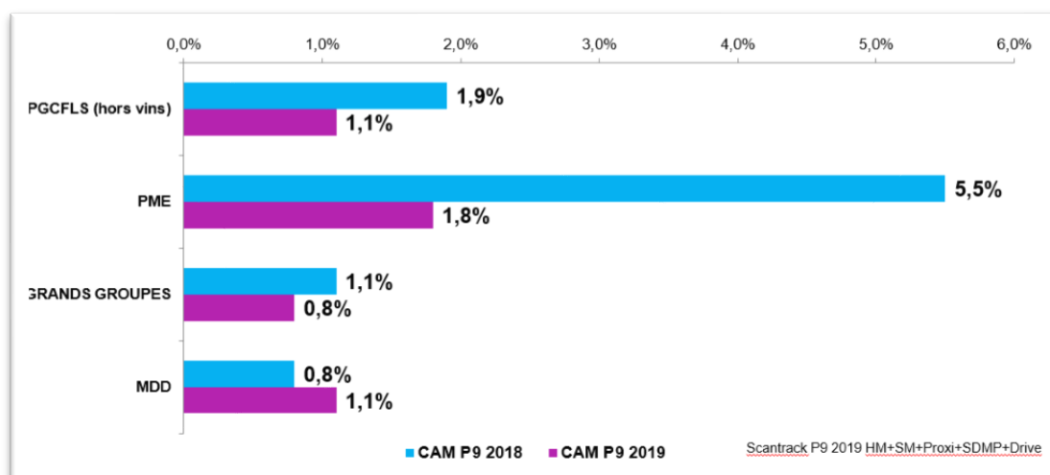


EGAlim, 1 an après : Coup d'arrêt à la croissance des PME

Les craintes exprimées lors des Etats Généraux de l'Alimentation par la FEEF (Fédération des Entreprises et Entrepreneurs de France) qui représente les fournisseurs PME de la distribution se confirment. **La loi EGAlim, entrée en vigueur il y a un an, fragilise les marques PME françaises qui voient diviser par 3 leur taux de croissance et chuter leur nombre de nouvelles références, après une croissance ininterrompue depuis cinq ans.** Les raisons principales : le relèvement de 10% du SRP (Seuil de Revente à Perte) qui profite aux multinationales et l'encadrement en volume des promotions de 25% qui crée une barrière à l'entrée pour les PME.

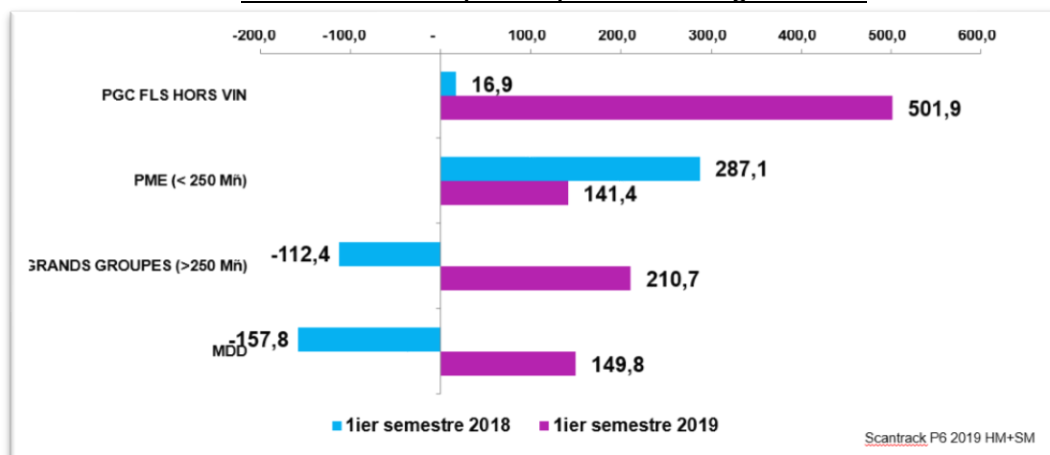
- **Division par 3 du taux de croissance des marques PME qui passe de 5,5% en 2018 à 1,8% en 2019**

