

ASSEMBLÉE NATIONALE

19 décembre 2022

SÉCURISER L'APPROVISIONNEMENT EN PRODUITS DE GRANDE CONSOMMATION -
(N° 575)

Non soutenu

AMENDEMENT

N ° CE2

présenté par
M. Cinieri et M. Taite

ARTICLE ADDITIONNEL**APRÈS L'ARTICLE 4, insérer l'article suivant:**

Le I de l'article L. 462-10 du code de commerce est ainsi modifié :

1° Au premier alinéa, le mot : « quatre » est remplacé par le mot : « deux » ;

2° Après le même premier alinéa, il est inséré un alinéa ainsi rédigé :

« Les entreprises ou les groupes de personnes physiques ou morales visés au premier alinéa du présent I communiquent à l'ensemble des fournisseurs concernés les critères objectifs et non discriminatoires retenus aux fins de leur sélection en tenant compte de l'impact que peuvent avoir leurs rapprochements sur les modes de négociation et, potentiellement, sur la situation concurrentielle de l'ensemble des fournisseurs sur les marchés concernés. Ces informations sont communiquées au moins quatre mois avant le 1^{er} mars de chaque année. »

EXPOSÉ SOMMAIRE

L'avis n° 15-A-06 du 31 mars 2015 relatif au rapprochement des centrales d'achat et de référencement dans le secteur de la grande distribution contenait déjà, au titre des recommandations formulées par l'Autorité, une recommandation visant au recours à des critères objectifs et non discriminatoires permettant de déterminer les entreprises fournisseurs de produits de grande consommation incluses dans le périmètre des alliances à l'achat. Dans ses recommandations consécutives au bilan des négociations 2022, le médiateur des relations commerciales agricoles constatait que « le déroulement des médiations a fait apparaître des préoccupations sur le périmètre d'intervention des deux centrales communes, Envergure et Auxo. (...) Il est donc recommandé pour 2023 de fixer ce périmètre en se fondant sur des critères objectifs qui devraient être rendus publics avant le dépôt des conditions générales de vente ».

Le bilan des alliances à l'achat qui se font et se défont depuis 2014 au gré d'intérêts et de logiques parfois assez déconcertants montre que la liste des entreprises qui sont concernées par le périmètre

de ces alliances présente des incohérences catégorielles ; certaines entreprises, pourtant de tailles comparables, figurent ou ne figurent pas dans la liste, sans explication ni rationnel, ce qui crée un désavantage concurrentiel pour celles qui sont incluses, les négociations avec les alliances étant techniquement plus longues et leurs résultats plus difficiles à mettre en œuvre dans les enseignes qui en sont membres.

La communication des critères de sélection doit donc devenir publique et être communiquée aux intéressées dans un temps suffisamment long par rapport à la date butoir des négociations commerciales.