



Promotions et SRP : l'expérimentation pourra être prolongée

Encadrement des promotions et relèvement du seuil de revente à perte : possible poursuite de l'aventure après 2021 et aménagements du dispositif !



Valérie Ledoux, associée au cabinet Racine.

© DR

Depuis l'entrée en vigueur de l'ordonnance numéro 2018-1128 du 12 décembre 2018 (« l'Ordonnance »), le seuil de revente à perte pour les produits alimentaires et le petfood est relevé de 10 %. De plus, les promotions sur ces mêmes produits sont encadrées en valeur (34 %) et en volume (25 %).

À date, les premiers effets de l'application de l'Ordonnance ont pu être mesurés. La déflation a pris fin pour laisser place à l'inflation, en particulier pour les produits de grandes marques (étude Nielsen). Alors que, pour

[Visualiser l'article](#)

ces produits, la déflation avait atteint -15 % en cumulé, l'augmentation de prix a pu dépasser 10 % en 2019 pour certaines références en hypermarchés.

La pratique promotionnelle des acteurs a évolué. Logiquement, le nombre de ventes de produits alimentaires en promotion a baissé (avec un taux de 20 %). Les promotions portent davantage sur les produits d'entretien et d'hygiène, non soumis à l'Ordonnance. Le cagnottage, les « prix choc » et les ventes avec prime se développent, de manière à contourner l'application de l'Ordonnance.

Les produits à marque de distributeur (MDD) retrouvent une « forte compétitivité » (rapport d'information du Sénat – 30/10/2019). En effet, le retour de l'inflation sur les produits de grandes marques réduit l'écart de prix avec les produits MDD. Le Sénat précise que cette revalorisation des produits MDD pourrait amener les distributeurs à faire évoluer leur stratégie : ils se focaliseront sans doute sur le développement des gammes MDD et moins sur les promotions des grandes marques.

Pas plus de 14 mois

Si l'encadrement en valeur (à hauteur de 34 %) ne semble pas avoir posé de difficultés particulières, l'encadrement en volume (à hauteur de 25 %) a en revanche pénalisé les PME. Le rythme de leur croissance en valeur sur les neuf premiers mois de l'année 2019 a été divisé par deux par rapport à la même période en 2018 (étude Nielsen). Les fournisseurs de produits saisonniers ont également été très impactés par cet encadrement en volume. Ils ont ainsi subi une chute de leur chiffre d'affaires en début d'année 2019.

Les mesures de l'Ordonnance devaient en principe s'appliquer pendant une durée de 2 ans, soit jusqu'au début de l'année 2021, mais le gouvernement a souhaité pouvoir prolonger cette durée. C'est la raison pour laquelle il a présenté, le 7 mai 2020, un projet de loi l'habilitant à prolonger, par voie d'ordonnance, la durée d'application de l'Ordonnance. Le projet de loi, définitivement adopté par le Sénat le 10 juin, limite cette prolongation à 14 mois.

Aménagement pour les produits saisonniers

Cette prolongation permettra « de disposer d'un recul plus important sur [les] évolutions de prix » provoquées par les mesures de l'Ordonnance. En outre, les données statistiques sur les revenus des agriculteurs sont disponibles avec 2 ans de décalage et les derniers textes d'application de la loi Egalim du 30 octobre 2018 n'ont été adoptés qu'en avril 2019. Une période d'expérimentation de 2 ans n'était donc pas suffisante pour apprécier les effets de l'Ordonnance de ce point de vue.

De plus, le projet de loi habilite le gouvernement à renforcer le contrôle du respect de l'Ordonnance. Étant précisé qu'en 2019, pas moins de 5 500 contrôles ont été menés par la DGCCRF.

Enfin, le gouvernement sera habilité à modifier les dispositions relatives à l'encadrement en volume des promotions afin de « faciliter la commercialisation de certains produits, notamment pour les denrées alimentaires dont la vente présente un caractère saisonnier marqué », ce qui permettrait de limiter les effets négatifs que l'Ordonnance a eus à l'égard des fournisseurs de produits saisonniers.

Enfin, un rapport d'évaluation plus complet sur les effets de l'Ordonnance devra être remis au Parlement avant le 1^{er} octobre 2020.

Le cabinet Racine

Racine est un cabinet d'avocats indépendant spécialisé en droit des affaires, qui regroupe plus de 200 professionnels du droit dans sept bureaux (Paris, Bordeaux, Lyon, Marseille, Nantes, Strasbourg et Bruxelles),

www.reussir.fr
Pays : France
Dynamisme : 30



[Visualiser l'article](#)

dont 30 associés et 70 collaborateurs à Paris. Valérie Ledoux, associée et co-managing partner du cabinet, y traite des questions relatives à la concurrence, la distribution, aux contrats et à la propriété intellectuelle et industrielle, auprès de grandes entreprises, notamment dans les secteurs de l'agroalimentaire, de la distribution, du luxe, du e-commerce et des médias. Avocate au barreau de Paris et de Bruxelles, elle est membre de l'Association française d'étude de la concurrence et membre de l'Association des avocats pratiquant le droit de la concurrence.

Racine - 40, rue de Courcelles - 75008 Paris - www.racine.eu