



# ASSEMBLÉE NATIONALE

11ème législature

## petit commerce

Question écrite n° 10869

### Texte de la question

M. Jean-Claude Lefort attire l'attention de Mme le secrétaire d'Etat aux petites et moyennes entreprises, au commerce et à l'artisanat sur la situation d'inégale concurrence qui prévaut entre les grandes surfaces commerciales et les commerces de proximité. A cet égard, pour s'en tenir à ces points, deux faits méritent d'être signalés afin d'être modifiés. Tout d'abord celui qui, compte tenu des prix d'achat réduits dont bénéficient les grandes surfaces, aboutit à pénaliser gravement le petit commerce en détournant d'eux une clientèle importante. En second lieu il faut mentionner les taux de TVA qui sont inégaux appliqués aux produits de consommation. Selon que l'on s'appelle McDonald's ou pas des taux différents sont appliqués qui pénalisent encore et toujours les petits commerces. Il lui demande quelles mesures elle entend prendre afin de remédier à cette distorsion, à cette concurrence déloyale qui se fait au détriment des petits commerces, lesquels, outre l'emploi et la prise de responsabilité et d'initiative de leurs propriétaires ou gérants, participent directement à une vie sociale par trop déchirée par ailleurs.

### Texte de la réponse

L'ordonnance n° 86-1243 du 1er décembre 1986 modifiée vise à lutter contre les prix prédateurs qui sont susceptibles de désorganiser les marchés et de constituer une concurrence déloyale. Le dispositif existant en matière de revente à perte et de prix abusivement bas est en ce sens. En effet, en application de l'article 32 de l'ordonnance, le fait pour tout commerçant de revendre ou d'annoncer la revente d'un produit en l'état, à un prix inférieur à son prix d'achat effectif, est passible d'une amende d'un montant maximum de 500 000 francs. La prohibition des pratiques de prix de ventes abusivement bas lorsque ces pratiques ont des but anticoncurrentiels (art. 10-1 de l'ordonnance n° 86-1243 du 1er décembre 1986 modifiée) complète ce dispositif en amont. Toutefois, la liberté des prix, qui reste un facteur essentiel de concurrence et de dynamisme de l'économie, ne doit pas être remise en cause dans son principe. Le commerce traditionnel conserve des moyens efficaces pour affronter la concurrence : services et proximité par exemple. S'agissant du taux de TVA applicable aux produits de consommation, il résulte de la nature de l'opération considérée, et non du statut du redevable de la taxe. Ainsi, les ventes de produits alimentaires relèvent-elles du taux réduit de 5,5 %, à l'exception des boissons alcooliques, de la confiserie, des margarines et graisses végétales, de certains chocolats et produits composés de chocolat, du caviar et des ventes à consommer sur place. Ces dernières, qu'elles soient réalisées par des établissements de restauration rapide ou non, constituent en effet des prestations de services passibles du taux normal de TVA de 20,6 %, quel que soit le taux des produits sur lesquels elles portent. Toutefois, les établissements qui effectuent à la fois des ventes à emporter et des ventes à consommer sur place peuvent les soumettre aux taux correspondants, à condition d'être en mesure d'apporter la preuve de la réalité de ces ventes ainsi que de leur montant.

### Données clés

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

**Circonscription :** Val-de-Marne (10<sup>e</sup> circonscription) - Communiste

**Type de question :** Question écrite

**Numéro de la question :** 10869

**Rubrique :** Commerce et artisanat

**Ministère interrogé :** PME, commerce et artisanat

**Ministère attributaire :** PME, commerce et artisanat

Date(s) clé(e)s

**Question publiée le :** 2 mars 1998, page 1155

**Réponse publiée le :** 29 juin 1998, page 3654