

"La loi française limite les rabais au détriment du consommateur"

Michel-Edouard Leclerc poursuit ses attaques contre la loi Galland qui, selon lui, empêche les grands distributeurs de faire leur métier de commerçant. Il considère que cette loi est contraire à la liberté des prix et unifie les prix de vente en France à un niveau plus élevé que le marché européen. Il affirme que l'évolution du pouvoir d'achat est négative, et insiste sur l'urgence de baisser les prix.

Avec le lancement de votre campagne sur les prix, n'avez-vous pas l'impression d'avoir profité du contexte des élections régionales pour faire entendre votre voix ?

- Nous n'avons pas attendu cette échéance pour nous faire entendre. Tous les ans, depuis la mise en place de la loi Galland, nous lançons une campagne pour obtenir sa réforme. Déjà en 2003 nous avons affiché des slogans : "Ceux qui parlent d'augmentation du pouvoir d'achat n'ont pas le même que le vôtre." A l'époque, cette campagne avait irrité le gouvernement, mais Renaud Dutreil (1) avait dû reconnaître l'inflation des grandes marques. Simplement, il croyait que sa circulaire pouvait changer le cours des choses.

Qu'est-ce qui a donc changé entre cette année et les autres ?

- Si nous avons fait mouche, c'est parce que nous avons chiffré la baisse du pouvoir d'achat en 2003 et justifié ainsi l'urgence de baisser les prix. Notre campagne a clairement pour objectif de remettre le consommateur au centre du débat. Jusqu'ici, les discussions restaient trop confinées aux seules relations industrie-commerce, c'est-à-dire aux querelles d'intérêts corporatistes.

Vous attendiez-vous à un tel succès de la part de l'opinion publique ?

- Très clairement oui. Il suffit de regarder l'intérêt prononcé des Français pour les magasins hard discount, les gammes de premiers prix, les promotions ou les soldes pour comprendre qu'il y a un problème de pouvoir d'achat pour toutes les catégories sociales. L'année dernière déjà, dans les sondages et les panels, les consommateurs dénonçaient la hausse des prix des grandes marques, non reflétée par l'indice Insee (cet indice est trop global pour appréhender le coût du "panier de la ménagère", et il n'a d'ailleurs pas cet objectif). Ils exprimaient aussi le décalage entre les statistiques nationales du revenu disponible et la perception de l'évolution de leur budget. C'est pourquoi nous avons demandé au Bipe de déterminer un indicateur de pouvoir d'achat effectif, hors impôts et dépenses contraintes. Et là, surprise, on constate qu'il est décroissant depuis 2001, et négatif en 2003.

Renaud Dutreil, le secrétaire d'Etat à la Consommation, trouve que vous avez surtout voulu mesurer ce que l'on peut dépenser dans vos magasins.

- Personne n'est dupe ! Mais j'avais imaginé, sans doute naïvement, qu'un jeune ministre aurait pu être passionné par les problèmes de concurrence. Son attitude est décevante. Après tout, Renaud Dutreil n'a pas à endosser les erreurs de ses prédécesseurs. A défaut d'aimer le commerce, il va peut-être s'apercevoir qu'il est aussi ministre de la Consommation. Et l'importance du sujet, compte tenu de son impact sur la croissance, mérite qu'on s'y attelle plus sérieusement.

La Loi Galland est-elle contraire à la liberté des prix ?

- Complètement. Elle a donné aux industriels le pouvoir de fixer et d'unifier les prix de vente dans les magasins français, et ce, à un niveau plus élevé que sur le marché européen.

La Tribune.fr

Cet article est issu du quotidien La Tribune (www.latribune.fr).

Aucun droit de reproduction, sous quelque forme que ce soit (photocopie, scanner, copie numérique), n'est autorisé, si ce n'est celui d'une copie unique destinée à un usage strictement personnel. Toute autre utilisation est donc soumise à l'accord préalable de l'éditeur.

Pour toute information : information@latribune.fr

© 2002 La Tribune/D.I. Group

Donc vous achetez une partie de vos marchandises à l'étranger ?

- Nous avons réussi à recréer l'écart sur le prix des grandes marques, notamment en nous approvisionnant dans d'autres pays européens. En Allemagne, en Italie, en Belgique..., les remises et les ristournes sont sur facture. Même à conditions d'achat identiques, ces importations nous permettent de revendre en France des lames Gillette ou du Nutella de 15 à 30 % moins cher.

N'y a-t-il pas une limite à ce système ?

- Bien sûr, ces opérations restent marginales en ce sens que de trop grosses commandes auprès de grossistes ou de distributeurs alliés en Europe entraînent de la part des fournisseurs un refus de vente ou une rupture d'approvisionnement. Mais elles illustrent bien la spécificité de la loi française, qui limite les rabais au point de les confisquer au détriment du consommateur.

Comment voyez-vous la loi Galland évoluer et que pensez-vous des projets de création d'une mission d'information parlementaire sur les marges arrière en ce moment à l'étude ?

- Cela peut être une première initiative positive. Sans toucher à l'équilibre général des relations industrie-commerce, le législateur peut revenir à la liberté des prix. Et surtout revenir à une définition plus stricte de la revente à perte. Mais si le gouvernement veut aller plus vite, il peut procéder par ordonnance. Il suffit, de toute façon, d'aligner notre droit sur celui de nos partenaires européens.

