

La loi alimentation

La Loi pour l'équilibre des relations commerciales dans le secteur agricole et une alimentation saine et durable, appelée également « **Loi EGALIM** » a été promulguée le 1er novembre 2018 et est entrée en vigueur le 1^{er} février 2019.

Parmi les mesures-phares figurent notamment la majoration de 10% du seuil de revente à perte et l'encadrement des promotions.

Les objectifs sont de mieux rémunérer les agriculteurs pour assurer à la population une alimentation saine et durable.

Pour les atteindre, la loi met en place plusieurs leviers.

Les objectifs

L'agriculture et notamment l'agriculture française est un enjeu fondamental pour l'avenir, dans un monde où le nombre d'habitants est sans cesse en pleine progression.

Dans le cadre du développement durable, la politique de l'alimentation saine et durable est prioritaire.

Elle ne peut être assurée qu'en assurant la survie de l'agriculture.

La Loi Alimentation sert ainsi les intérêts du consommateur en assurant une rémunération convenable aux agriculteurs.

Pour les agriculteurs:

- Juste rémunération,
- Meilleure répartition de la valeur.

Pour les consommateurs:

- Plus de choix,
- Plus de qualité,
- Un pouvoir d'achat préservé.

Les leviers

Ils sont de plusieurs ordres:

- **Inversion de la construction du prix,**
- **Relèvement du seuil de revente à perte (SRP),**
- **Encadrement des promotions.**

L'Inversion de la construction du prix

Le contrat et le prix associé seront proposés par le producteur ou le groupement de producteurs.

⇒ **La détermination du prix s'appuie désormais sur les coûts de production.**

Le Relèvement du seuil de revente à perte (SRP)

La loi prévoit le **rehaussement de 10% du seuil de revente à perte des produits alimentaires** au plus tard le 1^{er} mars 2019, pour une période de 2 ans.

⇒ Modification du Code du commerce!

Pour rappel, le seuil de revente à perte, instauré en 1996, interdit de vendre tout produit en dessous du prix auquel il a été acheté au fournisseur.

⇒ En droit français, les pratiques restrictives de concurrence, comme la revente à perte, sont interdites.

Article L. 442-2 du Code de commerce

« Le fait, pour tout commerçant, de revendre ou d'annoncer la revente d'un produit en l'état à un prix inférieur à son prix d'achat effectif est puni de 75 000 euros d'amende. ».

Les discussions et le travail collectif des observateurs autorisés ont abouti à la conclusion que **le seuil actuel de revente à perte ne permettait pas de couvrir les coûts incontournables pour le distributeur** (logistique, personnel, casse, transport).

Par conséquent, **relever ce seuil constitue un levier pertinent, pour stopper la destruction de valeur, relancer la création de valeur** et en assurer une **équitable répartition** entre les divers maillons de la chaîne alimentaire.

Les acteurs du secteur devront veiller à ne pas revendre le produit au client à un prix inférieur au prix d'achat effectif multiplié par 1,1 :

Seuil de revente à perte = Prix d'achat effectif du produit alimentaire x 1,1.

« Autrefois », lorsqu'une enseigne achète au producteur un produit 1 euro, elle doit le revendre au minimum 1 euro en rayon.

Aujourd'hui, ce même produit acheté au producteur 1 euros, ne pourra être revendu à moins de 1,10 € par l'enseigne en rayon.

L'ensemble des denrées alimentaires, y compris celles destinées aux animaux de compagnie, revendues en l'état au consommateur sont concernées.

Sont particulièrement visés, les produits d'appel sur lesquels les distributeurs margent peu.

Ex. : Coca Cola, Nutella, Ricard...

De manière générale, « 500 produits sur 13.000 » et dans les hypermarchés, « 800 produits sur 20.000 » qui devraient voir leur prix augmenter de 4% .

Quel est l'intérêt du rehaussement ?

Permettre au distributeur de rééquilibrer ses marges et redonner du prix aux productions agricoles (viande, lait, fruits et légumes) ;

Donner de l'oxygène aux filières et leur permettra d'améliorer leur offre, mais aussi d'investir pour mieux répondre aux besoins des consommateurs.

