



ASSEMBLÉE NATIONALE

14ème législature

grande distribution

Question écrite n° 85683

Texte de la question

M. Julien Aubert appelle l'attention de M. le ministre de l'économie, de l'industrie et du numérique sur la politique des prix des centrales d'achat. En effet, actuellement, aucune disposition légale ne définit de politique de prix uniforme au sein des centrales d'achat. Le plus souvent, la responsabilité de fixer les prix de vente est déléguée au niveau de chaque magasin, qui est censé les fixer en fonction de la concurrence locale. Or il s'avère bien évidemment impossible pour une petite structure de concurrencer les géants de l'industrie en termes de prix de ventes. Les petites et moyennes entreprises doivent donc mettre en avant d'autres atouts concurrentiels pour susciter l'intérêt des centrales d'achat. Aussi, il lui demande si le Gouvernement entend obliger les centrales d'achat à mettre en place un système de contrôle des prix afin que les PME ne souffrent plus injustement de la concurrence énorme des grands distributeurs, et ainsi bénéficier des mêmes avantages lorsqu'elles se fournissent auprès d'une même centrale d'achat que la grande distribution.

Texte de la réponse

Dans le secteur de la grande distribution, de nombreuses enseignes font appel à des centrales d'achats qui négocient leurs tarifs auprès des fournisseurs de produits et les revendent par la suite à ces distributeurs à un prix inférieur à celui qu'ils auraient obtenu s'ils avaient dû négocier leur approvisionnement en direct auprès de chaque fournisseur. La concurrence entre les groupes de distribution s'exerce au niveau de marchés locaux, appelés zones de chalandise. Il existe trois types de zones de chalandise selon le format de magasin : en premier lieu, les hypermarchés qui ne peuvent être concurrencés que par d'autres hypermarchés, distants de moins d'une trentaine de minutes en voiture, en deuxième lieu, les supermarchés qui subissent la concurrence des autres supermarchés, mais aussi des hypermarchés et des opérateurs de maxi-discount, situés à moins de 15 minutes en voiture et enfin le commerce de proximité représenté par quelques commerces de centre-ville de moins de 1000 m² qui ne subissent que la concurrence d'autres commerces semblables (avis de l'Autorité de la concurrence 10-A-26 du 7 décembre 2010 relatif aux contrats d'affiliation de magasins indépendants et les modalités d'acquisition de foncier commercial dans le secteur de la distribution alimentaire). Les petites et moyennes entreprises font partie de cette dernière catégorie et sont en concurrence avec d'autres commerces de proximité franchisés qui bénéficieraient de tarifs négociés dans le cadre de leur approvisionnement. La proposition consistant à mettre en place un système de contrôle des prix par les centrales d'achat afin de permettre à tous les distributeurs de bénéficier des mêmes avantages tarifaires ne doit pas déroger au principe de liberté des prix prévu par l'article L. 410-2 du code de commerce qui dispose que sauf dans les cas où la loi en dispose autrement, les prix des biens, produits et services sont librement déterminés par le jeu de la concurrence. En outre, les petits distributeurs peuvent mettre en avant d'autres atouts concurrentiels auprès de leur clientèle pour se différencier autrement que par le prix, cela peut passer par une qualité de service accrue et une meilleure connaissance des besoins du consommateur.

Données clés

Auteur : [M. Julien Aubert](#)

Circonscription : Vaucluse (5^e circonscription) - Les Républicains

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 85683

Rubrique : Commerce et artisanat

Ministère interrogé : Économie, industrie et numérique

Ministère attributaire : Commerce, artisanat, consommation et économie sociale et solidaire

Date(s) clé(e)s

Question publiée au JO le : [28 juillet 2015](#), page 5688

Réponse publiée au JO le : [18 octobre 2016](#), page 8579