

INTERVENTION de Madame Geneviève PEERRIN-GAILLARD

25 novembre 2004-11-24

Proposition de résolution (n 1871) tendant à la création d'une commission d'enquête visant à analyser le niveau et le mode de formation des marges et des prix dans le secteur de la grande distribution, et les conséquences de l'évolution des prix sur le pouvoir d'achat des ménages.

Madame, monsieur,

Au début de l'année, l'enseigne Leclerc a lancé une grande campagne d'affichage relative à l'évolution réelle des prix. Son message publicitaire était frappant : l'indice INSEE est réducteur et la vérité de l'inflation est bien plus grave que ce que l'on admet habituellement.

Il nous faut constater aujourd'hui que le message n'a cessé depuis d'avoir des répercussions sur le monde de la distribution et pour nous tous, élus qui devons nous intéresser à la vie quotidienne de nos concitoyens. Et le sujet est d'importance ! Si nous comptabilisons l'ensemble des questions posées par les députés sur la question des marges arrière depuis le début de la présente législature, nous en comptabilisons 136.

136 fois des députés ont saisi le Gouvernement de cette question. N'est-ce pas là le signe d'un problème important qu'il nous faut étudier avec tous les moyens que peut nous offrir le règlement de notre assemblée.

Depuis quelques années en effet, nous entendons tous autour de nous, dans nos circonscriptions que les prix ont subi une envolée immodérée, que cette envolée grève de plus en plus le pouvoir d'achat qui ne cesserait de diminuer. Le talent publicitaire d'une grande enseigne a été

de s'emparer de ce mal être pour faire avancer ses idées que seule la concurrence libre serait bénéfique aux consommateurs.

Quelle est la demande claire derrière cette campagne ?

Elle est sans ambiguïté : il faut revenir sur la loi Galland, il faut revenir sur la loi Raffarin. La première interdit la revente à perte et définit des seuils en deçà desquels un produit ne peut être vendu. La seconde a comme objectif de limiter la croissance des surfaces de vente pour permettre en réalité la survie des petits commerces. Il faut savoir être gré aux auteurs de ces deux lois de 1996 et dire qu'elles ont permis de limiter la concentration des points de vente sur notre territoire. Le Bureau International du Travail l'admet aussi, elles ont permis de préserver nombre de petits commerces et, par-là même sans doute de l'emploi. Cela est vrai, pourquoi ne pas le dire.

Ce sont ces outils de régulation qui ont servi de monnaie d'échange dans l'accord du 17 juin dernier, la fédération du commerce de Distribution l'admet elle-même : contre un assouplissement de la réglementation, il a été admis une baisse qui, sur le papier, devait atteindre « 2% en moyenne sur les produits de marque des grands industriels ». Le résultat aujourd'hui constaté est bien maigre.

Contre cet assouplissement des loi Galland et Raffarin, nous avons tous reçu les courriers de l'UPA, ou encore de l'union des commerces de centre ville, inquiets des répercussions qui pourraient être désastreuses de telles réformes. Vous en être tellement conscients que le ministère a mis en place cette semaine un groupe de travail dédié à la réflexion sur ce sujet et que M. Jacob a dit son désaccord avec les conclusions de M. Sarkozy après la remise du rapport Canivet.

En fait, nous le savons tous, ce n'est pas l'Etat qui doit faire le prix. Le prix doit être fixé au plus juste des intérêts des producteurs, des distributeurs et des consommateurs. Or, aujourd'hui, nous sommes encore une fois tous d'accord là-dessus, le consommateur est la partie oubliée, j'allais dire sacrifiée, de la fabrication du prix. Avec la loi sur les nouvelles régulations économiques, le gouvernement Jospin avait mis en place des mécanismes de régulation des prix et des pratiques commerciales. Il serait intéressant de savoir où en est l'application du texte.

Le consommateur est oublié à double titre. Il est sacrifié lorsqu'il passe à la caisse puisque, le ministère de l'économie l'a indiqué lui-même, les prix ont progressé parfois de 22% depuis 3 ans. Il est sacrifié aussi en tant qu'employé de la production, puisque la politique toujours plus forte de compression des coûts salariaux interdit une évolution réelle du niveau des salaires qui suivrait l'évolution des prix.

