La Loi Egalim réglemente la vente des aliments

Au 1er Janvier 2019, les premières mesures de la Loi Egalim pour limiter les remises possibles lors de la vente d'aliments aux particuliers sont entrées en vigueur. Elles s'appliquent bien sûr aux ventes des vétérinaires à leurs clients.

Les promotions possibles sur les aliments pour animaux de compagnie sont désormais encadrées en France. A partir du 1er janvier, elles sont limitées à 34% en valeur et 25% en volume.

En complément, au plus tard le 1er juin 2019, le seuil de revente à perte sur ces mêmes produits sera fixé à 1,10.

Ces mesures ont été prises par l'ordonnance du 12 décembre 2018(1), en application de l'article 15 de la loi dite Loi Egalim(2) «pour l'équilibre des relations commerciales dans le secteur agricole et alimentaire et une alimentation saine, durable et accessible à tous».

Vente aux particuliers

Ces dispositions s'appliquent uniquement à la vente aux consommateurs d'aliments destinés aux animaux de compagnie. Les conditions commerciales accordées aux vétérinaires par les producteurs ou les centrales ne sont donc pas concernées. Ce n'est pas non plus le cas de la vente d'aliments destinés aux animaux de production.

Les mesures s'appliquent à la vente de tout le pet-food, physiologique ou diététique, y compris les aliments destinés aux nacs ainsi que des aliments complémentaires. Sont donc inclus tous les produits minéraux et vitaminiques, phytothérapeutiques ou de soutien aux fonctions urinaires, hépatiques, etc. qui ont statut d'aliments en vertu du réglement européen R767/2009.

Par ailleurs, la réglementation concerne tous les avantages promotionnels «immédiats ou différés», «le cas échéant cumulés», «qu'ils soient accordés par le fournisseur ou le distributeur».

En pratique, cela signifie que la base de calcul doit inclure à la fois les offres proposées au consommateur par les fabricants (paquet ou lot promotionnel) et celles proposées ensuite par le vétérinaire, y compris les avantages différés, comme un rabais accordé pour récompenser la fidélité d'un client.

34% en valeur

L'ordonnance du 12 décembre limite ces avantages promotionnels, en valeur, à 34% du prix de vente au consommateur «ou à une augmentation de la quantité vendue équivalente». Si le prix de vente habituel d'un aliment est de 100€, il ne peut donc plus être vendu à moins de 66€, tous rabais cumulés.

Les promotions de type «1 acheté + 1 offert» ne sont ainsi plus autorisées, puisqu'elles équivalaient à un rabais de -50%. Ce type d'offre est désormais limité, au maximum, à «2 achetés + 1 offert» (soit 33% de remise).

25% en volume

En complément, la réglementation limite aussi à 25% les promotions en volume. Les avantages promotionnels portent sur des produits «ne représentant pas plus de 25% du chiffre d'affaire prévisionnel fixé par la convention prévue à l'article L. 441-7 du Code de Commerce».
La base de calcul de ces 25% est donc le chiffre d'affaire annuel prévisionnel fixé par le revendeur (le vétérinaire) avec son ou ses fournisseurs d'aliments (pet-fooders, centrales), dans le cadre de ses contrats.

Concrètement si le contrat commercial entre le vétérinaire et un de ses fournisseurs prévoit des achats par le vétérinaire de 10.000 € d'aliments sur l'année, au maximum 25% de ces aliments (correspondant à 2.500€ en valeur à l'achat, quels que soient la marge et les prix de revente), pourront être revendus par le vétérinaire assortis d'une promotion (qu'il s'agisse d'offres promos conçues directement par le producteur ou proposées ensuite par le vétérinaire).

Les limitations en valeur et en volume ne s'excluent pas. Le seuil des 25% s'applique donc quel que soit le niveau des promotions, même minimes ou différées.

Il est utile de préciser que ces limitations en valeur et en volume «ne s'appliquent pas aux produits périssables et menacés d'altération rapide, à condition que l'avantage promotionnel ne fasse l'objet d'aucune publicité ou annonce à l'extérieur du point de vente». Les remises accordées en date limite de consommation sont donc exclues de la base réglementaire.

Seuil de revente à perte

La troisième mesure importante de ces textes concerne le seuil de revente à perte. Il est prévu qu'il soit relevé de 10%, toujours pour la vente aux consommateurs. Cette mesure doit faire l'objet, pour entrer définitivement en vigueur, de la publication d'un décret d'application. Néanmoins, l'ordonnance prévoit qu'elle entre en application, au plus tard, le 1er Juin 2019.

Tenant compte de la réglementation actuelle, le seuil de revente à perte sur les aliments pour animaux de compagnie devra donc être relevé à 110%. Un aliment acheté 100€ (en triple net, voir encadré), ne pourra pas être revendu moins de 110€ à un consommateur.