% évolution valeur CAM P9 2018 vs CAM P9 2019 – HMSM+PROXI+DRIVE+SDMP



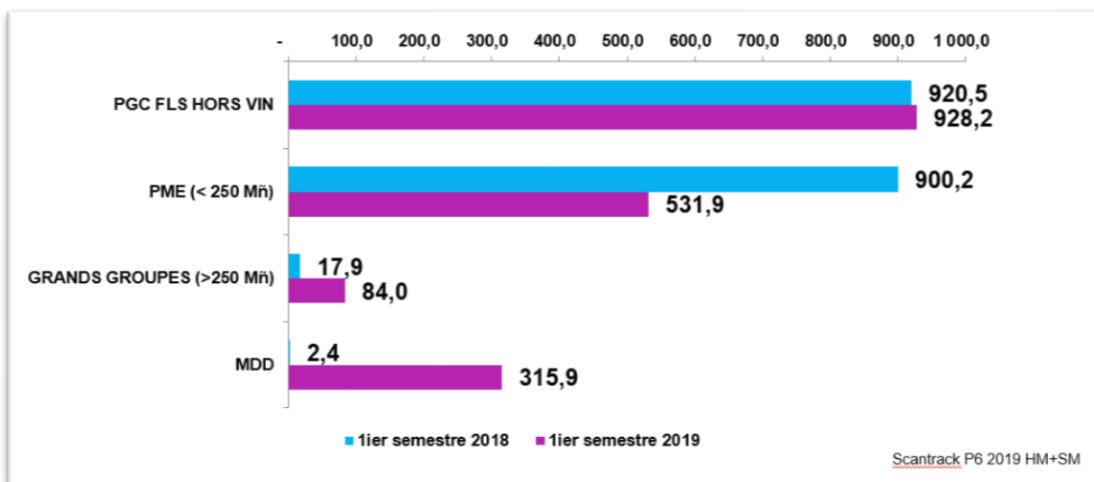
- **Au 1^{er} semestre 2019, la forte croissance du PGC se fait aux dépens des marques de PME qui tiraient le marché et qui ont divisé par 2 leurs gains, maintenant inférieurs à ceux des autres intervenants**

Evolution en valeur (millions) vs an-1 – Enseignes HMSM



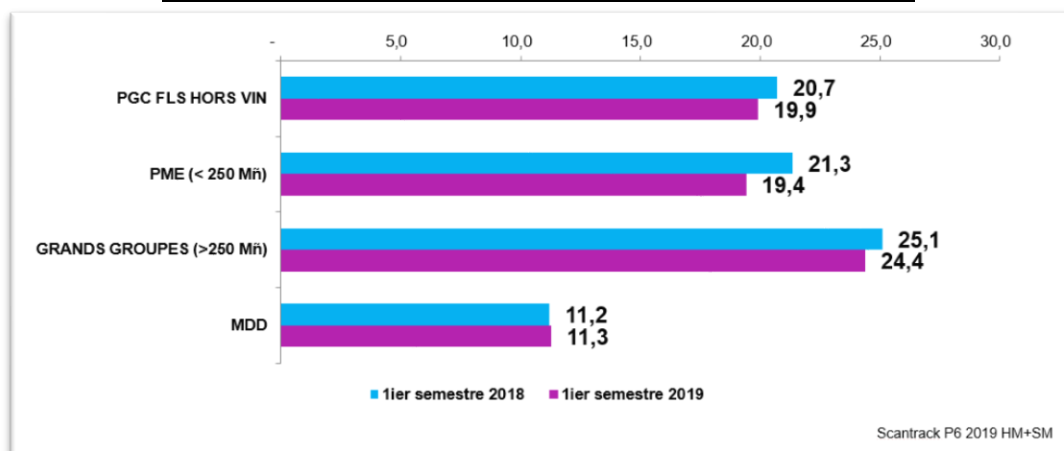
La réduction de plus de 40% du référencement de nouvelles références explique la baisse de croissance des marques PME au 1^{er} semestre 2019

Evolution nb de réfs vs an-1 – Enseignes HMSM



Depuis l'entrée en vigueur d'EGAlim, le poids des ventes sous promotions des PME s'est nettement plus réduit que chez les autres intervenants : -1,9 point à 19,4% vs -0,4 point à 24,4% (grands groupes)

Evolution poids des ventes valeur promo vs an-1 – Enseignes HMSM



« Ces chiffres attestent qu'en manipulant les indicateurs de prix et de marché par des réglementations, on a fini par complètement dérégler le commerce ! Cela se fait au détriment des territoires sur lesquels l'empreinte économique et sociale des PME est déterminante, de l'emploi local et, enfin, des consommateurs qui veulent de la différenciation et des produits français. **Le seul moyen d'enrayer cette chute est de sortir de l'encadrement en volume des promotions et de reconnaître que la création de valeur s'exprime par le tarif fournisseur dont la date d'application devrait être immédiate** », explique Dominique Amirault, Président de la FEEF.

La FEEF (Fédération des Entreprises et Entrepreneurs de France) représente les Entrepreneurs PME des territoires, fournisseurs alimentaires et non-alimentaires de la grande consommation. Cela correspond à **20 000** entreprises françaises, **100** milliards d'euros de chiffre d'affaires et **250 000** emplois répartis dans nos régions. Véritable vivier d'entreprises stratégiques pour la croissance et la compétitivité, il s'agit d'**entreprises implantées industriellement en France qui ne délocalisent pas, innovent, vitalisent les territoires et dont le modèle de développement économique se caractérise par une vision de long terme.**