Un mécanisme de suivi sera mis en place et la mesure ne sera pérennisée que si elle atteint l'objectif visé, à savoir une meilleure rémunération des producteurs et une amélioration de l'offre proposée au consommateur.

C'est pourquoi la mesure est expérimentale pour 2 ans.

L'Encadrement des promotions

La loi prévoit aussi **un encadrement des promotions commerciales** chez les distributeurs **sur les produits alimentaires** afin d'éviter la perte de valeur, sur une période expérimentale de 2 ans.

La course aux promotions n'a cessé de s'accélérer ces dernières années, **passant de 14 % du volume en 2000 à 20% en 2016.**

Les promotions, en apparence, semblent bénéfiques et notamment par la baisse de prix qu'elles peuvent constituer.

« Un ilot de pertes dans un océan de profits ».

Toutefois, elles peuvent avoir plusieurs effets négatifs d'où la double limitation (en valeur et en volume) imposée par le législateur.

L'effet nuisible des promotions

- **Elles sont destructrices de valeur** en ce qu'elles ne rendent pas compte de la valeur ajoutée par chaque acteur (producteur, transformateur, logisticien, distributeur ...);
- Elles provoquent **une perte de repère chez les consommateurs** vis-à-vis du juste prix des produits agricoles.
- Le consommateur n'achetant pas forcément les produits dont il a besoin, **elles engendrent du gaspillage** à un niveau important, dépassant de loin l'effet positif de la baisse des prix.

Une limitation en valeur

Les avantages promotionnels **ne peuvent pas dépasser 34 % du prix de vente au consommateur** des produits concernés.

La valeur prise en considération est le prix de revente au détail, c'est-à-dire le prix fixé par le distributeur pour la vente des produits au client final.

Une limitation en volume

Les avantages promotionnels **ne pourront pas dépasser 25% du volume annuel des produits** faisant l'objet de la convention récapitulative conclue entre le fournisseur et le distributeur (prévue à l'article L.441-7 du code de commerce).

Pour les produits sous marque de distributeur (MDD), le texte prévoit **une exception** : la **limitation en volume serait de 25 % du volume annuel d'une même catégorie de produits** (lorsqu'ils font l'objet d'un contrat mentionné à l'article L.441-10 du code de commerce).

Ainsi, l'offre commerciale, « 1 acheté, 1 gratuit » devrait disparaître : seul, pour « 2 produits achetés, 1 offert » demeurerait.

Pendant l'application de ces restrictions, sera suspendue l'application de la limitation des avantages à 30% qui s'applique actuellement à certains produits agricoles et laitiers (conformément à l'article L.441-7, alinéa 9 du code de commerce).

Les exceptions

Des avantages promotionnels dépassant les seuils (ex : promotion de -50% et/ou portant sur 30% du volume des produits) sont autorisés pour les denrées alimentaires « *qui présentent un caractère périssable ou saisonnier particulièrement marqué* », à condition que l'opération promotionnelle ait pour objet de faciliter l'écoulement des marchandises en stock.

Ces mesures spécifiques devraient être **expérimentées durant 2 ans et associées à un dispositif de suivi.**

Il s'agira d'évaluer leur impact sur la filière agroalimentaire afin de s'assurer que la valeur dégagée sera mieux partagée.

Les sanctions

L'application de promotions dépassant les limitations en valeur ou en volume, ou le fait de prévoir de tels dépassements dans la convention récapitulative conclue entre le fournisseur et le distributeur, **est sanctionné d'une amende de 375.000 euros pour une personne morale**, l'amende pouvant être doublée si l'entreprise en cause réitère la pratique dans un délai d'un an.

A noter

Les débats à l'Assemblée Nationale avaient abouti à l'ajout **d'un article qui interdisait, pour la vente d'un produit alimentaire, toute utilisation du terme de « gratuité » ou ses dérivés ou synonymes comme outil marketing et promotionnel dans le cadre d'une relation commerciale.**

Cet article a été supprimé lors de l'examen au Sénat, rendant ainsi aux opérateurs une plus grande liberté commerciale et de discours promotionnel.

Fin de la guerre des prix ou début de l'inflation?