Toutes ces mesures s'appliquent pour une durée de 2 ans et feront l'objet d'une évaluation par le Gouvernement avant la fin de la période. Par ailleurs, les limites en valeur et en volume pourront être levées par le Conseil d'État dans le cas où l'évolution du marché les rendrait trop défavorables aux différents acteurs de la filière.

Christel BUREAU, Directrice Qualité Clients
Emmanuel THEBAUD, Directeur Marketing

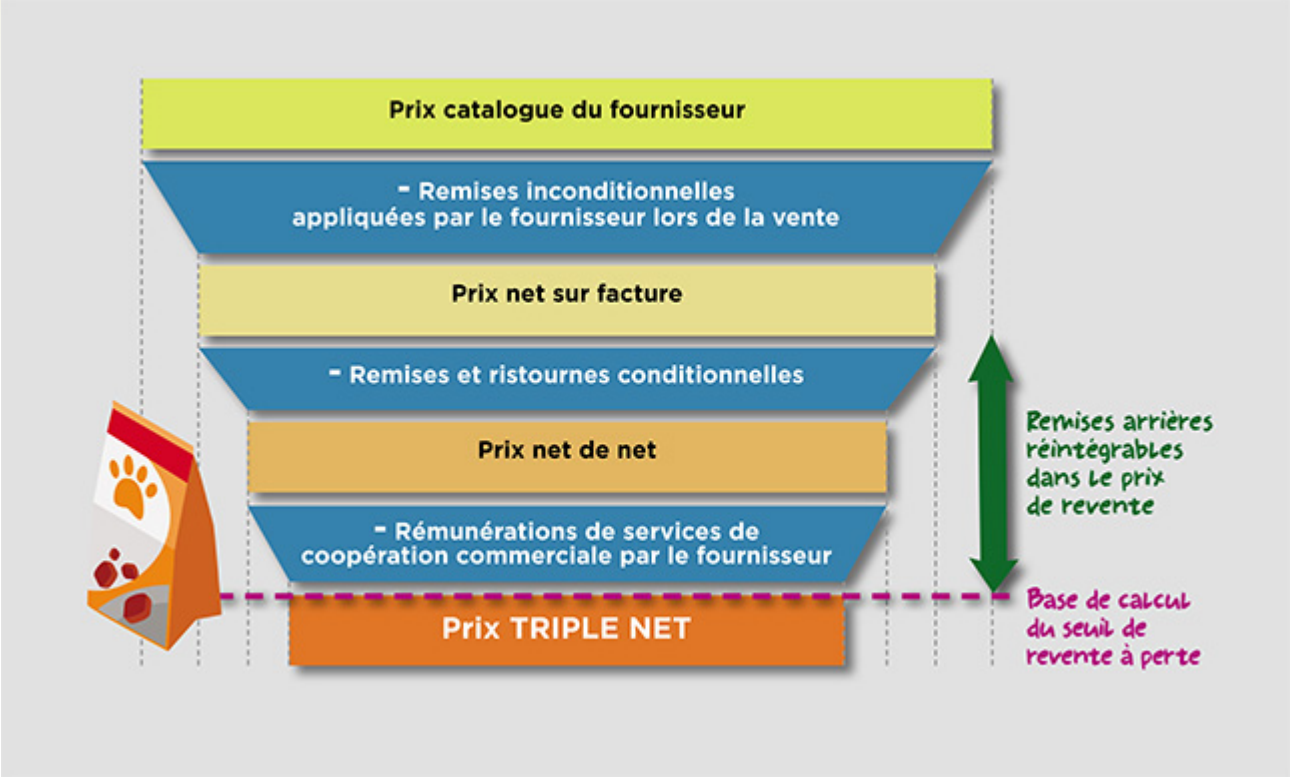
(1) Ordonnance n°2018-1128 du 12 décembre 2018 relative au relèvement du seuil de revente à perte et à l'encadrement des promotions pour les denrées et certains produits alimentaires. J.O. du 13/12/2018.

(2) LOI n°2018-938 du 30 octobre 2018 pour l'équilibre des relations commerciales dans le secteur agricole et alimentaire et une alimentation saine, durable et accessible à tous. J.O. du 01/11/2018.

Le seuil de revente à perte s'applique sur le triple net

Depuis la Loi Chatel, du 3 janvier 2008, le seuil de revente à perte s'applique sur la base du «prix d'achat effectif». L'article L442-2 du Code de Commerce le définit comme «le prix unitaire net figurant sur la facture d'achat, minoré du montant de l'ensemble des autres avantages financiers consentis par le vendeur exprimé en pourcentage du prix unitaire net du produit et majoré des taxes sur le chiffre d'affaires, des taxes spécifiques afférentes à cette revente et du prix du transport».

La base de calcul est donc le «triple net», le prix d'achat après déduction de toutes les remises arrières, y compris la rémunération de services de coopération commerciale (eux-mêmes définis par l'article L441-7 2° du Code de Commerce).



Cet article est accessible par cette URL : http://www.coveto.fr/article-la-loi-egalim-reglemente-la-vente-des-aliments-1858-215.html