

# SÉNAT

SECONDE SESSION ORDINAIRE DE 1969-1970

Annexe au procès-verbal de la séance du 29 juin 1970.

## PROPOSITION DE LOI

*tendant à assurer le développement du commerce indépendant et de l'artisanat et la réglementation des magasins à grande surface de vente,*

PRÉSENTÉE

Par MM. Fernand LEFORT, Jacques DUCLOS, Jean BARDOL, Louis TALAMONI, Mmes Marie-Thérèse GOUTMANN, Catherine LAGATU, MM. André AUBRY, Fernand CHATELAIN, Léon DAVID, Jacques EBERHARD, Marcel GARGAR, Roger GAUDON, Louis NAMY, Guy SCHMAUS, Hector VIRON et les membres du groupe communiste (1) et apparenté (2),

Sénateurs.

(Renvoyée à la Commission des Affaires économiques et du Plan, sous réserve de la constitution éventuelle d'une commission spéciale dans les conditions prévues par le Règlement.)

### EXPOSE DES MOTIFS

Mesdames, Messieurs,

Ecrasés par la concurrence et le développement des magasins à grande surface de vente, les commerçants indépendants et les artisans voient leur situation s'aggraver d'année en année. De par

(1) Ce groupe est composé de : MM. André Aubry, Jean Bardol, Serge Boucheny, Fernand Chatelain, Georges Cogniot, Léon David, Jacques Duclos, Jacques Eberhard, Roger Gaudon, Mme Marie-Thérèse Goutmann, M. Raymond Guyot, Mme Catherine Lagatu, MM. Fernand Lefort, Louis Namy, Guy Schmaus, Louis Talamoni, Hector Viron.

(2) Apparenté : M. Marcel Gargar.

la politique économique de l'Etat au service de la concentration commerciale capitaliste, leurs charges commerciales, sociales et fiscales connaissent un accroissement rapide et continu.

Sans pour autant entretenir des structures inadaptées, il est devenu aujourd'hui urgent de promouvoir une nouvelle politique commerciale de la France en assurant le développement du commerce indépendant et de l'artisanat et la réglementation des magasins à grande surface de vente.

### 1. — L'accélération de la concentration capitaliste dans le commerce.

Le recensement de la distribution opéré par l'I. N. S. E. E. en 1966-1968 indiquait qu'en 1967 l'appareil de distribution en France se composait de 660.900 établissements de commerce et de 359.400 établissements de « services » (hôtels, cafés, restaurants, etc.), soit 1.020.300 établissements. La comparaison avec les effectifs de 1962 fait apparaître une importante diminution (270.000) du nombre de ces établissements.

Ce sont principalement les commerces de détail et surtout les entreprises personnelles qui sont touchés : 8.438 ont ainsi fermé leurs portes en 1969.

Parallèlement et facilité par les aides diversifiées que leur apporte l'Etat, on assiste au développement accéléré et anarchique des magasins à grande surface de vente, supermarchés et hypermarchés.

Alors que l'on n'en comptait qu'un seul en 1963, il y avait au 1<sup>er</sup> janvier 1970 73 hypermarchés (surface de vente supérieure à 2.500 mètres carrés) dont 47 ont été créés durant la seule année 1969.

De même en ce qui concerne les supermarchés (surface de vente supérieure à 400 mètres carrés), leur nombre a triplé en cinq ans. 241 ont été installés durant la seule année 1969 dont plus du quart ont une surface de vente supérieure à 1.000 mètres carrés. Leur nombre est passé de 89 en 1960 à 1.450 aujourd'hui. La surface moyenne des magasins créés est en augmentation constante.

Ainsi, alors que le commerce de détail indépendant assurait en 1950 90 % du chiffre d'affaires total du commerce de détail, pour 1970 ce chiffre représentera sans doute moins de 60 %.

