et située sur un territoire de plus en plus large voire même international. Afin d'accompagner le commerce de proximité et de l'aider à relever ces nouveaux défis, le Gouvernement met actuellement en oeuvre un plan de développement présenté en juin 2008 dont les objectifs sont de trois ordres : améliorer la connaissance du commerce de proximité pour en identifier les bonnes pratiques et les diffuser au plan local et national, réformer les outils de soutien aux projets innovants, fédérateurs et porteurs de croissance pour le commerce de proximité, valoriser le commerce de proximité. Quatre appels à projets nationaux vont être lancés sur les thèmes suivants : commerce et nouvelles technologies de l'information, commerces et services connexes, commerce et environnement et commerce et accessibilité. L'ensemble de ces opérations s'inscrit dans une volonté de développement économique du commerce de proximité tant en centre-ville qu'en milieu rural. Parallèlement, la loi n° 2008-76 du 4 août 2008 de modernisation de l'économie a permis l'adoption de mesures importantes en faveur du commerce de proximité entrées en vigueur le 31 décembre 2008 suite à la parution des textes réglementaires d'application. Ainsi, les modalités d'intervention du fonds d'intervention pour les services, l'artisanat et le commerce ont été élargies

notamment par la majoration des taux de financement pour les opérations prioritaires. Enfin, un conseil stratégique et une commission d'orientation du commerce de proximité, qui émettront des avis et des recommandations relatifs aux politiques publiques de soutien en faveur des activités relevant de ce secteur, ont été créés. L'ensemble de ces mesures contribue à favoriser le développement des activités commerciales et artisanales de proximité sur l'ensemble du territoire national.

Données clés

Auteur : [M. Jacques Pélissard](#)

Circonscription : Jura (1^{re} circonscription) - Union pour un Mouvement Populaire

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 11383

Rubrique : Commerce et artisanat

Ministère interrogé : Consommation et tourisme

Ministère attributaire : Économie, industrie et emploi

Date(s) clé(s)

Question publiée le : 27 novembre 2007, page 7382

Réponse publiée le : 12 mai 2009, page 4573