



ASSEMBLÉE NATIONALE

13ème législature

grande distribution

Question écrite n° 23099

Texte de la question

M. Philippe Vuilque appelle l'attention de Mme la ministre de l'économie, de l'industrie et de l'emploi sur la hausse des prix dans la grande distribution. Après avoir longtemps prétendu que l'inflation était une "vue de l'esprit", et la baisse du pouvoir d'achat une "perte de repère" des consommateurs suite au passage à l'euro, les travaux récents du ministère de l'économie, de l'industrie et de l'emploi confirment enfin l'impact significatif de l'inflation récente sur le portefeuille des ménages. Aujourd'hui, les industriels et enseignes de la grande distribution tentent d'expliquer que la hausse du coût des matières premières justifie à elle seule les nouvelles augmentations récemment dénoncées, disproportionnées et injustifiables pour la plupart au regard de l'évolution des prix des matières premières, dont il faut raisonnablement relativiser les répercussions sur les produits finis. Les prix de la grande distribution ne sont donc pas le résultat de la confrontation entre l'offre et la demande. Deux solutions pragmatiques peuvent rapidement protéger le consommateur contre ces abus constatés. D'abord, un affichage relatif à l'évolution des prix permettrait au consommateur d'effectuer un choix éclairé au moment de l'achat plutôt que de constater à la sortie la hausse du prix de son caddie. Ensuite, il demande s'il ne serait pas opportun de modifier la réglementation de l'urbanisme commercial, afin que soit favorisée l'entrée de nouveaux acteurs de la distribution en France pour en finir avec une situation où six grands groupes de la distribution se partagent le marché au détriment de l'intérêt des consommateurs. Faut-il rappeler aux grandes enseignes que les prix en France sont entre 5 et 30 % plus chers que chez nos voisins européens ? Il souhaiterait connaître l'avis du Gouvernement à ce sujet.

Texte de la réponse

La réforme des règles d'équipement commercial initiée par le Gouvernement repose sur le constat d'échec des législations successives dans ce domaine. Comme l'ont montré les débats au Parlement, ces législations n'ont pas conduit à un bon équilibre concurrentiel ni préservé la diversité du commerce. Elles n'ont pas non plus enrayer l'érosion du petit commerce, qui n'a pas été significativement ralenti par rapport à nos voisins européens. Mais elles ont freiné l'arrivée de nouveaux magasins, permettant ainsi à certains groupes de distribution de consolider leurs positions de marché. Enfin, les règles applicables étaient, en large partie, considérées par la Commission européenne comme étant en infraction par rapport aux règles européennes. L'article 102 de la loi de modernisation de l'économie (LME) n° 2008-776 du 4 août 2008 a instauré, sur proposition du Gouvernement, une réforme en profondeur du dispositif d'autorisation préalable des implantations et extensions de grandes surfaces commerciales. Il a rénové la composition des commissions départementales, allégé la procédure par un relèvement à 1 000 m² du seuil d'autorisation (les maires des communes de moins de 20 000 habitants pouvant cependant saisir la commission départementale d'aménagement commercial pour les projets de 300 à 1 000 m²), et consacré de nouveaux critères susceptibles de mieux prendre en compte l'insertion des magasins dans leur environnement. Par ailleurs, l'autorité de la concurrence a été dotée du pouvoir de prononcer des injonctions structurelles à l'encontre des enseignes de distribution en cas d'abus de position dominante réitéré. L'article 96 de la LME a ramené l'actuel seuil de droit commun de contrôle des concentrations de 50 millions d'euros de chiffre d'affaires hors taxes réalisé en France à 15 millions d'euros pour

les concentrations dans le secteur du commerce de détail. Enfin, une mission d'expertise a été confiée au député Jean-Paul Charié, rapporteur de la LME à l'Assemblée nationale, afin d'examiner les voies envisageables pour une plus grande convergence de l'urbanisme commercial et de l'urbanisme de droit commun. Toutes ces mesures sont de nature à renforcer la concurrence entre enseignes et dynamiser de la sorte le commerce de détail. Elles doivent conduire à un renforcement du pouvoir d'achat du consommateur par une baisse des prix. S'agissant enfin de l'information du consommateur sur les prix, une réflexion est en cours pour en améliorer la qualité. Cette réflexion se situe dans le prolongement du rapport du groupe de travail « Mécanismes de réduction de prix » lancé en début d'année dernière. Cette démarche a paru préférable à celle consistant à afficher les hausses de prix, très complexe à mettre en oeuvre, coûteuse pour le commerçant et en termes de contrôle, pour un intérêt discutable dès lors qu'elle conduirait le consommateur à ne plus porter d'appréciation sur le niveau des prix alors que c'est de la mise en concurrence des distributeurs qu'il peut attendre des effets favorables sur son pouvoir d'achat.

Données clés

Auteur : [M. Philippe Vuilque](#)

Circonscription : Ardennes (2^e circonscription) - Socialiste, radical, citoyen et divers gauche

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 23099

Rubrique : Commerce et artisanat

Ministère interrogé : Économie, industrie et emploi

Ministère attributaire : Économie, industrie et emploi

Date(s) clé(s)

Question publiée le : 20 mai 2008, page 4124

Réponse publiée le : 5 mai 2009, page 4275