Les artisans également sont victimes des « grandes surfaces », supermarchés et hypermarchés. Si certains artisans de l'alimentation : bouchers, charcutiers, boulangers en connaissent déjà les méfaits, d'autres voient avec inquiétude qu'ils sont eux aussi sévèrement frappés, tels les prestataires de services : coiffeurs, teinturiers, etc. Il ne saurait être question d'omettre les professions à faible revenu afin d'attirer le plus grand nombre d'acheteurs selon l'expression célèbre de Bernard Trujillo, roi des supermarchés américains : « Il faut savoir réaliser un îlot de pertes dans un océan de profits. »

Les artisans de l'automobile, les pompistes, les artisans du textile, de l'électroménager et du bâtiment ne peuvent aussi que constater que les rayons concernant leur profession continuent de se créer dans les grandes surfaces de vente.

Par ailleurs, on assiste à une modification des structures de l'artisanat traditionnel et une dépendance accrue de l'artisan vis-à-vis des entreprises plus importantes.

L'artisanat d'art lui-même, promu à un avenir florissant selon les déclarations gouvernementales, n'est pas épargné.

Nous sommes donc en présence d'une accélération de la concentration capitaliste. Sans qu'il y ait un lien de cause à effet automatique entre concentration industrielle et concentration commerciale, il est incontestable que la première appelle la seconde. Il est de l'intérêt des grandes sociétés industrielles de provoquer l'apparition et l'extension des circuits susceptibles d'écouler une production massive sur une grande échelle.

Les puissances financières qui placent leurs capitaux dans ces sociétés commerciales obtiennent non seulement une haute rentabilité de leurs placements, mais encore la conquête d'une place prépondérante sur le marché et localement une situation de monopole. Ainsi ces géants de la distribution se verraient-ils garantir de substantiels profits qui compenseront — et bien au-delà — les « sacrifices » provisoirement consentis par la pratique des ventes « promotionnelles ».

Parmi les banques qui soutiennent cette concentration commerciale, on peut citer la banque de Rothschild Frères et C<sup>o</sup>, la banque de l'Union parisienne, la Banque Commerciale de Paris du groupe Marcel Dassault.

Derrière l'entreprise d'Agache-Willot, pour acquérir le « Bon Marché », on retrouve l'action du groupe de la Financière de Suez qui a déjà des liaisons étroites avec Pont-à-Mousson-Saint-Gobain et de nombreuses sociétés immobilières comme l'Union française immobilière et la Société nouvelle immobilière précisément spécialisées dans le financement du commerce de grande surface.

Si la concentration du commerce de détail progresse rapidement, celle de l'industrie des biens de consommation : alimentation et textile notamment, est encore plus rapide. En étendant leur contrôle sur le marché, en essayant d'imposer par la publicité leurs marques aux consommateurs, les grandes firmes exercent en outre indirectement une très forte pression sur le commerçant dont la liberté d'achat et de vente se trouve progressivement réduite.

Parallèlement, le commerce indépendant et l'artisanat ne peuvent trouver auprès des banques les moyens de se moderniser et de s'adapter aux mutations économiques en cours. Le contrôle du crédit rend plus précaire encore la situation d'un grand nombre d'entre eux, sans apporter de gêne sensible aux grandes sociétés commerciales.

Ce processus de concentration qui était déjà au centre du V<sup>e</sup> Plan (1966-1970) se trouve présent avec une acuité plus grande dans les options du pouvoir des monopoles pour le VI<sup>e</sup> Plan. La politique industrielle du pouvoir va précipiter le mouvement de concentration engagé dans le commerce, en liaison avec l'intégration renforcée de l'économie française dans le Marché commun et l'intensification de la concurrence internationale dans tous les secteurs.

## **2. — L'action de l'Etat en faveur des grandes sociétés commerciales.**

Dans leur recherche du profit maximum, les grandes sociétés commerciales trouvent auprès de l'Etat une aide aussi puissante que diversifiée.

En premier lieu, elles reçoivent du régime actuel les mêmes privilèges fiscaux que les banques et les grands monopoles industriels. La suppression de la taxe sur les salaires découlant du « budget d'austérité » a allégé à elle seule ces sociétés de charges s'élevant à 815 milliards d'anciens francs.

