

ASSEMBLÉE NATIONALE
13 mars 2025

RENFORCER LA STABILITÉ ÉCONOMIQUE ET LA COMPÉTITIVITÉ DU SECTEUR
AGROALIMENTAIRE - (N° 1104)

Commission	
Gouvernement	

Rejeté

AMENDEMENT

N ° 49

présenté par
Mme Brulebois

ARTICLE PREMIER

- I. – Supprimer les alinéas 2 à 8.
- II. – En conséquence, à la première phrase de l’alinéa 18, substituer aux mots :
- « produits de grande consommation »
- les mots :
- « denrées alimentaires ».
- III. – En conséquence, supprimer l’alinéa 24.

EXPOSÉ SOMMAIRE

Le présent amendement permet d’ajuster le calendrier de l’expérimentation en cours qui vise l’encadrement des promotions sur les produits de grande consommation (PGC). Cette expérimentation a en effet été étendue aux produits droguerie, parfum et hygiène (DPH), avec la Loi Descrozaille et il conviendra d’en conserver l’esprit en évitant tout effet de bord tiré d’un calendrier différencié entre produits alimentaires et DPH.

Revenir sur cet alignement de calendrier pour tous les PGC supposerait un retour en arrière avec une guerre des prix qui se déplacerait vers le non-alimentaire et des promotions atteignant parfois - 70 %, voire -90 % comme entre 2019 et 2024. Ces rabais spectaculaires étaient financés par les industriels, ponctionnant leur trésorerie et amputant leurs capacités d’investissement et d’innovation. Les conséquences ont été particulièrement préjudiciables pour les PME de la filière fabriquant en France.

Cette expérimentation ainsi étendue permettra d'élaborer les rapports d'évaluation des effets de l'encadrement prévus par le législateur au 1er octobre de chaque année. Ces bilans seront essentiels et les premiers mois confirment les effets positifs pour les PME qui produisent et innovent au cœur de nos territoires, mais aussi pour les consommateurs.

L'encadrement des promotions a permis de financer des baisses de prix en fond de rayon : en 2024, le rayon DPH a enregistré une déflation totale de -2,5 %, offrant un gain de pouvoir d'achat de près de 300 millions d'euros. Le plafonnement à 34% des promotions sur le rayon DPH a permis au total en 2024 une baisse des prix sur ce segment de produits plus conséquente que la baisse observée sur l'ensemble des produits de grande consommation. En outre, les alternatives promotionnelles n'ont pas disparu : cagnottage, remises immédiates, programmes de fidélité et primes ont pris le relais, répondant aux attentes des consommateurs.

Préserver cette mesure est essentiel pour la compétitivité des 4200 entreprises fabricant des produits du DPH, dont une écrasante majorité de PME et de TPE, répartis sur l'ensemble du territoire (82 % de PME/TPE pour la filière cosmétique, 84% de PME/TPE pour la filière hygiène et entretien). La filière du DPH en France représente 246 600 emplois en France. Cet encadrement protège leurs marges, favorise l'innovation et soutient l'emploi local sans coût pour l'État.

Enfin cet amendement permet de corriger une incohérence de rédaction qui ciblait l'ensemble des PGC alors même que la disposition s'adresse aux seuls produits alimentaires et sa filière amont.