

LOI DE MODERNISATION DE L'ECONOMIE

Au 1 Juillet 2009 :
**Abrogation des lois Royer et dérivées,
plus de CDEC.**

D'ici là:
Loyauté des pratiques commerciales

avec mesures d'équité :
**pour le commerce centre ville et
les petites entreprises.**

J.P. CHARIE
Député
rapporteur de la LME

1 : Depuis 1973, nous échouons !

La France n'a pas entravé le développement des grandes surfaces, ni la disparition des petits commerces de centre ville. Nous avons l'un des plus forts taux de m² de grande surface par habitant.

Nous n'avons jamais réussi à réguler la qualité des relations commerciales entre fournisseur et grandes surfaces à dominante alimentaire. Cela comprend également l'électroménager et la droguerie. Les dérives se sont étendues à d'autres secteurs.

Après la disproportion des Rabais Ristournes et Remises, ce furent les dérives des coopérations commerciales (marges arrière), puis celles des pénalités, retours de commande etc... Les délais de paiement n'ont jamais diminué et sont, en France, une des sources de la faiblesse de nos entreprises.

Le nombre de nos industries a été divisé par plus de 10 dans l'agro-alimentaire, pourtant une de nos forces reconnues comme telles dans le monde entier.

Les prix rémunérateurs des agriculteurs ont diminué de 50 % quand les mêmes prix augmentaient de 30 % dans les rayons.

D'autres secteurs industriels de l'électroménager, du jouet, de la droguerie... ont, en grande partie, disparu quand pourtant, chez nos voisins, ils se maintenaient.

Si au moins les prix consommateurs étaient justes ou plus bas qu'ailleurs ! Mais ils sont, en France, supérieurs à ceux de nos voisins.

Les dernières réformes de la loi «Galland» devaient faire baisser les prix de 5 %, et supprimer les marges arrière. La hausse des prix a effectivement diminué. Une diminution de la hausse ne fait pas une baisse.

Des prix de grande marque ont diminué, pas tous. De nombreux produits, ceux les plus attaqués, et donc ceux les plus visibles par les consommateurs, restent bloqués, par «le système». Les fournisseurs ne peuvent risquer une guerre des prix sur leur produit de référence car ce serait leur perte. Ils trouvent donc des artifices pour aligner les prix consommateurs chez tous les revendeurs.

Quant aux marges arrière, elles ont continué d'augmenter.

Hier, il était de bon ton de crier haro contre les petits commerçants. Aujourd'hui, ils ont disparu et la France est devenue plus chère qu'ailleurs.

Chez les commerçants traditionnels toujours en vie, par exemple, pour les fruits et légumes, leurs prix sont moins chers que dans les grandes surfaces avec des qualités souvent supérieures. Notons la reprise du petit commerce depuis la loi «Galland», car l'interdiction par le SRP ne permet plus des différences qui faisaient passer les petits commerçants pour des «voleurs»

Hier, je dénonçais les illusions, les mimétismes, les fausses certitudes, la guerre des publicités et des mensonges. Aujourd'hui, plus personne d'honnête ne me contredit !

2 : Nous nous trompons : ce n'est pas la taille ou la forme des magasins qu'il faut «encadrer».

Contre les «grandes surfaces» pourtant une valeur ajoutée.

Les grandes surfaces françaises ont inventé le libre service et le «tout sous le même toit». Pouvoir se servir soi même, tout trouver au même endroit, c'est pour de nombreux consommateurs une vraie valeur ajoutée.

Printemps, Galerie, Monoprix, ..., les grands magasins de centre ville étaient bien des grandes surfaces de vente. Elles étaient intégrées. Ce n'est donc pas un problème de taille. Dès 1973, avec la loi Royer sur l'autorisation d'implantation des grandes surfaces, nous nous sommes trompés. Il fallait se concentrer sur les pratiques, nous l'avons fait sur la taille en m² des points de vente.

Libre service, vente par correspondance, vente par Internet... Toutes ces formes répondent à des innovations conformes à la vivacité du commerce.

On ne peut être pour la libre concurrence et contre une forme, une taille, une innovation de la concurrence.

Quand on est pour la libre concurrence, on ne peut pas gérer la cité en fonction de la taille ou de la forme d'un commerçant. En revanche, ce sont les pratiques déloyales, inévitables, non éthiques dont il faut s'occuper.

