



ASSEMBLÉE NATIONALE

10ème législature

Emploi et activite

Question écrite n° 17027

Texte de la question

M. Jean-Claude Lenoir appelle l'attention de M. le ministre de l'industrie, des postes et telecommunications et du commerce exterieur sur la situation particulierement critique dans laquelle se trouvent de nombreux commerces relevant du secteur de l'equipement de la personne, et notamment ceux qui vendent des produits francais de qualite. Ces commerces subissent de plein fouet la diminution du pouvoir d'achat qui conduit les menages a limiter leurs depenses et a privilegier les achats effectues dans les grandes ou moyennes surfaces. En effet, la grande distribution privilegie les produits de qualite mediocre, qui presentent l'avantage d'etre tres bon marche mais qui sont generalement importes, le plus souvent d'ailleurs a l'insu des consommateurs. Cette situation conduit les professionnels a demander le retablissement de l'etiquetage d'origine des produits ainsi qu'un abaissement des quotas d'importation et un renforcement des droits de douane appliques aux produits provenant de pays exterieurs a l'Union europeenne.

Texte de la réponse

La consommation d'articles textiles est en declin depuis plusieurs annees, si on la mesure en valeur : de 1985 a 1993, les depenses ont accuse un repli de 0,5 p. 100 par an en francs constants (c'est-a-dire inflation deduite). Ce recul a ete particulierement accentue en 1993 (- 3,5 p. 100 en francs constants). Par contre, les ventes des distributeurs ont progresse en nombre de pieces (+ 2,7 p. 100 par an dans la meme periode) : cela signifie que les prix des articles achetes par les consommateurs ont diminue. Ce phenomene de baisse des prix reels a des causes multiples : Il resulte d'abord de la modification du comportement des consommateurs ; ceux-ci preferent souvent acheter des petites pieces combinables plutot que de grosses pieces d'habillement onereuses. En outre, ils attendent les soldes et les promotions et n'acceptent plus de payer cher pour avoir une marque prestigieuse. Ce changement de comportement a ete accelere par le ralentissement sensible de la progression du pouvoir d'achat des menages ces dernieres annees (+ 1 p. 100 seulement en 1993) et par les inquietudes que suscitait la montee du chomage. Parallelement, les structures de distribution ont evolue : les ventes realisees par les hypermarches, les grandes surfaces specialisees et les chaines specialisees operant sur un creneau de prix moyen-bas et caracterisees par une actualisation permanente s'accroissent. Enfin, il est incontestable que la part des articles importes en provenance des pays a bas cout de main-d'oeuvre s'est accrue, dans le cadre de ce que l'on a appele la « delocalisation » de la production. Face a cette situation, la solution ne reside pas dans l'adoption de mesures protectionnistes, telles qu'une augmentation des droits de douane ou un abaissement des quotas d'importation de produits etrangers. La France a fait depuis longtemps un choix inverse, en s'engageant resolutement dans la construction europeenne et, plus recemment, en ratifiant l'accord de Marrakech, qui a mis un point final a la longue negociation du GATT. Cet accord prévoit, en particulier, un demantelement - etale sur dix ans pour etre supportable - du systeme des quotas d'importation textiles fondees sur l'accord multifibres. En contrepartie, la France a demande et obtenu que soient plus efficacement proteges les droits de propriete intellectuelle contre les contrefacons et que soit mise en place l'organisation mondiale du commerce, qui devra veiller au respect par tous des regles de clarte et de loyauté dans les echanges internationaux. La demande de retablissement du marquage obligatoire de l'origine ne fait pas l'unanimité parmi les professionnels. L'obligation de marquage de l'origine pour les produits textiles et d'habillement instituee par le decret no 79-750 du 29 aout 1979 a ete abrogee par le decret no 86-985 du 21

En août 1986, sous la pression de la Commission européenne, qui, à la suite d'un arrêt de la Cour de justice des Communautés européennes, estimait que cette obligation était contraire aux articles 30 à 36 du traité de Rome, mais cette abrogation correspondait également aux vœux d'une partie des professionnels concernés. Mais, s'il n'y a plus obligation de marquage de l'origine, rien n'interdit à titre volontariste de marquer l'origine et donc d'apposer une étiquette « made in France » sur les produits qui sont fabriqués en France, conformément aux dispositions de la réglementation douanière et de la réglementation sur les fraudes. Il apparaît exclu, dans le cadre actuel du marché unique européen, de rendre à nouveau obligatoire le marquage de l'origine sous la forme (« made in France ») adoptée en 1979. On ne pourrait envisager qu'un marquage communautaire (« made in E.I. ») d'une part, ou/et « made in... » (nom du pays tiers) d'autre part. En effet, les principes du marché unique s'opposent à une différenciation par État membre. Le principe d'un marquage obligatoire au niveau européen sera très difficile à faire admettre à certains de nos partenaires, alors qu'il nécessiterait l'adoption d'un règlement communautaire à la majorité qualifiée. De plus, ce point ne rallie pas l'unanimité des industriels. La solution aux problèmes évoqués par l'honorable parlementaire réside, en partie, dans la reprise de la consommation des ménages : celle-ci devrait être stimulée par la forte augmentation de l'allocation de rentrée, versée aux familles de revenus modestes (qui est passée de 411 francs à 1 500 francs pour un enfant), et par la campagne relancée actuellement sur le thème « nos étiquettes sont nos emplois ». Cette campagne entend, en informant les consommateurs sur le caractère français de la production des articles étiquetés « nos étiquettes sont nos emplois » sur fond tricolore, les sensibiliser à la qualité de ces produits et à l'intérêt de leur achat en matière de relance conjuguée de la consommation et de l'emploi sur l'ensemble du territoire national et notamment dans les zones rurales. Une autre voie à explorer est celle du dialogue entre producteurs et distributeurs, afin de mettre un terme à la course aux prix les plus bas et d'orienter le consommateur vers des produits de qualité. Enfin, il est certain que les industriels français devront continuer leurs efforts dans les domaines de la productivité, de la réactivité et de la qualité afin de répondre au mieux à l'évolution des goûts des consommateurs.

Données clés

Auteur : [M. Lenoir Jean-Claude](#)

Circonscription : - UDF

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 17027

Rubrique : Textile et habillement

Ministère interrogé : industrie, postes et télécommunications et commerce extérieur

Ministère attributaire : industrie, postes et télécommunications et commerce extérieur

Date(s) clé(s)

Question publiée le : 25 juillet 1994, page 3737

Réponse publiée le : 17 octobre 1994, page 5181