ASSEMBLÉE NATIONALE

13ème législature

soldes

Question écrite n° 98240

Texte de la question

M. Christophe Sirugue interroge M. le secrétaire d'État auprès de la ministre de l'économie, des finances et de l'industrie, chargé du commerce, de l'artisanat, des petites et moyennes entreprises, du tourisme, des services, des professions libérales et de la consommation, sur le dispositif des soldes flottants. La multiplication des périodes de soldes, au-delà de la crise économique, a créé de vraies difficultés pour les commerçants indépendants qui n'ont pas les mêmes marges et volumes que les grandes chaînes de distributions et ne peuvent suivre cette logique de concurrence permanente et de compétition sans fin. De nombreuses unions commerciales ont fait le constat que les soldes flottants, les promotions en tout genre, déroutent le consommateur qui ne connaît plus le juste prix des produits. L'objectif de 2008, d'instaurer des périodes de soldes flottants, n'a pas été atteint. Ils ont semé la confusion parmi les consommateurs sans améliorer pour autant le chiffre d'affaires des commerçants. Les deux périodes de soldes réglementés doivent rester une exception. Aussi lui demande-t-il d'abandonner tout projet de multiplication des périodes de soldes.

Texte de la réponse

Les dispositions de l'article 98 de la loi de modernisation de l'économie du 4 août 2008, qui ont créé les soldes flottants à compter du 1er janvier 2009, étaient issues des propositions émises par un groupe de travail rassemblant notamment des organisations professionnelles et des associations de consommateurs. Le 14 septembre 2010, une table ronde avec l'ensemble des organisations professionnelles représentatives du commerce et des associations des consommateurs s'est réunie sur les soldes. Cette rencontre a permis à chaque participant d'exposer notamment sa position sur la pratique des soldes flottants. Compte tenu des différents avis exprimés (maintien des soldes flottants, encadrement des dates ou suppression des soldes flottants), une mission a été confiée conjointement à l'Institut français de la mode et au Centre de recherche pour l'étude et l'observation des conditions de vie (CREDOC) pour faire un bilan du dispositif des soldes flottants. Prenant acte des recommandations des rapporteurs Yvon Merljere, directeur général du centre de recherche pour l'étude et l'observation des conditions de vie (CREDOC) et Dominique Jacomet, directrice de l'Institut français de la mode (IFM), qui ont remis le lundi 6 décembre 2010 leur rapport sur le fonctionnement des soldes flottants, le Gouvernement a décidé de poursuivre pour l'année 2011, l'application des soldes flottants tels que prévus par la loi de modernisation de l'économie pour deux raisons essentielles. Tout d'abord, 71 % des consommateurs, selon l'enquête menée auprès des consommateurs par l'IFM en octobre 2010, soutiennent ce mécanisme de soldes flottants. En cette période de sortie de crise, les soldes apparaissent désormais pour les consommateurs plus comme une nécessité budgétaire (56 %) que comme une fête consumériste et le maintien des soldes flottants est apparu dès lors comme une mesure nécessaire de défense du pouvoir achat des Français. de plus, comme le montre le rapport, les soldes flottants, loin de déstabiliser les circuits commerciaux habituels, ont permis de dégager, depuis leur mise en oeuvre, un chiffre d'affaires de près de 100 MEUR dans le secteur de l'habillement. 120 MEUR en y ajoutant les promotions. En conséquence, après moins de deux ans d'entrée en vigueur du nouveau dispositif de soldes flottants prévu par la loi de modernisation de l'économie, leur maintien apparaît une décision tout à fait équilibrée. Parallèlement à cette

décision, le secrétaire d'État chargé du commerce, de l'artisanat, des petites et moyennes entreprises, du tourisme, des services, des professions libérales et de la consommation a demandé aux rapporteurs d'approfondir leur réflexion sur l'encadrement des soldes et promotions sur Internet. En effet, le rapport a souligné l'importance considérable d'Internet durant les promotions. Au total, dans le secteur de l'habillement, 55 % des ventes sur Internet sont des soldes et promotions, contre un tiers dans l'ensemble du secteur. Si ces nouvelles pratiques de consommation sont source de vitalité pour notre économie, il apparaît important de déterminer les mesures qui permettront de les réguler et d'éviter tout abus qui viserait à tromper le consommateur, ou toute pratique déloyale qui menacerait les commerçants. Les conclusions du groupe de travail seront remises à la fin du premier trimestre 2011.

Données clés

Auteur : M. Christophe Sirugue
Circonscription : Saône-et-Loire (5e circonscription) - Socialiste, radical, citoyen et divers gauche
Type de question : Question écrite
Numéro de la question : 98240
Rubrique : Commerce et artisanat
Ministère interrogé : Commerce, artisanat, PME, tourisme, services et consommation
Ministère attributaire : Commerce, artisanat, PME, tourisme, services et consommation

Date(s) clée(s)

Question publiée le : 25 janvier 2011, page 611
Réponse publiée le : 8 mars 2011, page 2250