Avant même l'entrée en application de la loi, les opérateurs économiques sont partagés sur les résultats d'une telle démarche.

Les agriculteurs doutent du poids que peut leur apporter une telle mesure lors des négociations avec les centrales d'achat de la grande distribution.

La grande distribution est elle-même partagée.

« Système U tire les leçons des nouveaux modes de consommation », Source: Les Echos 28 Janvier 2019

« Notre marque U multiplie les contrats avec les producteurs. (...) Nous mettons en œuvre la loi alimentation qui va dans le sens du prix juste et responsable que nous prônons. Il faut aider et conserver notre agriculture. La concurrence va rester vive et les prix ne vont pas grimper en flèche. Le relèvement de 10 % du seuil de revente à perte ne concerne que 1.500 références, soit 7 % de l'offre alimentaire. Les enseignes feront de la péréquation de marge, c'est-à-dire des baisses de prix sur d'autres produits. », Dominique Schelcher, PDG Système U.

Un risque d'inflation

Selon les chiffres de l'**UFC Que choisir**, le relèvement du SRP pourrait se traduire par une **augmentation des prix entre 0,7 Et 2%**. "L'augmentation du prix de revente pourrait ainsi contraindre les consommateurs à réaliser de nouveaux arbitrages et à ajuster leur demande, soit en privilégiant des produits substituables, qui n'auraient pas été directement affectés par la hausse du SRP, et dont les prix augmenteraient alors ; soit en réduisant leur consommation".

Si la mesure est saluée par les grands groupes industriels, elle suscite toutefois le scepticisme des PME.

En France, les TPE / PME représentent 99% du tissu industriel agroalimentaire.

Dans un communiqué, la FEEF (Fédération des Entreprises et des Entrepreneurs de France) craint que la mesure les pénalise plus fortement. "Les marques PME françaises vont voir leur attractivité diminuer, se traduisant par un moindre accès aux linéaires et la réduction du nombre de références PME dans les magasins", explique le syndicat.

Un risque pour le pouvoir d'achat

« Il faut vraiment être trop con, à l'heure des gilets jaunes, pour rajouter des hausses des prix imbéciles sur les produits non agricoles ! », Michel Edouard LECLERC.

Source: la voie du Nord 31 Janvier 2019

D'autres mesures sont prescrites afin de limiter les atteintes à la concurrence et de renforcer l'égalité entre les opérateurs:

- Renforcement des systèmes de révision des prix,
- Révision des conventions entre les fournisseurs et les distributeurs,
- Pénalités de retard de livraison etc..

MIEUX RÉMUNÉRER LES AGRICULTEURS POUR UNE ALIMENTATION SAINE ET DURABLE

MARS 2019.

LES MÉCANISMES PRÉVUS DANS LA LOI

OBJECTIFS



AGRICULTEURS
Juste rémunération
des agriculteurs
Meilleure répartition
de la valeur



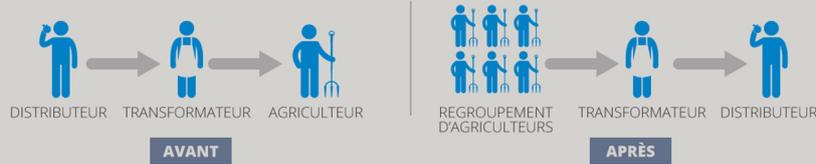
CONSUMMATEURS
Plus de choix
et plus de qualité
Un pouvoir d'achat
préservé

LEVIERS

**REGROUPEMENT
D'AGRICULTEURS**
**INVERSION DE LA
CONSTRUCTION DU PRIX**
**RELÈVEMENT DU SEUIL
DE REVENTE À PERTE**
**ENCADREMENT
DES PROMOTIONS**

INVERSION DE LA CONSTRUCTION DU PRIX

Le contrat et le prix associé seront proposés par le producteur ou le groupement de producteurs.
La détermination du prix s'appuie désormais sur les coûts de production.



