



ASSEMBLÉE NATIONALE

12ème législature

grande distribution

Question écrite n° 106561

Texte de la question

Alors que la loi du 2 août 2005 avait notamment pour but de favoriser la baisse des prix des produits de grande consommation et de rendre plus transparente la négociation commerciale, M. Dino Cinieri demande à M. le ministre des petites et moyennes entreprises, du commerce, de l'artisanat et des professions libérales de bien vouloir lui faire connaître l'évolution du niveau d'inflation des produits de marque entre l'année 2003 et juin 2006.

Texte de la réponse

Durant les dix années d'application de la loi Galland, d'importantes dérives telles que le déplacement progressif de la négociation commerciale vers l'arrière, l'inflation atypique des produits de grandes marques, la poursuite du repli du commerce de proximité, ou encore l'explosion du hard-discount ont pu être constatées. Aussi, avec la loi n° 2005-882 du 2 août 2005 en faveur des petites et moyennes entreprises et la circulaire du 8 décembre 2005 portant modernisation des relations commerciales, le Gouvernement a-t-il souhaité mettre fin à de telles dérives à partir de trois lignes directrices : 1. Conforter la place des conditions générales de vente, établies par le fournisseur, dans la négociation commerciale. Le fournisseur, surtout lorsqu'il s'agit d'une PME, doit retrouver la maîtrise de ce qui constitue le socle de la négociation commerciale. 2. Donner en contrepartie au distributeur plus de liberté dans la formation du prix de revente au consommateur. 3. Mettre un frein à certaines pratiques abusives dont les PME sont souvent les premières victimes (dérive des marges arrière, contraintes de gamme abusives, pénalités et retours de marchandises injustifiés). Le tableau de bord d'évolution des prix des produits de grande consommation, établi par l'institut Panel International, montre que la réforme atteint ses objectifs. L'inflation des produits de marques est en baisse accélérée, passant d'un rythme de + 0,88 % par an en janvier 2006 à - 0,37 % en juin 2006, - 0,53 % en juillet 2006, et - 0,83 % en août 2006, soit une baisse de 1,71 point d'inflation en 8 mois seulement. Par comparaison l'inflation annuelle des prix des produits de marques était de + 4 % par an en mai 2003, soit une baisse de près de cinq points en trois ans. Pour la première fois depuis l'entrée en vigueur de la loi Galland en 1997, les produits de marques sont, depuis avril 2006, moins inflationnistes que la moyenne des produits de grande consommation, et depuis juillet 2006, moins inflationnistes que les produits de hard-discount et les produits de marques de distributeurs. L'objectif de la réforme de la loi Galland était précisément de restituer aux consommateurs une partie des marges arrière accumulées depuis dix ans, en particulier sur les produits de grandes marques. Parallèlement, l'emploi dans le secteur de la grande distribution, qui avait stagné en 2005, est reparti à la hausse en 2006 (+ 1,52 %), la part de marché des PME dans le chiffre d'affaires des grandes et moyennes surfaces a augmenté de 2,5 % en un an, et la croissance de la consommation en produits manufacturés atteint près de 6 % en rythme annuel, soit la plus forte croissance depuis plus de six ans.

Données clés

Auteur : [M. Dino Cinieri](#)

Circonscription : Loire (4^e circonscription) - Union pour un Mouvement Populaire

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 106561

Rubrique : Commerce et artisanat

Ministère interrogé : PME, commerce, artisanat et professions libérales

Ministère attributaire : PME, commerce, artisanat et professions libérales

Date(s) clé(e)s

Question publiée le : 10 octobre 2006, page 10526

Réponse publiée le : 21 novembre 2006, page 12254