



ASSEMBLÉE NATIONALE

13ème législature

petit commerce

Question écrite n° 15291

Texte de la question

M. Francis Saint-Léger attire l'attention de M. le secrétaire d'État chargé de la consommation et du tourisme sur le petit commerce de centre ville. Il désire connaître ses intentions afin de conforter ce type de commerce.

Texte de la réponse

La loi du 2 août 2005 en faveur des petites et moyennes entreprises (PME), dont l'un des volets a modifié les dispositions du livre IV du code de commerce relatives aux relations commerciales avait pour objet de lutter contre la vie chère et d'améliorer substantiellement le pouvoir d'achat des consommateurs. En vertu de ce texte, le mode de calcul du seuil de revente à perte a été modifié, permettant de faire bénéficier les consommateurs d'une partie des marges arrière réalisées par les distributeurs. Cette réforme a atteint son objectif de modération de l'évolution des prix. Les effets sur les prix des grandes marques de la grande distribution ont été réels, avec une baisse de 3,2 % entre mars 2006 et mars 2007. Un autre objectif de la réforme était de permettre aux commerçants de pratiquer les prix les mieux adaptés à leur propre stratégie commerciale et à l'intensité de la concurrence sur leur zone de chalandise. Dans l'ensemble, la différenciation des prix entre enseignes, manifestation d'une concurrence qui s'exprime à nouveau pleinement, s'est accentuée, ce qui a profité au consommateur comme au commerce en général. Les effets positifs de cette réforme démontrent qu'une plus grande concurrence et une plus grande liberté de négociation entre les partenaires de la relation commerciale est de nature à bénéficier à l'ensemble de l'économie et à favoriser la poursuite de ce mouvement d'amélioration du pouvoir d'achat des consommateurs. C'est pourquoi le Gouvernement a engagé rapidement la deuxième étape de réforme du cadre législatif des relations entre fournisseurs et distributeurs, qui a d'ores et déjà abouti au vote de la loi n° 2008-3 du 3 janvier 2008 pour le développement de la concurrence au service des consommateurs. En instaurant le « trois fois net », cette loi permet aux distributeurs de répercuter l'ensemble des marges arrière dans la détermination du prix de revente aux consommateurs. Cette réforme sera poursuivie et approfondie en 2008, à partir notamment des propositions qui viennent d'être rendues par la commission pour la libération de la croissance française et des travaux de la mission confiée à Mme Hagelsteen, ancienne présidente du conseil de la concurrence : celle-ci examine les conditions d'une plus grande négociabilité des conditions de vente entre fournisseurs et distributeurs tout en évaluant l'impact de ces propositions sur les filières économiques. Le Gouvernement est conscient que l'adoption d'une telle mesure nécessite en contrepartie que soient instaurés des dispositifs d'accompagnement en direction du petit commerce et des PME et en vue d'éviter que se renforce à cette occasion un déséquilibre dans les relations commerciales au profit des distributeurs les plus puissants. Un débat va être instauré sur les conclusions de ce rapport et sur ses préconisations. Une concertation a été lancée afin de recueillir l'avis des opérateurs et leurs propositions sur les mesures d'accompagnement qu'ils jugent les plus adaptées. Cette consultation est en cours, mais il en ressort d'ores et déjà un consensus sur le fait que les abus commis aux dépens des opérateurs les plus faibles devront continuer à être poursuivis et sanctionnés. Il faut rappeler en outre que les pouvoirs publics s'attachent à fournir aux petits commerçants tous les moyens propres à développer leurs activités pour répondre corrélativement aux attentes des consommateurs. Le Fonds d'intervention pour les services, l'artisanat et le commerce (FISAC)

constitue à cet égard l'instrument privilégié de l'État pour la réalisation de cette politique. Il vise en priorité à préserver ou à développer un tissu d'entreprises de proximité, principalement de très petites entreprises (chiffre d'affaires annuel hors taxes n'excédant pas 0,8 million d'euros). Depuis 2007, un effort financier particulier a été consenti pour accroître les taux d'intervention au niveau tant des aides collectives que des aides individuelles. Le FISAC offre donc actuellement de larges possibilités pour permettre de préserver ou de développer le commerce de proximité. Il reste bien entendu que cet outil, qui a apporté de bons résultats, peut toujours faire l'objet d'améliorations. Les réflexions actuelles sur la réforme de l'équipement commercial ne manqueront pas de prendre également en compte cette question du soutien aux commerçants et artisans de centre-ville et donneront lieu à une large concertation avec l'ensemble des professionnels concernés. Enfin, le renforcement de mesures sur l'abus de puissance d'achat ou de position dominante est également examiné.

Données clés

Auteur : [M. Francis Saint-Léger](#)

Circonscription : Lozère (1^{re} circonscription) - Union pour un Mouvement Populaire

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 15291

Rubrique : Commerce et artisanat

Ministère interrogé : Consommation et tourisme

Ministère attributaire : Industrie et consommation

Date(s) clé(s)

Question publiée le : 29 janvier 2008, page 660

Réponse publiée le : 6 mai 2008, page 3842