

ASSEMBLÉE NATIONALE

22 septembre 2020

D'ACCÉLÉRATION ET DE SIMPLIFICATION DE L'ACTION PUBLIQUE - (N° 3347)

Commission	
Gouvernement	

Tombé

AMENDEMENT**N ° 16**

présenté par

M. Cordier, M. Cinieri, M. Brun, M. Le Fur, M. Sermier, M. Pauget, Mme Anthoine, Mme Bazin-Malgras, M. Jean-Claude Bouchet, Mme Audibert, Mme Boëlle, Mme Kuster, M. Reda, M. Vatin, M. Minot, M. Cattin, Mme Louwagie, M. Dive, M. Ramadier, Mme Meunier, Mme Bonnivard, M. de la Verpillière, M. Vialay, Mme Porte, M. Hetzel, Mme Corneloup, M. Emmanuel Maquet, Mme Dalloz et Mme Beauvais

ARTICLE 44

Supprimer l'alinéa 12.

EXPOSÉ SOMMAIRE

La hausse du seuil de revente à perte (SRP) ainsi que l'encadrement en valeur et en volume des promotions pour les denrées alimentaires sont deux outils qui ont été soutenus par les Jeunes Agriculteurs pendant les EGA et dans la loi qui en a découlé. Ils semblent aller dans le bon sens pour limiter la guerre des prix que se livrent les enseignes de la grande distribution. C'est pourquoi la prolongation de l'expérimentation de ces deux dispositifs est souhaitable. D'autant plus que l'expérimentation en cours de deux ans ne permettra pas la réalisation d'une analyse exhaustive et chiffrée de son impact sur les prix.

En revanche, les agriculteurs souhaitent une reconduction en l'état sans dérogations possibles y compris pour les produits dont la saisonnalité des ventes est fortement marquée. Les promotions ne doivent pas être le seul argument de vente d'un produit mais doivent laisser la place à de réelles stratégies de filières. Sans compter que d'autres outils doivent se développer pour mettre en avant un produit (communication, animation, tête de gondole, etc.). Il faut également « rééduquer » les consommateurs à ne pas favoriser la guerre des prix et à appréhender la valeur d'un produit en faisant un maximum de pédagogie. Revenons aux objectifs des EGA qui étaient notamment de relancer la création de valeur et d'en assurer l'équitable répartition, et de permettre aux agriculteurs de vivre dignement de leur travail par le paiement de prix justes. Une trop grande liberté sur les promotions entraverait ces objectifs.

La DGCCRF, dans ses nouvelles lignes directrices datant du 16 janvier 2020, a précisé que la vente avec prime de lots similaires n'était plus autorisée (à titre d'exemple, deux bouteilles de champagne, qu'il soit brut, demi-sec ou doux, blanc ou rosé, un foie gras entier et un bloc de foie gras, des blancs de poulet et des cuisses de poulet, sont considérés comme des produits similaires). Il faut aller plus loin en faisant de même pour la vente avec prime de lots hétérogènes.