

ASSEMBLÉE NATIONALE

12 janvier 2023

SÉCURISER L'APPROVISIONNEMENT DES FRANÇAIS EN PRODUITS DE GRANDE CONSOMMATION - (N° 684)

Commission	
Gouvernement	

Rejeté

AMENDEMENT

N° 43

présenté par
M. Girardin

ARTICLE ADDITIONNEL**APRÈS L'ARTICLE 2, insérer l'article suivant:**

Le A du II de l'article 125 de la loi n° 2020-1525 du 7 décembre 2020 d'accélération et de simplification de l'action publique est complété par une phrase ainsi rédigée :

« Les dispositions du présent II s'appliquent aux avantages promotionnels, immédiats ou différés, ayant pour effet de réduire le prix de vente au consommateur de denrées alimentaires ou de produits destinés à l'alimentation des animaux de compagnie ainsi que des produits listés à l'article D. 441-9 du code de commerce. »

EXPOSÉ SOMMAIRE

Dans le contexte de crise économique que nous traversons, la souveraineté industrielle et productive est un objectif incontournable des politiques publiques que nous portons. Préserver notre capacité productive, c'est préserver les emplois et la création de valeur sur le territoire nationale.

Les lois Egalim 1 et 2 sont venues successivement encadrer les relations et pratiques commerciales qui régissent les relations entre les agriculteurs, les industriels et les acteurs de la grande distribution afin d'assurer la vente au juste prix par les agriculteurs des produits alimentaires.

La mise en place du seuil de revente à perte plus 10% a eu pour conséquences des modifications dans les pratiques commerciales et les négociations qui peuvent avoir lieu entre les industriels et la grande distribution.

Les produits d'entretien et d'hygiène-beauté vendus en grandes et moyennes surfaces vendant majoritairement des produits alimentaires ne sont pas protégés par les dispositifs d'Égalim1 et Égalim2 : ils ont vu leurs taux promotionnels exploser, pour atteindre en moyenne plus de 45 %,

soit plus du double de celui des produits alimentaires. Le Code de commerce doit permettre que l'ensemble des produits de grande consommation soient soumis aux mêmes principes de négociation dès lors qu'ils sont en relation commerciale avec des distributeurs qui sont eux même soumis aux dispositifs Egalim 1 et Egalim 2. Cette mesure s'inscrit dans le prolongement de l'article L. 441.4 du code de commerce qui rappelle que les PGC sont « des produits non durables à forte fréquence et récurrence de consommation », et reprend la proposition n°12 du rapport de la commission d'enquête parlementaire de l'Assemblée nationale (septembre 2019).

Alors que les coûts de production des produits d'entretien et d'hygiène-beauté ne cessent d'augmenter à cause de l'inflation, le présent vise à mettre fin à la destruction de valeur dans le secteur des produits d'hygiène, des détergents, des produits d'entretien de la maison et des piles électriques en remédiant aux effets collatéraux non voulus de la lois Égalim1 et 2, admis par toutes les parties prenantes, à commencer par les parlementaires, sur la base d'évidences chiffrées. Il étend à tous les PGC l'encadrement des promotions, dans les conditions prévues dans l'article 125 de la loi ASAP.