ASSEMBLÉE NATIONALE

9 mars 2019

CROISSANCE ET TRANSFORMATION DES ENTREPRISES - (N° 1761)

Commission	
Gouvernement	

Non soutenu

AMENDEMENT

N ° 270

présenté par

M. Emmanuel Maquet, M. Reiss et M. Minot

ARTICLE 8

Rédiger ainsi cet article :

« Le code de commerce est ainsi modifié :

« 1° L'article L. 310-3 est abrogé ;

« 2° Les 3° et 4° de l'article L. 310-5 sont abrogés ;

« 3° Le 7° de l'article L. 442-4 est abrogé ». »

EXPOSÉ SOMMAIRE

Promotions, remises immédiates, ventes flash, ventes privées, pré-soldes, déstockages, magasins d'usine... face à tous ces dispositifs promotionnels qui ont envahi le paysage commercial, notamment sur Internet où ils sont permanents, les soldes ont progressivement perdu à la fois leur singularité et leur pertinence. Apparus au XIX^{ème} siècle, les soldes étaient alors conçus comme un moyen de limiter le gâchis des invendus. Les pertes liées aux démarques étaient compensées par les gains d'une fréquentation et d'un déstockage massifs, le consommateur y trouvant également son compte. Le succès de ces opérations fut immédiat et n'a cessé de croître, jusqu'à s'imposer aujourd'hui comme un rituel attendu avec impatience par nos concitoyens, qui y voient l'occasion d'allier l'utile à l'agréable en faisant de bonnes affaires.

Mais les commerçants ont-ils vraiment besoin de la loi pour organiser cet événement ? En effet, la seule chose qui différencie les soldes des autres opérations promotionnelles, c'est l'autorisation de revendre à perte. Or, la revente à perte lors des soldes reste rare. Il n'y a donc plus vraiment de raison que l'État s'en mêle, d'autant plus que la puissance publique, lorsqu'elle s'occupe d'économie, produit surtout des distorsions du marché. En décrétant la consommation à bas prix

pendant quelques semaines, l'État incite en réalité les marques à proposer des vêtements plus chers le reste de l'année. De même, les consommateurs sont incités à concentrer leurs achats sur ces périodes. Une large part de l'industrie s'est d'ailleurs structurée autour de ce rendez-vous biannuel à l'occasion duquel elle réalise 40 % de son chiffre d'affaires. Ne pourrait-on pas imaginer une stabilité de la consommation et des prix tout au long de l'année ?

Par ailleurs, l'éphémérité des collections est devenu un modèle économique pour les marques dominantes, engagées dans une accélération sans précédent du renouvellement de leurs lignes. Les vêtements ultra-périssables, de mauvaise qualité et fabriqués dans des conditions incontrôlées sont devenus la norme, le consommateur étant forcé de participer à cette mascarade puisque la loi en fait le seul moment où les prix semblent un peu plus justes. Pire, certaines enseignes n'hésiteraient pas à produire des vêtements de moindre qualité seulement pendant les soldes, de manière à conserver leur marge. Dans ce contexte, un climat de défiance s'installe, de nombreux français s'interrogeant sur la réalité des prix. Les soldes ne font qu'entretenir ce climat, incitant les entreprises à produire des vêtements toujours moins durables, destinés à l'achat compulsif.

Pour toutes ces raisons, le présent amendement vise à extraire l'État de l'organisation des soldes, afin de redonner au commerce sa liberté et sa stabilité. Chaque commerçant pourrait ainsi pratiquer ses soldes de manière libre et responsable, à sa convenance, soit individuellement, soit collectivement. La libéralisation des soldes présenterait plusieurs avantages :

- Elle redonnerait aux commerçants leur liberté et leur responsabilité de gérer leur stratégie promotionnelle comme ils l'entendent ;
- Elle clarifierait le signal-prix de chaque enseigne et de l'industrie textile en général ;
- Elle permettrait une souplesse totale pour l'innovation commerciale, comme le Black Friday venu des États-Unis ;
- Enfin, elle reporterait la baisse des prix de manière durable sur l'ensemble de l'année, et non plus concentrée de manière obligatoire sur quelques semaines.