

N° 69 *rect.*

SÉNAT

SESSION ORDINAIRE DE 2025-2026

Enregistré à la Présidence du Sénat le 23 octobre 2025

PROPOSITION DE RÉSOLUTION

*tendant à la création d'une commission d'enquête
sur les marges des industriels et de la grande distribution,*

PRÉSENTÉE

Par Mmes Antoinette GUHL, Monique de MARCO, Mathilde OLLIVIER, Raymonde PONCET MONGE, Ghislaine SENÉE, Anne SOUYRIS, Mélanie VOGEL, MM. Guy BENARROCHE, Grégory BLANC, Ronan DANTEC, Thomas DOSSUS, Jacques FERNIQUE, Guillaume GONTARD, Yannick JADOT, Akli MELLOULI et Daniel SALMON,

Sénatrices et Sénateurs

(Envoyée à la commission des affaires économiques.)

EXPOSÉ DES MOTIFS

Mesdames, Messieurs,

Depuis plusieurs années, les Français font face à une explosion du coût de la vie. L'alimentation, qui représente une part incompressible du budget des ménages, a vu ses prix s'envoler : entre 2021 et 2023, l'inflation alimentaire a dépassé 20 %. Derrière ce chiffre, il y a des réalités très concrètes : des familles contraintes de réduire la qualité de leur alimentation, des étudiants et des retraités qui renoncent à certains produits de base, une demande croissante d'aide alimentaire.

Ce choc de la vie chère est d'autant plus insupportable qu'il nourrit un sentiment d'injustice : si les consommateurs paient plus cher, les producteurs, eux, ne sont pas mieux rémunérés. Les agriculteurs et les PME agroalimentaires continuent de voir leurs revenus comprimés, tandis que le prix payé en caisse ne cesse d'augmenter.

Le cas du bio illustre ce paradoxe. Alors que de nombreux Français aimeraient accéder à une alimentation plus saine et durable, les prix en rayon restent élevés, freinés par des marges importantes appliquées par la distribution. Résultat : les consommateurs modestes en sont exclus et, dans le même temps, les producteurs bio, après une baisse des ventes particulièrement importante dans la grande distribution, voient leurs revenus s'effondrer et certains renoncent à leur certification.

Cette situation pose une question simple : où va l'argent que paient les consommateurs ? Quelle part revient réellement aux producteurs, aux transformateurs, aux industriels et quelle part est captée par les distributeurs et leurs centrales d'achat ? Les marges des industriels et de la grande distribution demeurent opaques et leur poids dans le prix final reste insuffisamment connu. La pratique des « marges arrière », très mal évaluées, réalisées via des remises ou des rémunérations de services obtenues auprès des fournisseurs, illustre cette opacité.

En 2019, une commission d'enquête de l'Assemblée nationale a alerté sur les pratiques du secteur : alliances internationales de centrales d'achat, pénalités logistiques abusives, guerre des prix destructrice de valeur. Malgré les lois EGAlim, force est de constater que les déséquilibres persistent et que la transparence reste insuffisante.

En 2023, une autre commission d'enquête de l'Assemblée nationale, sur le coût de la vie dans les collectivités territoriales régies par les articles 73 et 74 de la Constitution, a mis en évidence l'opacité entretenue par les enseignes de distribution sur leurs pratiques commerciales. Cette opacité entrave même les acteurs ayant pour mission d'évaluer le niveau et l'évolution des marges, en particulier les observatoires des prix, des marges et des revenus.

Parallèlement, il existe d'autres modèles de distribution — coopératives de commerçants, supermarchés coopératifs de consommateurs, magasins de producteurs, associations pour le maintien d'une agriculture paysanne (AMAP), ou encore initiatives citoyennes comme « C'est qui le Patron ?! » — qui expérimentent d'autres rapports entre producteurs et consommateurs. Ces initiatives, encore minoritaires mais en croissance, apportent des éléments précieux pour comprendre comment mieux répartir la valeur : transparence accrue sur les marges, implication directe des citoyens, contractualisation solidaire avec les producteurs. Il serait pertinent que la commission d'enquête puisse les auditionner, afin de comparer leurs pratiques avec celles de la grande distribution et d'identifier les leviers d'un modèle plus équilibré et durable.

Alors que les Français peinent à boucler leurs fins de mois, il est important de disposer d'un état des lieux clair et actualisé de la formation des prix alimentaires : comprendre comment se construit le prix final payé par le consommateur et s'assurer que celui-ci reflète une juste rémunération de tous les maillons de la chaîne, sans marges excessives au détriment des ménages.

C'est pourquoi une commission d'enquête est proposée pour analyser les marges des industriels, des supermarchés et des hypermarchés, y compris dans les filières bio, mesurer leur impact direct sur le pouvoir d'achat, et formuler des recommandations afin de garantir aux Français une alimentation de qualité à un prix juste.

Proposition de résolution tendant à la création d'une commission d'enquête sur les marges des industriels et de la grande distribution

Article unique

- ① En application de l'article 51-2 de la Constitution, de l'article 6 de l'ordonnance n° 58-1100 du 17 novembre 1958 relative au fonctionnement des assemblées parlementaires et des articles 6 *bis* et 8 *ter* du Règlement du Sénat, est créée une commission d'enquête composée de dix-neuf membres sur les marges des industriels et de la grande distribution.
- ② Cette commission aura pour mission :
- ③ 1° D'analyser l'évolution et la constitution des prix de détail et des marges de la grande distribution, y compris celles réalisées grâce à des remises ou des rémunérations de services obtenues auprès des fournisseurs ;
- ④ 2° De mesurer l'écart entre le prix payé par le consommateur et la rémunération effectivement perçue par les producteurs et transformateurs ;
- ⑤ 3° D'examiner l'impact des pratiques commerciales et financières des distributeurs sur le prix final payé par les ménages, en particulier s'agissant des produits de première nécessité, en portant une attention particulière aux collectivités et territoires d'outre-mer ;
- ⑥ 4° D'évaluer si les dispositifs existants en matière de régulation de la concurrence protègent efficacement le consommateur contre les marges excessives et favorisent l'accès à une alimentation de qualité ;
- ⑦ 5° D'entendre les représentants d'autres modèles de distribution (coopératives de commerçants et de consommateurs, magasins de producteurs, associations pour le maintien d'une agriculture paysanne, initiatives citoyennes) afin d'évaluer leur contribution à une meilleure transparence des prix, à une juste rémunération des producteurs et à l'accès des consommateurs à une alimentation de qualité ;
- ⑧ 6° De formuler des recommandations pour garantir la transparence des prix, renforcer l'information des consommateurs et protéger leur pouvoir d'achat.