

Séance du 11 mai 2016 : les circuits de distribution des produits alimentaires

SÉANCES PUBLIQUES

PUBLIÉE LE 11/05/2016

Saisine liée : [LES CIRCUITS DE DISTRIBUTION DES PRODUITS ALIMENTAIRES](#)

Revoir l'intégralité des débats

Projet d'avis rapporté par [M. Albert Ritzenthaler](#) au nom de la [section de l'agriculture, de la pêche et de l'alimentation](#), présidée par [M. Etienne Gangneron](#)

Ordre du jour (chapitres vidéos) :

[Communications du Président](#)

[Présentation de l'avis](#)

[Déclarations des groupes](#)

[Vote de l'assemblée](#)

Redonner sens, valeur et confiance à l'alimentation, telle est la demande exprimée de plus en plus fortement par les consommateurs français, mais aussi par la plupart des acteurs des circuits de distribution des produits alimentaires.

[La Loi de Modernisation de l'Economie de 2008 \(LME\)](#) a modifié les relations fournisseurs-distributeurs dans un contexte de guerre des prix, en réduisant les marges à un niveau historiquement bas sans pour autant que le consommateur en perçoive vraiment les bénéfices. Cette concurrence exacerbée a engendré des conséquences néfastes pour l'ensemble des acteurs du secteur. Par ailleurs, certains scandales alimentaires ont suscité la défiance des consommateurs qui demandent à être mieux informés.

Enfin, le cadre réglementaire de la distribution a beaucoup évolué ces dernières années, sans pour autant qu'un équilibre satisfaisant pour tous les acteurs ne soit trouvé. Ces dernières semaines encore, une proposition de loi visant à « mieux définir l'abus de dépendance économique » entre un fournisseur et son distributeur était discutée au Parlement, soulevant l'opposition d'une grande partie des acteurs de la filière. Face aux enjeux considérables auxquels sont confrontés les circuits de distribution, la section de l'agriculture, de la pêche et de l'alimentation formule un ensemble de recommandations concrètes pour favoriser les dispositifs qui garantiront une répartition équitable de la chaîne de valeur et qui contribueront à renforcer la confiance des consommateurs.