La concurrence loyale est acceptée. C'est la déloyale qui ne l'est pas.

L'arrivée d'un nouveau concurrent provoque d'abord du recul, de l'appréhension... Les candidats aux élections préféreraient, eux aussi, être le seul candidat. Mais la concurrence fait partie des règles et du jeu. Elle est aussi source d'attractivité et donc positive.

Les commerces les plus attractifs et les plus rentables ne sont pas les plus isolés. Si les centres villes, les centres commerciaux, les marchés où se côtoient de nombreux concurrents, sont si «bénéfiques » pour tous, ce n'est pas par hasard. Concurrents oui mais aussi collègues... Au moyen âge, les teinturiers, les cordonniers, les tripiers..., corporation par corporation, se mettaient dans la même rue. Ils étaient pourtant des concurrents.

Avec une concurrence loyale, chacun peut avoir le temps de réagir, d'innover, de «s'en sortir». C'est le cercle vertueux. Les équilibres se trouvent naturellement». La loi juste du marché s'impose d'elle même. Avec la concurrence déloyale, c'est la loi de la jungle, la mafia.

Seuls les moins scrupuleux peuvent gagner aux dépens de tous les autres : des concurrents, de la diversité, des centres villes, de la qualité des produits, des fournisseurs, des consommateurs, des emplois...Du pays, des prix, de la croissance... Excusez du peu: la liste n'est pas exhaustive!

Entre ces deux situations, quelle est celle de concurrence déloyale ?

La concurrence déloyale, est-ce l'ouverture d'un libre service (les consommateurs vont se servir eux-mêmes. Les prix sont 15 à 20 % moins chers que chez le commerçant traditionnel mais sans le conseil, sans la proximité, sans l'accompagnement du professionnel), ou sont-ce des distributeurs, qui par pression et chantage, achètent jusqu'à quatre fois moins cher que le commerçant traditionnel ?

La concurrence déloyale, est-ce l'ouverture du supermarché ou est-ce d'imposer pour eux seuls des règlements à 120 jours ?

A l'époque des taux d'inflation et des taux d'intérêt à deux chiffres, si certaines enseignes n'avaient pas pu régler à 120 jours, quand leurs concurrents payaient « au cul du camion » et plus cher, elles ne se seraient jamais autant développées. Elles pouvaient ouvrir des points de vente qui vendaient à perte car elles se rattrapaient sur les placements financiers. Comment le petit commerçant pouvait survivre ?

La concurrence déloyale, est-ce d'être une grande surface avec « tout sous le même toit » ou est-ce d'avoir les frais de commercialisations payés par les fournisseurs ?

La PV, les têtes de gondoles, le référencement, la publicité dans les journaux dans les dépliant, les tickets de fidélité etc... Donnons aux petits commerçants la moitié de ce que touchent les centrales d'achat. Payons aussi aux petits commerçants la mise en rayon, les promotions, la publicité, les anniversaires, le maintien des marges, la récupération des invendus... et nous verrons qui sont les « moins chers »!

La concurrence déloyale, sont-ce des commerçants de centre ville à taille humaine qui rivalisent avec des distributeurs dans des hangars, ou des ententes verticales ou horizontales pour imposer à tous les mêmes prix de vente aux consommateurs ?

La concurrence déloyale, est-ce ...: nous pourrions continuer l'énumération. C'est évident : la concurrence déloyale ne vient pas de l'implantation d'un concurrent. Elle vient des pratiques.

La hausse anormale de prix vient d'abord du dysfonctionnement des pratiques de la concurrence.

La baisse des prix vient de la concurrence loyale.

Concurrence entre les producteurs fournisseurs à partir des innovations technologiques, de l'amélioration des procédures, du fruit de la recherche et de l'ingéniosité.

Concurrence entre les revendeurs. Quand ils trouvent de nouvelles formes de revente. Quand ils changent ou améliorent la qualité de leur gestion. Quand ils diminuent certains coûts, quand ils achètent mieux...

D'où peut venir la hausse injustifiée de prix ?

À charges égales des coûts de matières premières, des charges fiscales et sociales, des frais de structures, en comparant des situations comparables, d'où peut venir une situation de prix « trop élevés » ?

Nous écartons ici la situation exceptionnelle et rare de certains secteurs comme celui des parfums. Les consommateurs n'achèteraient pas le même produit s'ils n'étaient pas entourés du concept de haut de gamme. Acheter ou offrir un parfum au rabais....

