



ASSEMBLÉE NATIONALE

14ème législature

prix

Question écrite n° 84698

Texte de la question

M. Guillaume Chevrollier attire l'attention de M. le ministre de l'agriculture, de l'agroalimentaire et de la forêt, porte-parole du Gouvernement sur la nécessité de mettre en place un encadrement des niveaux et des périodes de promotion. En effet, les promotions permanentes et excessives affichées par la grande distribution donnent un mauvais signal prix au consommateur et tirent l'ensemble des prix vers le bas. Il lui demande si le Gouvernement entend mettre en œuvre cet encadrement.

Texte de la réponse

Dans le contexte de crise actuel, les consommateurs portent une attention certaine aux coûts des aliments. C'est ainsi que s'est développée une « guerre des prix » entre les différentes enseignes de la grande distribution. Pour attirer les consommateurs, elles ont décidé de mener une politique de prix bas notamment en promotionnant certains produits. Il s'agit notamment de la viande fraîche de porc qui était vendue en promotion sur de longues durées. Cette pratique est destructrice de valeur tant en cela qu'elle entraîne, chez le consommateur, une perte de repère du coût réel de production des produits alimentaires et également en mettant en danger l'équilibre économique des filières et en diminuant leur capacité à investir dans l'outil de production. L'article L. 441-2 du code de commerce encadre la publicité à destination du consommateur sur les produits alimentaires périssables. Il encadre notamment la possibilité de faire de la publicité hors du lieu de vente sur le prix des fruits et légumes produits en France. L'annonce du prix hors du lieu de vente d'un fruit ou d'un légume frais, ayant fait l'objet d'un accord sur le prix de cession, n'est autorisée que 72 heures avant l'application du prix en magasin sans pouvoir excéder 5 jours à partir de cette date. Il s'agit d'éviter une course au prix bas entre les différentes enseignes qui affaiblirait la filière. Il offre également la possibilité de fixer, par un arrêté interministériel ou à défaut préfectoral, pour certains produits la périodicité et la durée d'opérations proportionnelles, lorsque ces dernières sont susceptibles, par leur ampleur ou leur fréquence, de désorganiser les marchés pour les produits concernés. À l'occasion de la table ronde sur la filière porcine qui s'est tenue en mars 2015, il a été fait le constat que, dans ce secteur, les promotions permanentes fragilisent la filière. Le ministre de l'agriculture, de l'agroalimentaire et de la forêt, porte-parole du Gouvernement, a demandé à l'interprofession porcine de trouver un accord encadrant ces promotions. Dans le cas contraire, un arrêté interministériel serait pris. En l'absence d'accord, le ministre en charge de l'agriculture a signé, le 10 juin 2015, conjointement avec le ministre en charge de l'économie, un arrêté encadrant les promotions. Les opérations promotionnelles, lorsqu'elles mettent en avant un prix de vente au consommateur inférieur à la moitié du prix moyen pratiqué hors promotion, peuvent se dérouler du 1er janvier au 31 janvier et du 1er septembre au 30 septembre. En effet, si elles sont utiles au sortir de l'été et après les fêtes de fin d'année pour désengorger le marché, les promotions permanentes sont destructrices de valeur le reste de l'année. C'est la première fois qu'un tel arrêté est pris. Il s'accompagnera d'actions de contrôle afin de lutter contre d'éventuelles reventes à perte. Cet encadrement s'applique jusqu'au 11 juin 2016.

Données clés

Auteur : [M. Guillaume Chevrollier](#)

Circonscription : Mayenne (2^e circonscription) - Les Républicains

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 84698

Rubrique : Agriculture

Ministère interrogé : Agriculture, agroalimentaire et forêt

Ministère attributaire : Agriculture, agroalimentaire et forêt

[Date\(s\) clé\(s\)](#)

Question publiée au JO le : [14 juillet 2015](#), page 5325

Réponse publiée au JO le : [17 novembre 2015](#), page 8342