



# ASSEMBLÉE NATIONALE

## 13ème législature

### grande distribution

Question écrite n° 18046

#### Texte de la question

M. Jacques Desallangre rappelle à Mme la ministre de l'économie, des finances et de l'emploi l'enquête de l'association UFC-Que choisir concernant les prix pratiqués dans la grande distribution. Selon cette dernière, après de fortes hausses durant quatre années dues au passage à l'euro, si les prix accusent seulement une progression de 0,2 % entre septembre 2004 et septembre 2005, ce constat est en contradiction avec les intentions politiques et les annonces des grandes enseignes. Les accords Sarkozy en 2004 devaient entraîner une baisse de 5 %, puis de 2 % des prix. Or ces promesses se sont traduites par une baisse officielle de 1,57 %. Depuis, les annonces commerciales se sont multipliées qui devaient, en principe, promouvoir la continuité de la baisse du prix du panier de la ménagère. Il n'en est rien. Ces prétendues fortes baisses s'inscrivent dans une hausse d'environ 1,56 % en moyenne. Il est toutefois à souligner que les supermarchés ont démontré leurs efforts et les prix sont demeurés stables avec - 0,1 %. Il a été admis par un dirigeant de grande enseigne que la hausse moyenne de tarifs des industriels est de l'ordre de 4 à 6 % mais que les « produits star » de chaque grande marque concéderont une augmentation à deux chiffres. Il en est ainsi pour certains probiotiques (Actimel, par exemple) avec 20 % de hausse et pour certains produits du rayon petit déjeuner, environ 15 %. Cette orientation est confirmée par un autre dirigeant, qui annonce que 40 % des achats de son enseigne subiraient une augmentation de 2 à 4 % qui s'ajouteraient à des hausses sporadiques de l'ordre de 7 % sur certains produits de consommation courante... Depuis le 1er janvier, la loi Galland, modifiée par la circulaire Dutreil, est appliquée avec, pour ambition d'ici à 2007, une baisse de 5 % des prix des produits de grande consommation, qui représentent un marché de 170 milliards d'euros, avec un recul concomitant des marges bénéficiaires d'environ 1 à 3 % pour la grande distribution. Le président des centres Leclerc sollicite même la suppression des marges arrière. Or ne sont-ce pas les centres Leclerc qui sont condamnés à payer une amende de 23 millions d'euros pour abus sur les marges arrière, qui n'ont d'ailleurs pas été réclamés par les industriels concernés par crainte d'être radiés des références desdits magasins, comme cela est supposé. Fort de ce constat, il lui demande les perspectives de son action ministérielle afin que les consommateurs puissent effectivement et durablement bénéficier de la baisse prévue par la circulaire Dutreil tout en garantissant la pérennité des 30 000 PME qui se retrouvent en perpétuelle situation de négociation avec les impitoyables acheteurs de la grande distribution.

#### Texte de la réponse

Différents indicateurs d'évolutions de prix, qui fournissent notamment une distinction par catégorie de marques, ont permis de mettre en évidence certaines baisses de prix au cours des dernières années, en particulier sur les produits de marques de fabricants. Par exemple, l'indicateur « LSA - Nielsen » montrait en mai 2007 une baisse des prix des produits de grandes marques nationales de l'ordre de 3,2 % sur un an. De son côté, l'observatoire ECR-IRI a pu faire état d'une diminution moyenne de prix de 2,3 % entre juin 2004 et juin 2007 pour les produits de marques de fabricants. Il est cependant exact que les hausses importantes des cours des matières premières agricoles enregistrées durant l'année 2007 ont précédé des augmentations de prix des produits de grande consommation, particulièrement sensibles fin 2007-début 2008. Pour faire face à ces fortes

augmentations, le Gouvernement a souhaité réformer en profondeur les règles en matière de relations commerciales pour apporter plus de concurrence au bénéfice des consommateurs. Cette réforme s'est faite en deux étapes. La première étape a consisté à apporter davantage de marges de manoeuvre aux distributeurs pour fixer les prix de revente aux consommateurs. Dans le cadre de la loi du 3 janvier 2008 pour le développement de la concurrence au service des consommateurs, ils peuvent faire bénéficier les consommateurs de l'ensemble des « marges arrière ». Mais il fallait également apporter une réponse définitive au système absurde des « marges arrière », qui ne permettait pas de faire baisser les prix des produits de fond de rayon, et plus généralement à une réglementation structurellement inflationniste. C'est l'objet de la seconde étape de réforme introduite dans la loi de modernisation de l'économie du 4 août 2008. Les négociations entre fournisseurs et distributeurs viennent de s'achever le 1er mars dernier. Dans le cadre de ces négociations, qui vont conditionner les prix de l'année 2009, l'immense majorité des acteurs ont joué pleinement le jeu, en remontant à l'avant les « fausses » marges arrière et en mettant en place des conditions de commercialisation des produits mutuellement profitables. Luc Chatel a reçu successivement les représentants des fournisseurs et des distributeurs afin de s'assurer que le repli des cours des matières premières bénéficie bien aux consommateurs, notamment sur les produits de première nécessité. Dans ce cadre, les distributeurs ont pris deux engagements le 16 mars dernier : d'une part, la répercussion intégrale de toutes les baisses de tarifs obtenues dans les négociations commerciales avec les fournisseurs et, d'autre part, une baisse des prix en moyenne sur l'ensemble des produits alimentaires sous marques de distributeurs. Les prix des produits de grande consommation sont désormais en baisse. Cette baisse de prix - en moyenne - est constatée depuis quelques mois par l'Observatoire des prix et des marges à partir de 300 000 relevés de prix. De même, le niveau des prix des produits de grandes marques en France a baissé en comparaison des autres pays de la zone euro : alors que la France était à un indice 98 en juin 2007, elle est désormais à l'indice 94 en novembre 2008 (étude Nielsen). Le Gouvernement reste très attentif à la question du niveau des prix des produits de grande consommation. Il poursuit son action destinée à améliorer l'exercice de la concurrence au bénéfice des consommateurs. Cela passe maintenant par la facilitation de la comparaison des prix. C'est pourquoi le secrétaire d'État chargé de l'industrie et de la consommation a demandé aux distributeurs de rétablir le libre accès à leurs magasins pour les relevés de prix. C'est en comparant et en exerçant leur choix que les consommateurs pourront peser sur la formation des prix.

## Données clés

**Auteur :** [M. Jacques Desallangre](#)

**Circonscription :** Aisne (4<sup>e</sup> circonscription) - Gauche démocrate et républicaine

**Type de question :** Question écrite

**Numéro de la question :** 18046

**Rubrique :** Commerce et artisanat

**Ministère interrogé :** Économie, finances et emploi

**Ministère attributaire :** Économie, industrie et emploi

## Date(s) clé(s)

**Date de signalement :** Question signalée au Gouvernement le 7 avril 2009

**Question publiée le :** 4 mars 2008, page 1739

**Réponse publiée le :** 14 avril 2009, page 3568