

#EGALIM

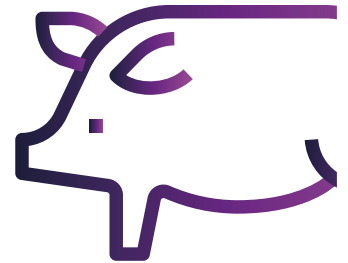


UN PREMIER BILAN DU

TITRE 1^{ER} DE LA LOI EGALIM

par la commission des affaires économiques du Sénat

Entre le 13 janvier et le 13 février 2019, la commission des affaires économiques a organisé 3 tables rondes réunissant des producteurs, des transformateurs et des distributeurs de denrées alimentaires. L'objectif : analyser les effets sur les négociations commerciales du titre 1^{er} de la loi pour l'équilibre des relations commerciales dans le secteur agricole et alimentaire et une alimentation saine, durable et accessible à tous, dite loi Egalim.



Commission des
AFFAIRES ÉCONOMIQUES 

#EGALIM



LE TITRE 1^{ER} DE LA LOI EGALIM

1

Hausse de 10% du seuil de revente à perte (SRP) sur les produits de grandes marques, à titre expérimental, pour une durée de deux ans. L'objectif ? Favoriser un **rééquilibrage des marges** en faveur des agriculteurs et des PME.



2

Encadrement des promotions sur les denrées alimentaires mises en place par les distributeurs, en valeur (25%) et en volume (34%), à titre expérimental, pour une durée de deux ans.



3

Mécanisme de ruissellement de l'aval vers l'amont : les distributeurs gagnent davantage d'argent en faisant payer un peu plus cher les consommateurs et distribuent cet argent en augmentant les prix d'achat à leurs fournisseurs. L'objectif : **permettre aux industriels de mieux rémunérer les agriculteurs**.



4

Interdiction d'importer des denrées alimentaires ne respectant pas les normes européennes de production.





Le titre 1^{er} de la loi prend de nouvelles dispositions visant à améliorer l'équilibre des relations commerciales dans le secteur agricole et alimentaire afin de garantir un meilleur revenu aux agriculteurs.

Le texte repose sur quatre principes :

- **l'inversion du principe de la construction des prix des produits agricoles ;**
- **la prise en compte d'indicateurs de coûts de production et de prix de marché ;**
- **l'interdiction de céder des denrées alimentaires à des « prix abusivement bas » ;**
- **un encadrement des pratiques commerciales des distributeurs pour améliorer le ruissellement vers le producteur.**



En réalité, on observe 2 phénomènes :

- a) des remises de 10% sur les prix des grandes marques sur des cartes de fidélité**
- b) une baisse des prix répercutée sur les marques distributeurs et les produits issus des PME**

Dans les 2 cas : pas de hausse du revenu des agriculteurs.

1



Les PME, qui assurent plus de 80% de la croissance des ventes, n'arrivent pas à obtenir davantage de place dans les rayons des grandes surfaces, car elles n'ont pas les moyens de financer des campagnes de publicité suffisamment importantes. L'encadrement des promotions leur fait perdre un outil de conquête des parts de marché.

2



Manque de contrainte, de contrôle et de transparence.

À l'heure actuelle, le mécanisme du ruissellement est inefficace.

3



« L'interdiction des importations des matières premières qui ne respecteraient pas les normes européennes figure dans la loi. »
Baptiste GATOUILLAT, Jeunes agriculteurs

Cette avancée importante instaurée dans les débats par le Sénat doit maintenant être appliquée dans les faits.

4

QUELS ENSEIGNEMENTS?

Il est **difficile de dresser un bilan des négociations commerciales**, alors que celles-ci ne sont pas terminées.

« Les remontées font état de 1,5 à 4 % de demandes de déflation des distributeurs qui ont déjà bénéficié des 10 % de SRP au 1^{er} février. »

Richard GIRARDOT, Association Nationale des Industries Alimentaires (ANIA)

« La déflation est globalement terminée ; les prix sont restés stables en 2018. » **Jacques CREYSSEL**, Fédération du commerce et de la distribution (FCD)

Les auditions ont permis de constater les premiers **détournements des dispositions** législatives adoptées. **Le risque** : la baisse des prix et l'encadrement des promotions pourraient frapper davantage **les produits issus de PME françaises et de l'agriculture française**.

« Le relèvement du SRP de 10 % dessert les PME et avantage les grandes marques »

Dominique AMIRAL, Fédération des Entreprises et Entrepreneurs de France (FEEF)



« L'encadrement des promotions a un effet pervers pour les PME »
Stéphane de PRUNELÉ, E.Leclerc

La **guerre des prix** semble se poursuivre sur quelques produits.

« Une brique de lait bio à moins de 80 cts ne permet pas de rémunérer tous les maillons de la chaîne de production ! »

Richard PANQUIAULT, Institut de liaisons et d'études des industries de consommation (ILEC)

Excepté pour certains produits emblématiques dans le secteur laitier, **la loi tarde à avoir des effets**.

« Aucune obligation de transparence ne s'impose à l'industriel ou au distributeur. »
Thierry COTILLARD, Président d'Intermarché

« Il n'y a pas de contrainte pour organiser le ruissellement vers les agriculteurs. »
Dominique CHARGÉ, Coop de France

« Sans gendarmes, les distributeurs et les transformateurs ne seront pas suffisamment vertueux. »
Nicolas GIROD, Confédération paysanne

« Il eût été judicieux de tenir compte des indicateurs de l'OFPM. »
Véronique LE FLOCH, Coordination rurale, sur les indicateurs interprofessionnels

Or il est urgent d'agir.

« Sur 100 € que paye le consommateur, seuls 6 € reviennent à l'agriculteur. Il y a urgence à réagir. »

Patrick BENEZIT, Fédération Nationale des syndicats d'exploitants agricoles (FNSEA)

