

Idées Tribunes

## Loi LME; Cadeau pour les grandes enseignes

Stéphane Caprice Chercheur à l'Ecole d'économie de Toulouse (TSE)

421 mots

1 janvier 2011

[L'Expansion](#)

Français

Copyright 2011 Groupe Express-Roularta, All Rights Reserved.

Préserver le pouvoir d'achat des Français, telle est la priorité affichée par les grandes enseignes de la distribution. Michel-Edouard Leclerc s'est même engagé publiquement à ne pas répercuter la brusque envolée du coût des matières premières sur les prix de vente dans ses magasins. Une prise de position louable, mais si de tels efforts sont possibles aujourd'hui, pourquoi n'a-t-il pas déjà rogné un peu ses marges pour prendre des parts de marché à ses concurrents ?

Sur un marché véritablement concurrentiel, où les consommateurs fréquenteraient l'enseigne la mieux-disante, et non pas la plus proche de chez eux, Leclerc aurait probablement déjà baissé ses prix si cela avait servi ses intérêts. C'est bien la preuve que, dans le secteur de la distribution, la concurrence est loin d'être parfaite, malgré le vote de la loi de modernisation de l'économie (LME), en 2008, censée faciliter l'arrivée de nouveaux compétiteurs. Mal formulée au départ, la LME a eu des effets opposés à ceux espérés : les enseignes en place ont eu de nouvelles possibilités de s'agrandir, les autres restant au bord du chemin...

La loi a certes été rapidement revue, mais l'ouverture du marché à de nouveaux acteurs dérange. Un décret publié en février 2010 rend en effet plus difficile l'ouverture de magasins n'appartenant pas aux grands distributeurs. Depuis la LME, les magasins de moins de 1 000 mètres carrés peuvent ouvrir sans autorisation administrative préalable. En cas de recours juridique - de la part d'une mairie, par exemple - , les entreprises désirant créer un point de vente étaient assurées d'obtenir une réponse du Conseil d'Etat dans un délai de deux ans après le dépôt de la demande d'ouverture. Le décret de février 2010 revient sur cette procédure rapide. En cas de contentieux, le parcours juridique classique se met en place jusqu'à la procédure d'appel, ce qui signifie huit années d'incertitude après le dépôt du dossier. Un détail pour une multinationale possédant des centaines d'hypermarchés. Mais une démarche risquée pour une nouvelle enseigne ou pour un indépendant. Ainsi mises à l'abri de nouveaux concurrents potentiellement plus attractifs, les grandes enseignes peuvent bien faire quelques cadeaux à leurs clients pour Noël.

La loi de modernisation de l'économie a mis à l'abri les géants de la distribution de concurrents potentiellement plus attractifs.