1) De l'insuffisance de concurrence. Les pratiques prédatrices ayant empêché le développement des concurrents.

2) Des ententes entre les concurrents. Pratiques par excellence répréhensibles mais bien présentes en France.

3) De trop de concurrence générée par un emballement.

Quand le même marché ne peut absorber toute l'offre, quand sur les mêmes segments de marché, trop de concurrents se sont installés, dans un premier temps au moins, les prix de tous vont augmenter pour « couvrir » les charges et frais fixes. S'il y a trop de concurrence, c'est souvent à cause d'une anarchie, d'un emballement, d'un manque d'organisation préalable de l'urbanisme, d'une défaillance de l'analyse du marché.

Si la solution est l'augmentation collective des prix et non l'innovation ou la transformation de certains, la collectivité supérieure doit réagir.

Ce n'est pas au plus puissant financièrement d'attendre la mort des autres. En société, on ne peut tromper tout le monde tout le temps. En économie de marché débridée, on peut tromper le temps d'éliminer les concurrents.

4) Du dysfonctionnement des relations fournisseurs revendeurs.

Les tarifs et les prix augmentent pour financer les circuits parallèles.

3 : Ce sont donc les pratiques déloyales seules qu'il faut sanctionner.

Que fait-on, quand un client pesant 20 % du chiffre d'affaires impose ses conditions d'achat mais refuse les conditions de vente ?

La négociation d'un côté, le diktat de l'autre. Négociabilité totale des tarifs et des CGV, mais imposition intransigeante des conditions d'achats, délais de paiements, factures de pénalité...

Que fait-on quand ce client s'accorde -15 % de ses règlements...

... impose une pénalité totalement injustifiée de 20 %, adresse une fausse facture qu'il déduit de son règlement, paie systématiquement à 140 jours au lieu de 20, exige le même prix net que son concurrent, mais sans apporter les mêmes contreparties ... ?

Peut-on arrêter de vendre et de livrer, perdre du jour au lendemain un tel client, fermer une usine ou déposer le bilan, licencier les gens... ?

Que fait-on quand un client, quand vos clients disent « *augmentez vos tarifs pour nous payer ce que nous vous demandons avec nos factures fictives* » ?

Les « dessous de table », les fausses factures (vraies factures de prestations fictives), sont devenus officiels. Ils sont dénommés « marges arrière ».

On accuse la loi Galland d'être à l'origine de ces « marges arrière » car le SRP cachait les dérives. Il suffisait pourtant d'appliquer la loi contre les « fausses factures » et pratiques déloyales!

Que fait-on quand un concurrent malhonnête n'est jamais sanctionné ?

Quand un acteur gagne des parts de marché ou des gains de productivité, avec des méthodes interdites sans jamais être sanctionné, il est du devoir économique des concurrents qui le peuvent de faire de même. Ce n'est plus le règne de la libre et loyale concurrence.

Pourquoi les Allemands n'ont-ils pas de loi sur les délais de paiement ? Parce que, pour eux, il est inconcevable de ne pas régler à 30 jours. Dès qu'un acteur franchit la ligne jaune, il est dénoncé et sanctionné par la collectivité.

Pourquoi, en France, malgré 30 ans de rapports d'experts, de mise en garde de fournisseurs et de revendeurs, 30 ans de débats parlementaires accusateurs, de notes explicites de la DGCCRF, les dérives ont-elles empiré ?

Comment, économiquement, ces dérives furent-elles possibles ?

En perdant des milliers d'entreprises pourtant compétitives.

En ayant, en France, des prix plus élevés qu'ailleurs.

En ayant, en France, un taux de croissance nettement inférieur à nos compétences et potentiels.

En étant, en France, en bien des domaines, un des derniers de la classe.

En ayant, en France, un peuple qui ne veut pas « dénoncer » mais qui n'y croit plus, se résigne, s'enferme !

Nous changions les lois, il fallait d'abord les faire appliquer.

Dans le domaine de la libre concurrence, comme dans tous les autres, pas de liberté pour tous, sans un minimum de règles du jeu. La nature des règles législatives importe moins que l'existence de quelques principes forts, comme le respect de la parole donnée ou l'interdiction d'éliminer des concurrents autrement que par la compétence professionnelle.

