



## 14ème législature

<b>Question N° :</b> <b>85691</b>	De <b>M. Jacques Cresta</b> ( Socialiste, républicain et citoyen - Pyrénées-Orientales )	<b>Question écrite</b>
<b>Ministère interrogé</b> > Agriculture, agroalimentaire et forêt		<b>Ministère attributaire</b> > Commerce, artisanat, consommation et économie sociale et solidaire
<b>Rubrique</b> > consommation	<b>Tête d'analyse</b> > information des consommateurs	<b>Analyse</b> > produits alimentaires. étiquetage. informations sur le prix de vente.
Question publiée au JO le : <b>28/07/2015</b> Réponse publiée au JO le : <b>15/09/2015</b> page : <b>7005</b> Date de changement d'attribution : <b>04/08/2015</b>		

### Texte de la question

M. Jacques Cresta attire l'attention de M. le ministre de l'agriculture, de l'agroalimentaire et de la forêt, porte-parole du Gouvernement sur l'information portée aux consommateurs de produits agroalimentaires. Les médias se font régulièrement l'écho de manifestations d'agriculteurs qui dénoncent le faible prix de vente de leurs produits et les fortes marges de la grande distribution. Ils accusent en effet les enseignes de la grande distribution de chercher à pratiquer les prix les plus bas possibles, cela au détriment de la rentabilité et de la survie des exploitations agricoles. Certains producteurs se voient ainsi contraints de vendre à perte. Cette problématique est particulièrement prégnante dans les Pyrénées-Orientales qui est un des plus gros producteurs de pêche et nectarine en France et qui, en raison de sa position frontalière, est également concurrencé par des produits provenant d'Espagne. Dans une perspective de valorisation des produits français et de la filière courte, il est important que le consommateur, au moment de son achat, soit correctement informé et connaisse le prix de vente réalisé par chacun des membres de la chaîne de distribution : producteur, intermédiaires, distributeur ainsi que la taxe sur la valeur ajoutée. Cela pourrait faire l'objet d'un étiquetage spécifique qui permettrait une juste information du consommateur, un choix citoyen mais également un atout commercial pour les grandes surfaces. Il souhaite connaître l'avis du Gouvernement sur cette proposition et les mesures qu'il compte mettre en place pour préserver les producteurs français de produits agroalimentaires.

### Texte de la réponse

S'agissant de l'information des consommateurs sur les prix de vente réalisée tout au long de la chaîne de distribution, l'article L. 410-2 du code de commerce dispose que les prix sont librement déterminés par le jeu de la concurrence, à l'exception des prix réglementés par l'Etat. Parallèlement, l'article L. 420-1 du même code interdit les ententes ayant pour objet ou pour effet, notamment, de faire obstacle à la fixation des prix par le libre jeu du marché en favorisant artificiellement leur hausse ou leur baisse. L'affichage des prix de vente réalisé à chaque stade de la chaîne de distribution aboutirait à une transparence du marché, dont les autorités de concurrence ont estimé à plusieurs reprises qu'elle était de nature à favoriser les ententes entre entreprises. En effet, chaque intermédiaire est non seulement informé de la politique tarifaire et des marges de ses partenaires commerciaux, mais aussi de celles de ses concurrents. Cette situation pourrait conduire les opérateurs d'un même niveau à exercer des pressions sur leurs concurrents dont les prix de vente seraient estimés trop bas. Cet alignement artificiel des prix vers le haut se ferait au détriment des entreprises les plus compétitives et des consommateurs et une telle entente tomberait sous le

coup de l'interdiction des pratiques anticoncurrentielles, exposant les contrevenants à des sanctions sévères. De leur côté, les distributeurs pourraient être incités à exiger de leurs fournisseurs les mêmes avantages tarifaires que ceux obtenus le cas échéant par leurs concurrents, contribuant ainsi à une diminution des marges en amont, ce qui pourrait avoir in fine un effet inverse à celui recherché par la mesure envisagée au stade de la production. Enfin, en ce qui concerne les consommateurs, il convient de rappeler qu'en 1999 des mesures visant à un double étiquetage comportant l'indication du prix d'achat réel et du prix de vente ont été prises pour certains produits du secteur des fruits et légumes. Ce double étiquetage n'est resté en vigueur que deux mois et a été supprimé compte tenu des difficultés liées à sa mise en oeuvre. D'une part, le respect du secret des affaires ne permettait pas au distributeur, situé en aval de la filière, de connaître le prix de première cession du produit pour en faire état sur l'étiquetage. D'autre part, le dispositif a créé une confusion dans l'esprit des consommateurs par la pluralité des prix affichés. S'agissant des mesures de soutien aux producteurs de produits agricoles, le Gouvernement a adopté le 22 juillet 2015 un plan de soutien à l'élevage, fondé à la fois sur des mesures d'urgence visant à pallier les difficultés financières des éleveurs (report de cotisations sociales, renforcement du fonds d'allègement de charges, ...) et sur des mesures structurelles de plus long terme visant à restaurer la compétitivité des filières (action de promotions à l'export, amélioration des relations commerciales et contractuelles...). Le Gouvernement entend également donner suite à l'une des constatations du rapport remis par le médiateur des relations commerciales agricoles le 21 juillet 2015, en mobilisant les services de l'Etat et des collectivités locales pour promouvoir l'approvisionnement local, dans le respect des règles des marchés publics.