

ASSEMBLÉE NATIONALE

1er août 2018

ÉQUILIBRE DANS LE SECTEUR AGRICOLE ET ALIMENTAIRE - (N° 1175)

Commission	
Gouvernement	

Retiré

AMENDEMENT

N° 77

présenté par

M. Descoeur, M. Straumann, Mme Louwagie, M. Gaultier, M. Verchère, M. Lurton,
M. Schellenberger, M. Sermier, M. Vialay, M. Cinieri, M. Abad, M. Gosselin, M. Thiériot,
M. Leclerc, Mme Meunier, Mme Anthoine, Mme Valentin, M. Bazin, M. Saddier, M. Fasquelle,
Mme Dalloz, M. Emmanuel Maquet, M. Masson, Mme Corneloup, M. Viala, Mme Beauvais,
Mme Lacroute et M. Savignat

ARTICLE 9

À l'alinéa 3, substituer aux mots :

« en valeur et en volume »

les mots :

« , par produit, dans une limite de 34 % en valeur et de 25 % en volumes vendus, ».

EXPOSÉ SOMMAIRE

Les promotions tendent à brouiller la véritable perception du prix chez le consommateur et à accroître les volumes achetés au-delà des véritables besoins. Encadrer les promotions permet de redonner de la rationalité pour le consommateur, qui n'est pas seulement un acheteur mais aussi un citoyen, ce qui en soit est une forme de pouvoir d'achat. D'autre part, les promotions tirent à la baisse le prix du produit concerné par la promotion chez les concurrents du fait d'un mécanisme de concurrence qui favorise la « prédation » dans l'aval de la chaîne alimentaire et poussent ainsi les distributeurs à mettre sous pression leurs fournisseurs pour qu'ils compressent leurs propres marges. Cet effet pervers s'avère particulièrement destructeur pour les agriculteurs situés en amont de la chaîne et qui n'ont pas un pouvoir de marché suffisant pour contrebalancer avec la pression commerciale imposée par les acteurs en aval. Cette disposition du projet de loi est donc bienvenue, mais il est attendu à ce que des engagements chiffrés soient inscrits dans la loi, ce qui n'est pas le cas pour le moment alors que les annonces faites avant la publication du projet évoquaient un encadrement des promotions dans une limite de 34 % du prix et de 25 % des volumes vendus.