Face à la loi du marché, la loi du législateur ne peut tout contrôler, réguler ou encadrer. Certes des listes d'interdictions précises peuvent être respectées mais elles peuvent aussi être facilement détournées en toute légalité. La loi du marché est plus rapide, plus intransigeante, plus dangereuse.

La loi de l'offre et de la demande, le risque de perdre des marchés si l'entreprise ne réagit pas à la concurrence, est supérieur au risque d'enfreindre la loi quand elle la loi est trop riche, trop compliquée, trop diffuse.

L'effectivité de la loi républicaine dépend de bonnes conditions simultanées et complémentaires.

1) Dans la loi, prévoir des sanctions financières significatives supérieures au gain du détournement.

2) Sanctionner sévèrement les pratiques déloyales. Envisager, si besoin, d'autres formes de sanctions comme l'interdiction temporaire d'ouvrir de nouveaux points de vente. Ou l'obligation d'en céder.
Loyal, développez-vous. Illégal, vous ne pouvez plus concourir.

3) Mettre en place les structures ou procédures permanentes pour rendre le plus mécanique possible, le risque de « se faire prendre ».

4) Saisir le juge à la place des victimes car elles ne se plaignent pas.

5) Spécialiser des juridictions sur ces sujets de la libre et loyale concurrence, pour qu'ils soient traités avec la même diligence et rigueur que d'autres sujets plus « émotionnels »

6) Procéder, à la place des victimes, pour prélever l'amende, car les victimes peuvent ne pas réclamer. Des entreprises viennent d'être lourdement condamnées par les tribunaux pour des pratiques interdites. Mais personne n'ose réclamer les sommes. Les pratiques interdites continuent donc !

L'absence ou la défaillance d'une seule de ces conditions peut suffire à rendre inefficace la loi du législateur.

Nous cherchions l'effectivité juridique quand le plus important est celle économique.

Pas de juste prix, pas de diversité de l'offre, pas de juste rentabilité, pas de croissance sans concurrence loyale. Pas de concurrence loyale sans lois pour assurer cette liberté. Le juridique est donc essentiel. Mais le juridique ne doit pas étouffer l'économique.

Le plus important, l'insécurité juridique ou l'insécurité économique ? Le risque d'une amende ou des rackets économiques permanents ?

Quel est l'enjeu du droit de la concurrence ? Donner du travail aux juristes ou donner des commandes équitables aux commerciaux ?

Depuis 30 ans, quand nous proposons des textes législatifs, les directeurs généraux, les dirigeants d'entreprises partagent nos analyses. Ils nous suivent. Ils nous approuvent. Mais, systématiquement, les chargés du droit nous demandent de préciser, de changer, de formuler autrement, d'en ajouter...

Depuis des années, il nous est demandé de nous mettre à la place des juges, de mieux préciser la loi pour faciliter les procédures et délibérés... Depuis des années, toutes ces contorsions purement textuelles n'ont fait qu'empirer les dérives économiques.

Hier, on tapait dans la main. Si on se faisait avoir, c'était simple aussi. Aujourd'hui avec des contrats de 120 pages, il n'y a plus ni sécurité économique, ni sécurité juridique. Revenons aux règles des réalités, équité, loyautés économiques.

Il est temps de permettre au juge du droit de l'économie de revenir aux réalités économiques. Lui confier la mission de juger aussi sur le bon sens économique au lieu de l'enfermer dans des contorsions sémantiques.

Le juridiquement légal et l'économiquement loyal. Poids du marché, poids de la loi, poids des juristes...: plus nous voulons renforcer la sécurité juridique, plus nous affaiblissons la sécurité économique. En ce domaine aussi il est temps de changer.

4 : Nous devons donc bouger les lignes, significativement changer.

Après ces constats clairs sur nos erreurs et tergiversations, après tant d'années d'efforts de tous les gouvernements, de toutes les majorités, efforts sans résultats positifs probants, Compte tenu des situations aujourd'hui négatives pour les consommateurs, les entreprises, la croissance et le rayonnement de notre pays.

Avec l'impulsion et l'autorité de Nicolas Sarkozy, Président de la République, suivi par les Français conscients du besoin d'adaptation et de changement de politique,

Acceptons la remise en cause de nos approches et de nos solutions législatives.

Ayons l'audace de regarder les faits en face. L'audace de dépasser les non-dits et vérités déformées.

L'audace de dépasser le cadre classique des réflexions, pour servir autrement et mieux notre nation, la France.

