



ASSEMBLÉE NATIONALE

13ème législature

magasins discount

Question écrite n° 48518

Texte de la question

M. Éric Raoult attire l'attention de M. le secrétaire d'État chargé du commerce, de l'artisanat, des petites et moyennes entreprises, du tourisme et des services sur l'implantation des marques allemandes « *low cost* » Aldi et Lidl dans la région Île-de-France. En effet, ces deux marques mènent une politique d'implantation très offensive, voire agressive dans certaines communes, ce qui suscite parfois des réactions hostiles des associations de commerçants inquiets de la concurrence des produits bon marché qui y sont vendus. Ces deux marques semblent vouloir saturer le marché par une présence systématique dans les bassins de population importants, notamment en Seine-Saint-Denis. Cette tendance doit être constatée dans d'autres régions très urbanisées de notre pays. Il conviendrait de savoir si ce constat peut s'observer sur l'ensemble du territoire national. Il lui demande donc de lui indiquer s'il compte faire procéder par les services spécialisés de la concurrence et des prix et des surfaces commerciales à une enquête pour vérifier si ces informations sont fondées.

Texte de la réponse

La loi de modernisation de l'économie (LME) n° 2008-776 du 4 août 2008 a notamment instauré une réforme du dispositif d'autorisation préalable des implantations et extensions de grandes surfaces commerciales. Cette réforme a été conduite dans le double objectif de préserver l'équilibre de la concurrence dans le secteur de la distribution et de maintenir la diversité du commerce sous toutes ses formes. Dans son article 102, la LME prévoit un ensemble de mesures destinées à garantir une concurrence équitable entre les enseignes de la distribution de manière à favoriser l'implantation de nouveaux entrants, dans les zones de chalandise fortement concentrées et permettre ainsi un renforcement du pouvoir d'achat du consommateur par une baisse des prix. Ainsi, l'allègement de la procédure d'autorisation préalable d'implantation a pu, du fait du relèvement à 1 000 mètres carrés du seuil d'autorisation favoriser l'implantation de nouveaux magasins dans les zones urbanisées, ce qui a l'avantage d'élargir l'offre aux consommateurs qui peuvent choisir entre le petit commerce offrant une prestation de qualité ou la grande distribution et les discounteurs caractérisés par un mode de distribution plus minimaliste. Ce relèvement du seuil à 1 000 mètres carrés n'interdit pas cependant aux maires des communes de moins de 20 000 habitants de saisir la commission départementale d'aménagement commercial pour les commerces de détail d'une surface de vente comprise entre 300 et 1 000 mètres carrés afin qu'elle statue sur la conformité de chaque projet aux critères d'autorisation. En outre, la LME a prévu un dispositif destiné à prévenir les abus de positions dominantes locales. L'autorité de la concurrence a en effet été dotée du pouvoir de prononcer des injonctions structurelles à l'encontre des enseignes de distribution en cas d'abus réitéré. Dans ces circonstances, le maire dispose dorénavant du pouvoir de saisir cette instance. En tout état de cause, la direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes conserve un pouvoir d'enquête et pourra dans ce cadre rechercher d'éventuels indices de pratiques anticoncurrentielles susceptibles d'être transmis à l'autorité de la concurrence.

Données clés

Auteur : [M. Éric Raoult](#)

Circonscription : Seine-Saint-Denis (12^e circonscription) - Union pour un Mouvement Populaire

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 48518

Rubrique : Commerce et artisanat

Ministère interrogé : Commerce, artisanat, petites et moyennes entreprises, tourisme et services

Ministère attributaire : Commerce, artisanat, petites et moyennes entreprises, tourisme et services

Date(s) clé(e)s

Question publiée le : 12 mai 2009, page 4440

Réponse publiée le : 30 juin 2009, page 6450