

Les promotions sur les produits d'hygiène et d'entretien sont encadrées



© 2024 Les Echos Publishing

Depuis le 1^{er} janvier 2019, les promotions, c'est-à-dire les avantages ayant pour effet de réduire le prix de vente au consommateur, des denrées alimentaires ou des produits destinés à l'alimentation des animaux de compagnie sont encadrées tant en valeur qu'en volume. Ainsi, elles ne peuvent pas être supérieures à 34 % du prix de vente au consommateur. Elles sont également limitées à 25 % en volume.

À compter du 1^{er} mars 2024, cette mesure d'encadrement est étendue aux produits de grande consommation non alimentaires, autrement dit aux produits d'hygiène et d'entretien (lessive, gel douche, savons, shampoings, dentifrices, parfums, couches...).

Introduite par la loi Egalim 3 du 30 mars 2023, cette mesure vise à protéger les industriels, en particulier les petites et moyennes entreprises, des remises excessives qui peuvent être pratiquées par la grande distribution et qui leur sont donc demandées. Car ce sont les fournisseurs, et non les distributeurs, qui les supportent.

En revanche, les consommateurs sont perdants puisqu'ils ne pourront plus bénéficier des promotions importantes auxquelles ils étaient habitués. Une mauvaise nouvelle pour eux, d'autant

que l'inflation, même si elle est en recul, reste forte (2,9 % sur un an en février 2024).

De leur côté, les distributeurs voient d'un mauvais œil l'entrée en application de cette mesure. Ils avaient d'ailleurs exprimé leur colère à l'époque du vote de la loi, dénonçant « une mesure irresponsable et inflationniste ».

[Art. 7, loi n° 2023-221 du 30 mars 2023, JO du 31](#)

© 2024 Les Echos Publishing