Un vrai nouveau droit en 3 points à échéance du 1 juillet 2009.

Nous avons conscience de l'audace des propositions suivantes. Mais, au moins, ces réformes sont cohérentes, logiques, compréhensibles. Elles demanderont des explications, mais comme elles ne sont pas entre deux logiques, elles pourront être expliquées.

1) Nous simplifions la loi pour la rendre facilement applicable.

Exemple, nous arrêtons d'interdire les discriminations alors qu'il ne peut y avoir de concurrence sans différence tarifaire. (Voir note spécifique

sur la libre et loyale négociabilité des CGV et tarifs)

2) Nous devenons intransigeants contre les pratiques déloyales.

La liberté, ce n'est pas la loi de la jungle.

Paradoxalement, avec cette nouvelle éthique, nous passons du conflit permanent au vrai partenariat. Nous sortons de l'hypocrisie et de l'opacité pour retrouver les vertus de la transparence et de l'équité. La croissance viendra de ce retour à l'éthique.

Ces deux premiers points sont contenus dans les articles 6, 21, 22, 23, de la Loi de Modernisation de l'Économie.

3) Fin juin 2009, abandon des lois « Royer » et généralisation des plans communaux et intercommunaux d'urbanisme commercial.

Inscrit à l'article 27 de la loi de modernisation de l'économie, avec application au 1^{er} juillet 2007, abrogation de toute loi actuelle sur l'équipement commercial, toutes dérivées de la loi Royer.

Fin Juin 2009, plus de CDEC, plus d'autorisation préalable, seulement les schémas communaux et intercommunaux d'urbanisme commercial. Inscrits dans des documents d'urbanisme, opposables aux tiers et normatifs, votés par les élus, ils organisent les équilibres entre les centres villes et les périphéries, la ville et les campagnes...

En attendant le 1^{er} juillet 2009, nous ne changeons rien à la loi actuelle sur l'urbanisme commercial. Pendant encore un an, nous en restons à l'ancien régime. Les articles 26 et 28 de la loi sont remplacés par deux dispositions :

L'une annonce l'abrogation au 1-7-2009 des dispositions actuelles (Titres V du livre VII du code de commerce) sur l'équipement commercial.

L'autre rend, dès 2008, opposable aux tiers les plans communaux et intercommunaux conformes d'urbanisme commercial inscrits dans des documents généraux d'urbanisme.

Ces plans élaborés par les acteurs privés et publics, prennent en compte les spécificités des territoires concernés, sont votés par les élus, validés par les préfets. Ils doivent répondre à certaines règles générales fixées par décret.

À cette occasion, rappelons l'obligation (inscrite dans le projet de Loi de Modernisation de l'Économie) de ne plus gérer l'urbanisme commercial en fonction de critère économique. Si le maire et son conseil municipal peuvent, comme pour des zones d'habitation, fixer des règles d'urbanisme architecturales, environnementales... le maire ne peut plus, même en CDEC, choisir en fonction de la nature de l'activité économique ou commercial.

Deux mesures d'équité économique adaptées à notre société :

1) Pour les travailleurs indépendants possibilité de choisir comme base sociale et fiscale le revenu prélevé.

IS au lieu de l'IRPP. Ce pourrait être inscrit dans la prochaine Loi de Finances. Cela permettra d'augmenter significativement les revenus nets, la rentabilité, la confiance, et donc la croissance des travailleurs indépendants du commerce, de l'artisanat, des services.

C'est aussi une question de modernisation et de justice.

2) Co-financement des pertes de chiffre d'affaires lors des travaux d'intérêt général des communes.

En prélevant sur la TACA pour alimenter le FISAC, autoriser le co-financement public (Fisac et collectivités territoriales) des pertes de chiffres d'affaire lors des travaux d'intérêt général.

De nombreuses communes hésitent à faire les travaux d'adaptation des centres villes (modernisation d'ensembles ou de quartiers, parking, sécurité...) car, pendant ce temps, des commerçants et entreprises vont perdre du chiffre d'affaires. Cela peut suffire à les faire disparaître.

En ce début de mandat des nouveaux conseils municipaux l'objet de cette mesure, est sous des formes à organiser, mais avec une vraie volonté d'intervention et d'impulsion, de cofinancer la perte d'activité, ou le transfert passager, ou toutes solution qui favorisera la modernisation.