

La réforme qui va doper le hard discount

CETTE SEMAINE

Le projet de loi de modernisation économique débattu à partir de demain à l'Assemblée nationale va accroître la concurrence dans la grande distribution. Ce qui pourrait faire baisser les prix.

LA LOI de modernisation économique (LME) qui va être examinée à partir de demain par les députés n'est pas une énigme réforme économique, c'est une vraie loi libérale. C'est même le premier texte de l'après-guerre concernant le commerce qui va dans le sens d'une

plus grande liberté. Jusque-là, ce secteur, qui est l'un des fleurons de l'économie française, avait l'habitude qu'à chaque nouvelle loi (Royer, Galland, Raffarin, Dutreil...), on encadre et restreigne toujours plus son activité sur le territoire français pour des raisons très louables de protection du petit commerce ou des PME.

Cette fois-ci, c'est tout le contraire. Il s'agit de quelques mesures assez simples pour décorser le secteur, afin de relancer la concurrence entre les enseignes et si possible favoriser une baisse des prix dans les rayons.

Par exemple, en assouplissant les critères d'implantation des

grandes surfaces, la LME devrait permettre de casser les puissances locales de la distribution française. « Une récente étude du cabinet de géomarketing Asterop a montré que dans une majorité d'agglomérations on constate une situation de monopole ou de duopole, avec toujours les mêmes groupes de la grande distribution », expliquait Luc Chatel, le secrétaire d'État à la consommation, la semaine dernière.

« Si cette loi n'est pas dénaturée lors du débat parlementaire, elle va permettre un renforcement de la concurrence dans certaines zones géographiques qui nous sont aujourd'hui fermées comme l'ouest

de la France », se félicite Philippe Baroukh, directeur général d'Auchan France.

Plus d'autorisation pour les supermarchés

Une autre mesure devrait concerner plus particulièrement les magasins de hard discount. Ceux-ci ne détiennent aujourd'hui que 13,7 % de parts de marché, ce qui représente 8,1 % des dépenses de consommation des Français. La future loi prévoit qu'il ne sera plus nécessaire d'obtenir l'autorisation d'une commission départementale pour implanter un commerce de moins de 1 000 m². Les supermarchés et les magasins à prix bas vont

donc pouvoir s'installer quasiment librement en France à condition d'obtenir un permis de construire et de se conformer aux directives de l'urbanisme.

« C'est une excellente chose, se félicite Jérôme Gresland, le directeur des achats de Lidl France, le leader du secteur. La France va pouvoir rattraper son retard dans le secteur des magasins à prix bas. » Mais il se refuse à dévoiler ses projets de développement.

En revanche, le groupe Inter-marché, qui avait créé l'enseigne Netto pour contrer l'offensive des discounters allemands, annonce déjà qu'il va tout simplement doubler le nombre de ses magasins

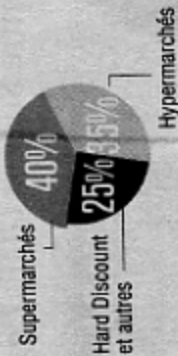
économiques en France. Luc Chatel compte sur une présence accrue des magasins de hard discount pour orienter les prix à la baisse dans tous les autres formats de grande surface.

Le texte de la loi de modernisation économique sera débattu à partir de demain par les députés pour être adopté définitivement début juillet, si tout va bien. « Le commerce est un sujet sensible et certains parlementaires craignent d'être accusés de brader le petit commerce », souligne un député UMP qui prédit de nombreux amendements au texte.

J.-F. A.

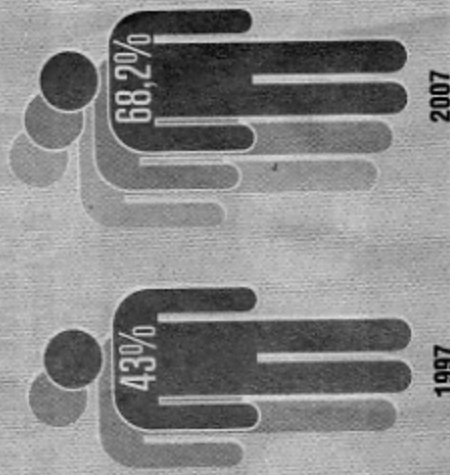
► La part des dépenses en hard discount des consommateurs européens

► Les distributeurs alimentaires par type de surface

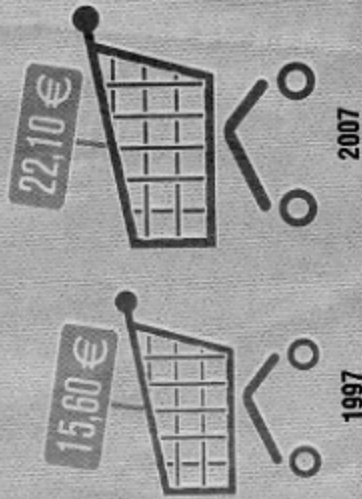


► Sept français sur dix fréquentent le hard discount

Fréquentation



Panier moyen



► La plupart des enseignes de hard discount gagnent du terrain (part de marché en valeur)

Lidl

1 319 magasins
Mars 2007 : 4,2%
Mars 2008 : 4,5%

Leader Price (Groupe Casino)

494 magasins
2007 : 2,9%
2008 : 2,7%

ED (Groupe Carrefour)

867 magasins
2007 : 2,5%
2008 : 2,5%

Aldi

765 magasins
2007 : 2,3%
2008 : 2,4%

Netto (Groupe Intermarché)

358 magasins
2007 : 0,8%
2008 : 0,9%

Autres (Le Mutant, Norma)

319 magasins
2008 : 0,7%

Total Hard Discount

4 182 magasins
2008 : 13,7%