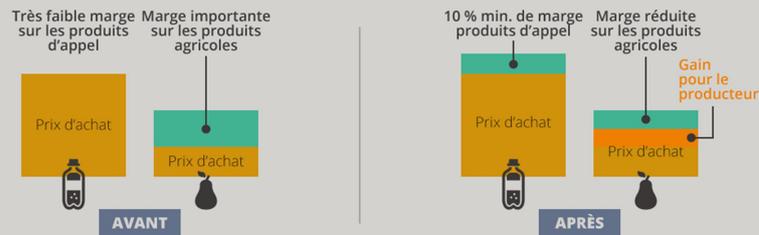
ENCADREMENT DES PROMOTIONS

Encadrer les promotions sur les denrées alimentaires pour empêcher la destruction de valeur
Fin de l'offre 1 acheté 1 gratuit ; seul sera désormais possible 2 achetés 1 gratuit.

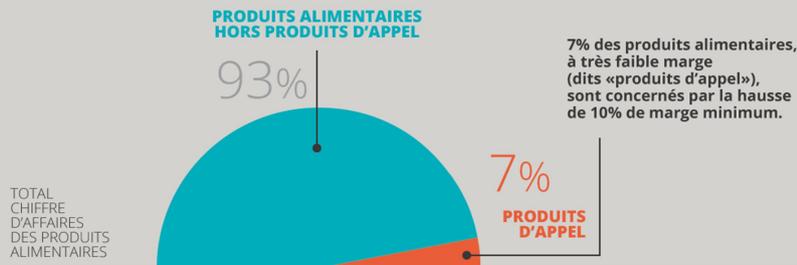


RELÈVEMENT DU SEUIL DE REVENTE À PERTE

Rééquilibrer les marges des distributeurs par la loi et redonner du prix au travail des agriculteurs.



QUELS SONT LES PRODUITS CONCERNÉS PAR LE SEUIL DE REVENTE À PERTE ?



LOI POUR L'ÉQUILIBRE DES RELATIONS COMMERCIALES DANS LE SECTEUR AGRICOLE ET ALIMENTAIRE ET UNE ALIMENTATION Saine ET DURABLE

Permettre aux agriculteurs d'avoir un revenu digne
en répartissant mieux la valeur



Dispositif de **construction du prix** à partir des coûts de production et des prix de marché.



Mission des interprofessions : élaborer des « **indicateurs de référence** » des coûts de production et des indicateurs de marché.



Relèvement du seuil de revente à perte de 10% sur les denrées alimentaires et encadrement des promotions.

Améliorer les conditions sanitaires
et environnementales de production



Interdiction des néonicotinoïdes et produits à mode d'action identique pour protéger la biodiversité et les abeilles.



Séparation des activités de vente et de conseil des produits phytosanitaires, interdiction des rabais, remises et ristournes.



Suspension de l'utilisation de dioxyde de titane dans les produits alimentaires.



Protection des riverains à proximité des zones de traitement phytos.

Renforcer le bien-être animal



Extension du délit de maltraitance animale en élevage aux activités de transport et d'abattage. **Doublement des peines** qui passent à 1 an de prison et 15000 € d'amende.



Possibilité pour les associations de protection animale de se **porter partie civile**.



Désignation d'un **responsable de la protection animale** dans chaque abattoir. Tout employé acquiert un statut de **lanceur d'alerte**.



Expérimentation de la **vidéo-surveillance dans les abattoirs volontaires**.



Interdiction de mise en production de tout bâtiment d'élevage nouveau ou réaménagé de **poules pondeuses en cages**.

Favoriser une alimentation saine,
sûre et durable pour tous



50% de produits locaux ou sous signes d'origine et de qualité (dont bio) dans la restauration collective publique en 2022.



Intensification de la lutte contre le gaspillage alimentaire : dons étendus à la restauration collective et à l'industrie agroalimentaire.



Possibilité d'**emporter les aliments ou boissons non consommés** sur place dans les restaurants et les débits de boissons.

Réduire l'utilisation du plastique
dans le domaine alimentaire



Interdiction des contenants alimentaires de cuisson, de réchauffe et de service en plastique en restauration collective des collectivités locales en 2025.



Interdiction des touillettes et pailles en plastique dans la restauration, la vente à emporter, les cantines et les commerces alimentaires en 2020.



Interdiction des bouteilles d'eau en plastique dans les cantines scolaires en 2020.