La T. V. A. permet aux grandes sociétés commerciales, en raison de leur puissance économique et financière, de leurs moyens comptables, contentieux et fiscaux, d'utiliser à plein les possibilités de déductions physiques et financières, donc de déduire largement le prix de revient de leurs investissements immobiliers et mobiliers.

Ainsi une société anonyme construisant quatre super ou hypermarchés en obtient aujourd'hui un cinquième gratuit. Par ailleurs, au titre de l'expansion économique avec les primes pour création d'emplois ou d'investissements qui peuvent atteindre 25 % du capital investi, il leur est possible d'en obtenir un sixième presque gratuit, surtout lorsqu'on y ajoute par le jeu de la déduction de la T. V. A. grevant les investissements la possibilité qui leur est offerte par l'article 1473 *bis* du Code général des Impôts d'être exonéré du paiement de la patente pendant cinq ans.

Mais il existe bien d'autres mesures discriminatoires : suppression de la double patente, camouflage des bénéfices dans les amortissements dégressifs, provisions et réserves, droits de mutation de 1,5 % alors que le taux est de 20 % pour les travailleurs indépendants.

De surcroît, les dépenses d'urbanisation, voirie, gaz, électricité, eau pour les magasins à grande surface de vente sont souvent assurées par les conseils généraux ou municipaux. Ainsi, plutôt que d'aborder le problème comme le font les grandes sociétés commerciales elles-mêmes sous le seul angle de la rentabilité financière, convient-il de situer le coût de cette concentration pour la nation dans son ensemble.

En réalité, cette modernisation coûte extrêmement cher au contribuable et aggrave la concurrence déloyale à laquelle doivent faire face les commerçants et les artisans.

Car l'Etat ne se sert de la « liberté du commerce » que comme d'un masque. En réalité, la générosité dont le régime fait preuve à l'égard des monopoles n'a d'égale que la persévérance avec laquelle il alourdit systématiquement les charges sociales et fiscales des artisans et des commerçants alors que leurs chiffres d'affaires et leurs bénéfices sont en régression ou stationnaires : T. V. A. étendue au stade du commerce de détail et de l'artisanat avec toutes les complications que cela entraîne pour les travailleurs indépendants, hausse des loyers commerciaux, patente dont les augmen-

tations successives sont dues à la démission de l'Etat qui refuse de financer la part des équipements collectifs qui lui incombe et en rejette la charge de plus en plus lourde sur les collectivités locales.

Alors que près de 80 % des entreprises bénéficient du forfait et que seulement 23 % sont imposées sur la base du bénéfice réel, on assiste actuellement à la dénonciation quasi générale des forfaits B. I. C.

C'est souvent le doublement ou même le triplement qui sont proposés dans certains cas aux commerçants, ce qui a des répercussions tant sur le montant des impôts et des taxes que sur celui des cotisations d'assurance maladie et vieillesse. Il se produit donc une réaction en chaîne qui aggrave encore la situation.

La solution à ce problème des forfaits fait l'objet d'une autre proposition de loi du groupe communiste.

En matière de crédit, le plan de « stabilisation » favorise le mouvement de concentration en retirant au commerçant indépendant et à l'artisanat les moyens pourtant indispensables à sa modernisation. Les banques, en effet, sont invitées à individualiser leurs crédits pour créer les conditions (par regroupement ou acte) d'une « augmentation de la taille des entreprises ».

Le coût économique et social considérable de la concentration capitaliste se trouve supporté de manière diffuse par les contribuables locaux et nationaux, ce qui permet de prétendre que cette concentration profite effectivement à l'ensemble de la Nation. En réalité, elle est répartie sur ceux qui fournissent les masses de ressources financières de l'Etat et des collectivités locales : les travailleurs des entreprises et les couches moyennes.