L'évolution des prix, voilà bien un sujet qui mérite que l'on s'y arrête quelques temps dans notre enceinte, que nous utilisions, encore une fois, tous les moyens d'investigation que nous donne notre règlement. Quelle est-elle cette évolution ? Est-ce celle annoncée trimestriellement voir mensuellement par l'INSEE ? Est-ce celle perçue par tous nos concitoyens ? Je viens de le dire, nos concitoyens ne cessent de nous dire leur incompréhension devant des chiffres qu'il jugent erronés. De fait, l'UFC Que Choisir nous a expliqué que l'indice réel montrerait une augmentation des prix 3 à 4 fois plus rapide.

Pourquoi cette différence ? Tout simplement parce que les produits pris en compte sont différents. Or, la réalité de la consommation est très

évolutive. Lorsque nous allons faire les courses avec nos enfants, il est fréquent que nous cédions à l'attrait de la nouveauté. Cette nouveauté, très souvent plus chère, implique une augmentation du prix de notre chariot global. Elle n'est pas prise en compte, il s'agit de ce que les spécialistes nomment l'inflation cachée. Les changements de conditionnement des produits font partie de cette inflation cachée. Cela, nous devons le mesurer. Notre commission d'enquête pourrait étudier la réalité de ce phénomène.

La question des prix est donc essentielle, mes collègues reviendront sur cette question. Mais la question des relations entre producteurs et distributeurs est aussi fondamentale.

Qu'entendons-nous lorsque nous discutons avec les dirigeants des PME ou les exploitants agricoles que nous rencontrons chaque semaine dans nos circonscriptions ? Nous entendons la souffrance issue de relations déséquilibrées. En droit français, le contrat est libre et éclairé. La théorie de la liberté contractuelle est une notion essentielle dans notre pensée. Mais c'est une notion fragile lorsqu'elle est confrontée à la réalité des besoins de survie des entreprises pressées par des distributeurs toujours plus exigeants. Je ne peux que citer ici les paroles de notre collègue UMP Jean-Paul Charié qui, en commission, nous a expliqué la semaine dernière « que les cinq grandes centrales d'achat abusaient de leur position dominante dans leurs relations avec leurs fournisseurs, en contraignant certains d'entre eux, notamment les PME et les agriculteurs, à vendre à perte. Il a évoqué plusieurs de ces pratiques commerciales, comme les sommes excessives exigées, les pénalités de livraison, les services gratuits, et

l'indifférence absolue des grandes centrales aux conséquences de ces méthodes.

Il a attiré l'attention sur la gravité de la situation des PME étranglées, des agriculteurs obligés de vendre en deçà de leur seuil de rentabilité, et dénoncé les consignes inhumaines reçues par les acheteurs des centrales. Il s'est également élevé contre les marques premiers prix et les marques de distributeurs, dont les effets sont néfastes à terme pour les producteurs. »

Devant ce constat lucide, partagé par tous et dont le groupe socialiste ne cesse de dire qu'il justifie que notre Assemblée se donne tous les moyens d'examen dont elle dispose, nous ne comprenons pas pourquoi la majorité se contente d'une mission d'information. L'UDF aussi avait déposé une demande de Commission d'enquête. Son opportunité a été rejetée par M. Luc-marie Chatel, qui estime les instruments de la mission d'information suffisants, la transformation d'un groupe d'étude suffisant. Non cela n'est pas suffisant. Cela n'est pas suffisant pour aller au fond des examens des contrats que l'on ne nous montrera pas en dehors du secret que peut conférer aux personnes auditionnées la commission d'enquête.

Ce secret de l'examen des conditions dans lesquelles se pratique les relations commerciales mérite que nos querelles se taisent quelques moments sur un sujet qui intéresse tous nos concitoyens, toutes nos PME et tous nos Agriculteurs. Où est l'inopportunité de cette commission ?

M. Chatel qui est un bon connaisseur de ces questions ne peut-il reconnaître que nous suivons tous là le même objectif, revenir à la vérité des prix en moralisant des pratiques immorales et destructrices pour notre tissu commercial et pour nos PME.

