

Relations Industrie-commerce

Loi EGAlim

L'encadrement des promotions pénalise les PME, au détriment des agriculteurs et des consommateurs

L'encadrement en volume des promotions de 25% pénalise fortement les PME ancrées dans les territoires (98% des fournisseurs) se traduisant par des effets pervers pour les agriculteurs et au bénéfice des multinationales. Un très grand nombre de PME sont aujourd'hui impactées. Il y a urgence à agir ! La FEEF demande la suppression immédiate du dispositif expérimental d'encadrement en volume des promotions de 25% pour assurer la pérennité du tissu industriel des PME françaises et atteindre l'objectif d'EGAlim de revalorisation des revenus agricoles.

La promotion en volume n'est pas synonyme de baisse de prix pour l'agriculteur

Lorsque l'industriel s'approvisionne auprès du producteur, il achète un volume d'achat global annuel : **il n'achète pas un volume différent pour ses produits vendus en permanent et en promotion**. Il n'y a donc aucune demande de baisse de prix à l'amont agricole liée à la promotion en volume.

En revanche, **la baisse des volumes de vente des produits et du chiffre d'affaires de l'industriel PME, liée à l'encadrement en volume des promotions, va produire des effets pervers pour les agriculteurs.**

Pour Philippe Heimburger, Président des pâtes Grand'Mère : *« En tant que PME, nous nous approvisionnons essentiellement en circuits courts : œufs origine France, Blé Dur France et même Alsace. Il est évident que si mes volumes régressent, automatiquement mes achats vont diminuer auprès des agriculteurs français, entraînant in fine une baisse du revenu agricole ».*

L'encadrement en volume des promotions freine l'accès au marché des marques PME limitant leur visibilité auprès du consommateur en attente de marques locales

L'encadrement en volume des promotions revient à avoir supprimé le principal, voire unique, outil de développement commercial à la portée d'une PME pour faire connaître ses produits ; d'autant plus que les marques PME sont peu connues, donc substituables, contrairement aux grandes marques.

« Nous sommes une PME et n'avons pas les moyens de faire de la communication publicitaire Grand Public (télévision, affichage, magazines) contrairement aux multinationales. Notre seul moyen pour accélérer la diffusion de nos produits dans les magasins est d'être présent dans les prospectus promotionnels. Aujourd'hui, avec le plafonnement à 25%, nous n'avons plus accès aux prospectus et donc aux consommateurs. C'est un réel frein au développement de notre entreprise, implantée en Bretagne, empêchant tout ruissellement auprès de nos fournisseurs situés dans le Grand Ouest » souligne Valérie Le Graët (Directrice générale du Groupe Le Graët).

Ainsi, au total, depuis l'entrée en vigueur d'EGAlim, les marques PME réalisent moins de chiffres d'affaires en promotion (-1,9 points par rapport à 2018, selon Nielsen).

Ce constat est particulièrement préoccupant pour les produits festifs se vendant structurellement en promotion. Ces filières (foie gras, champagne,...) constatent une baisse de chiffre d'affaires en moyenne de 30% depuis EGAlim.

« L'encadrement en volume des promotions a des conséquences très négatives pour les produits festifs, présents en magasin durant une période très courte. L'ensemble de la filière foie gras en souffre : les producteurs et les industriels PME. La réalité de la loi produit ainsi des effets contraires à l'esprit de la loi », explique Arthur d'Espous, Directeur général de Larnaudie.

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.**

Contact presse FEEF : Virginie Feuillebois - vfeuillebois@feef.org - 01 47 42 43 33 - 06 11 59 13 56