On est donc loin de la « concurrence loyale » dont se targue le rapport sur les principales options qui commandent la préparation du VI<sup>e</sup> Plan. Le but clairement indiqué par le Gouvernement est bien l'accélération de la concentration commerciale non pour l'accroissement du bien-être des consommateurs mais pour assurer le profit maximum à quelques grandes sociétés.

La « priorité industrielle » qu'à choisie le gouvernement U.D.R.-Centriste à la demande du C.N.P.F., porte en soi la nécessité du grand capital français de s'implanter à l'étranger en y développant ses bases économiques. Elle implique la priorité donnée à l'exportation, la diminution corrélative de la consommation des ménages et donc l'élévation du taux d'épargne forcée, l'alourdissement des charges fiscales et une pression sur la masse

salariale globale, toutes mesures qui vont porter préjudice au commerce indépendant et à l'artisanat et accroître davantage leurs difficultés si un changement profond de la politique économique de la France n'est pas instauré.

### 3. — Les réformes nécessaires.

La propagande étatique se contente de condamner le soi-disant malthusianisme des commerçants et des artisans au nom du progrès.

Mais la politique actuelle du régime est incapable d'assurer des conditions de vie décentes à ces commerçants et à ces artisans ainsi que les moyens de s'adapter aux mutations économiques nécessaires.

Pour eux, le véritable choix reste celui-ci : capitalisme ou démocratie ? L'objet de la présente proposition de loi est de rappeler les mesures qu'il convient de mettre en œuvre rapidement pour réglementer l'implantation désordonnée des hypermarchés et des supermarchés et d'autre part assurer le développement du commerce indépendant et de l'artisanat.

Avant d'examiner ces mesures, il n'est pas inutile de rappeler qu'elles s'inscrivent au centre du programme du parti communiste français et dans la perspective d'une démocratie avancée ouvrant la voie au socialisme.

Une démocratie véritable ne condamne pas l'entreprise privée en général. Elle nationalisera les monopoles industriels les plus puissants et les banques d'affaires comme le groupe communiste le demande dans d'autres propositions de loi mais assurera le maintien d'un important secteur privé, comprenant la grande majorité des entreprises industrielles, agricoles et commerciales privées.

L'avenir, lié à des transformations politiques, économiques et sociales inéluctables, ne consiste pas à s'enfermer dans l'isolement mais à rechercher les formes originales d'association et de coopération des professionnels. Cette évolution doit être encouragée. Les communistes considèrent que la décision de constituer de tels groupements doit dépendre de la volonté des intéressés et de leurs motivations propres, assurés en tout état de cause que la propriété privée qui est le fruit du travail et de l'épargne sera respectée,

ainsi que sa transmission par héritage. Les entreprises commerciales et artisanales disposeront d'une garantie dont elles sont totalement dépourvues dans leur situation actuelle de dépendance absolue à l'égard des monopoles.

Ces principes s'accordent avec les exigences du progrès économique. Les techniques modernes de distribution — le libre service notamment — peuvent parfaitement être mises en œuvre sur de petites ou moyennes surfaces de vente. Prétendre réserver à la seule grande entreprise le monopole du progrès technique dans le commerce et l'artisanat, c'est abuser la consommation.

Le but de la présente proposition de loi est d'aider les commerçants et les artisans à augmenter leurs capacités, leurs possibilités de répondre aux besoins nouveaux de la population afin d'obtenir une modernisation durable et en profondeur de l'appareil commercial français.

Dans cet esprit il convient de réglementer l'implantation des magasins à grande surface de vente, de mettre en œuvre des mesures fiscales supprimant les avantages exorbitants dont disposent les supermarchés et les hypermarchés et allégeant les charges des petits commerçants et artisans. Il apparaît enfin nécessaire d'aider ces derniers à moderniser leurs ateliers ou leurs magasins :

a) La réglementation des grandes surfaces de vente par le renforcement des pouvoirs des commissions départementales d'urbanisme commercial et le rôle de décision donné au conseil général doit permettre dans l'immédiat de limiter leur implantation aux besoins réels de la population.