Comment sortir de l'impasse actuelle ?

- Plutôt que d'attiser les rivalités entre les agriculteurs et les distributeurs, les pouvoirs publics devraient avoir comme première priorité de préserver les capacités de dialogue des uns et des autres. Et, d'ailleurs, après les déclarations des ministres au Salon de l'agriculture qui visaient spécifiquement Leclerc, je tiens le gouvernement pour hautement responsable des tensions et des dérapages dans les magasins actuellement visités par les syndicalistes agricoles. Cela fait cinq ans que les agriculteurs sont menés en bateau avec la réforme de la politique agricole commune. Les gouvernements qui se sont succédé depuis 1999 ont insuffisamment négocié les conditions de l'élargissement de l'Europe. Les produits polonais ou roumains vont forcément venir attiser la concurrence sur le marché du porc, des fruits et légumes... Il va y avoir de la casse... Nous n'en serons pas les boucs émissaires.

Pour moi, c'est clair. Il faudra bien trouver les moyens de revaloriser les produits agricoles. Dans ce contexte, les prix des grandes marques qui composent 50 % du Caddie moyen de la ménagère doivent baisser si l'on ne veut pas que les consommateurs soient trop pénalisés.

Quand peut-on s'attendre à un changement ?

- Passé les élections, je suis persuadé que le gouvernement va rouvrir le dossier de la loi Galland ; il ne peut pas faire autrement, même si Renaud Dutreil aurait sans doute préféré ne pas avoir à assumer l'échec de sa circulaire. Le danger réside cependant dans le caractère extrêmement politicien des commissions de nos assemblées. Toute la question est de savoir qui va piloter cette réflexion et surtout dans quel intérêt.

Certains attendaient que vous vous serviez un peu de la circulaire Dutreil, pour être le premier à montrer qu'il était possible de baisser les prix. Visiblement vous ne l'avez pas fait...

- Si, nous avons écrit aux fournisseurs pour leur demander de reporter sur facture une partie des marges arrière. Mais la plupart s'y sont opposés. Depuis quatre ans, l'ILEC défend une thèse selon laquelle les conditions de vente ne sont pas négociables, sauf à être discriminatoires. La circulaire défend l'opinion contraire, mais sans créer de sécurité juridique. On est dans la même impasse qu'il y a un an. On a perdu du temps.

Que préconisez-vous concrètement ?

- Notre objectif est de baisser le prix des grandes marques. Le moyen juridique d'y arriver, n'est pas de supprimer le seuil de revente à perte, mais de revenir à l'ordonnance Balladur de 1986. Il s'agit de

redonner au distributeur la possibilité de faire ses propres prix de vente et de l'autoriser à déduire de son prix de revente tous les avantages concurrentiels, ristourne, rabais, remise, coopération commerciale, liés à la vente du produit : par exemple les budgets de têtes de gondole. La loi doit refaire de nous des distributeurs et non plus des locataires d'espace.

De tels changements entraîneraient-ils une remise en cause de l'équilibre économique des centres Leclerc ?

- Forcément, les distributeurs perdant une partie de la disponibilité de leurs marges arrière, vont être obligés d'apprendre à retravailler la marge avant. On ne va pas passer de 30 % de marge arrière à 0 % de marge. Nous avons des coûts d'exploitation. Sur 30 % de marge arrière sur un produit, le centre Leclerc prendra donc probablement entre 20 et 22 % de marge brute pour fonctionner. Potentiellement, il pourra alors remettre au consommateur entre 8 et 10 % sous forme de baisse de prix sans avoir à le faire sous forme de bons d'achat.

Le retour à un fonctionnement satisfaisant sera difficile.

- Nous aurons sans doute deux ou trois années de tâtonnement pour retrouver des repères de gestion. Le retour à la normale peut être assez tellurique pour certains opérateurs aujourd'hui. Mais c'est là que les pouvoirs publics devraient pouvoir nous accompagner en nous autorisant à passer des accords interprofessionnels pour que l'on puisse y arriver sans trop de casse. Les industriels ont autant besoin de cette progressivité que les distributeurs.

Certains de vos adhérents ne vous suivent pas complètement sur votre volonté de réformer la loi Galland.

- Mais si ! Comme tous les distributeurs, ils ont à gérer un conflit d'intérêts. A court terme, la loi Galland leur garantit un prévisionnel de marge chaque début d'année. C'est donc un confort. Mais en même temps, ils savent que notre réussite collective est venue de la constance de notre stratégie sur les prix bas. Et puis, contrairement aux actionnaires des groupes cotés, ils n'ont pas l'obsession du rendement immédiat. Leur objectif est de valoriser leur fonds de commerce à long terme. Ils préfèrent avoir une enseigne agressive qui gagne des parts de marché. Vous n'imaginez tout de même pas que je serais parti au combat contre la loi Galland sans leur consentement !

Propos recueillis par Philippe Mabilie, Ingrid Seithumer et Nicole Triouleyre

(1) Secrétaire d'Etat aux PME, au Commerce, à l'Artisanat, aux Professions libérales et à la Consommation.