

**ASSEMBLÉE NATIONALE**

5 octobre 2023

---

MESURES D'URGENCE POUR ADAPTER LES DISPOSITIONS DU CODE DE COMMERCE  
RELATIVES AUX NÉGOCIATIONS COMMERCIALES DANS LA GRANDE DISTRIBUTION  
- (N° 1690)

Commission	
Gouvernement	

Non soutenu

**AMENDEMENT**

N° 34

présenté par

M. Guy Bricout, M. Jean-Louis Bricout, M. Morel-À-L'Huissier et M. Mathiasin

-----

**ARTICLE UNIQUE**

À l'alinéa 1, après le mot :

« consommation »,

insérer les mots :

« et dont au moins 50 % du chiffre d'affaires est assuré par la vente de denrées alimentaires ».

**EXPOSÉ SOMMAIRE**

Dans sa rédaction actuelle, l'article unique de ce projet de loi vise tous les distributeurs de produits de grande consommation, sans différenciation des acteurs à dominante alimentaire, c'est-à-dire dont au moins 50% du chiffre d'affaires est assuré par la vente de denrées alimentaires, et les surfaces de vente spécialisées. Il vise ainsi tant les hypermarchés ou supermarchés que les magasins spécialisés de toutes tailles qui vendent des produits non-alimentaires mais qui sont des produits de grande consommation, comme les parapharmacies, les parfumeries ou encore les salons de coiffure.

Or, l'intention du gouvernement de viser les grandes surfaces à dominante alimentaire dans ce projet de loi est clairement indiquée dans l'intitulé du texte, son exposé des motifs et son étude d'impact. L'intitulé du projet de loi lui-même vise les négociations commerciales avec la « grande distribution », une expression qui désigne couramment les enseignes d'hypermarchés et supermarchés. L'exposé des motifs reprend le terme « grande distribution alimentaire ». De même,

l'étude d'impact reprend des études basées exclusivement sur le chiffre d'affaires de la grande distribution à dominante alimentaire et sur les taux de marge de l'industrie agro-alimentaire.

Il est à l'évidence peu souhaitable d'appliquer un dispositif conçu pour ces grandes enseignes à dominante alimentaire à des commerces spécialisés, souvent de petite taille, qui négocient avec des fournisseurs non-alimentaires totalement différents de ceux visés par le projet de loi. La distribution non-alimentaire spécialisée n'est pas concentrée comme la grande distribution : il s'agit d'une multitude de parapharmacies, de parfumeries ou de salons de coiffure, le plus souvent indépendants, qui ne peuvent mobiliser dans l'urgence leurs commerciaux pour s'inscrire dans un calendrier national avancé. Par ailleurs certaines de ces activités ont une forte saisonnalité sur la période de Noël (parfum / maquillage notamment) ce qui amène fournisseurs et distributeurs à négocier surtout après la mi-janvier, une fois que les chiffres de l'année précédente sont portés à la connaissance des deux parties.