En outre, les plans d'urbanisme devront obligatoirement tenir compte du développement du commerce sous ses différentes formes.

b) Des mesures de justice fiscale doivent être prises et notamment :

1. L'institution d'un abattement spécial de 15 % sur les revenus professionnels pour la détermination de revenu imposable.

2. L'allégement de l'impôt sur le revenu ou relevant de 2.700 à 6.000 F par part le plafond de la première tranche de revenu imposable et en revisant le barème servant au calcul de l'impôt.

3. La suppression des avantages fiscaux dont bénéficient des grandes surfaces et le rétablissement des majorations de la patente pour les patentables exploitant plus de cinq établissements de vente de marchandises.



c) Les recettes fiscales dégagées seront affectées à l'octroi de prêts à long terme et à faible taux d'intérêt aux artisans et aux petits commerçants qui veulent moderniser leurs ateliers ou leurs magasins.

Ce que demandent les commerçants et les artisans, ce n'est pas d'aménager voire de favoriser leur disparition mais au contraire de les aider à s'adapter aux exigences de la vie moderne. Ils demandent la garantie de leur avenir.

Telles sont les considérations qui nous conduisent, Mesdames et Messieurs, à vous demander de bien vouloir adopter la proposition de loi suivante.

## PROPOSITION DE LOI

### TITRE I<sup>er</sup>

#### De la création des établissements à grande surface de vente.

##### Article premier.

La création, la construction et l'implantation des magasins comportant une surface de vente supérieure à 400 mètres carrés font l'objet d'une instruction particulière de la commission départementale d'urbanisme commercial, préalablement à l'octroi d'une autorisation par le conseil général.

##### Art. 2.

La commission départementale d'urbanisme commercial est composée par tiers :

1. De commerçants indépendants et d'artisans sédentaires et non sédentaires ;
2. De représentants des conseils municipaux des communes intéressées ;
3. De représentants du conseil général.

##### Art. 3.

En cas d'un avis défavorable émis par la commission départementale et d'une autorisation donnée par le conseil général, il est sursis pendant deux ans à la création des magasins visés à l'article premier.

## TITRE II

### Dispositions fiscales.

#### Art. 4.

Pour les entreprises commerciales présentant une surface de vente supérieure à 400 mètres carrés par établissement, sont exclues du droit à déduction en matière de taxe à la valeur ajoutée les taxes frappant les primes et cadeaux à la clientèle, les frais de publicité, les voyages et déplacements, les frais de réception, les bâtiments des sièges sociaux et des services en dépendant, les halls d'exposition et les magasins de vente, ainsi que leurs aménagements et installations.

#### Art. 5.

Pour la liquidation de la patente des magasins ayant une surface de vente supérieure à 400 mètres carrés et des succursalistes, les exonérations pour les transferts, créations ou extensions des entreprises commerciales sont supprimées.

#### Art. 6.

Les majorations de la patente pour les patentables exploitant plus de cinq établissements de vente de marchandises sont de :

- un quart si le nombre d'établissements est compris entre 6 et 10 ;
- un tiers si le nombre d'établissements est compris entre 11 et 20 ;
- la moitié si le nombre d'établissements est compris entre 21 et 50 ;
- 100 % si le nombre d'établissements est supérieur à 50.

#### Art. 7.

Pour les magasins à grande surface de vente, la patente est majorée de :

- un tiers si la surface de vente de l'établissement est comprise entre 400 et 1.000 mètres carrés ;

— la moitié si la surface de vente de l'établissement est comprise entre 1.000 et 2.500 mètres carrés ;

— 100 % si la surface de vente de l'établissement est supérieure à 2.500 mètres carrés.

### TITRE III

#### Octroi de prêts à long terme.

##### Art 8.

Les recettes dégagées à l'article 4 seront affectées, dans des conditions fixées par décret, à l'octroi de prêts à long terme, de 15 à 20 ans et à taux d'intérêt de 3 % aux artisans et aux petits commerçants qui veulent moderniser leurs ateliers ou leurs magasins.