



OBSERVATOIRE DES PRIX, DES MARGES  
ET DES REVENUS DE LA REUNION

## Avis sur le Bouclier Qualité-Prix (BQP)

Vu le décret n°2012-1459 du 26 décembre 2012 relatif aux accords annuels de modération des prix des produits de grande consommation prévus à l'article L.410-5 du code du commerce ;

Vu le décret n° 2025-719 du 29 juillet 2025 relatif aux accords annuels de modération de prix de produits de grande consommation de l'article L. 410-5 du code de commerce vise à renforcer le bouclier qualité prix (BQP).

Vu la lettre du 21 novembre 2025 par laquelle le préfet de La Réunion l'a saisi afin de recueillir son avis sur la liste des produits du « bouclier qualité prix » en 2024 ;

Vu son dernier avis du 27 janvier 2025 sur le cadre de l'accord pour l'année 2025 ainsi que les précédents avis que l'OPMR reprend intégralement à son compte ;

Vu les résultats du sondage sur le BQP réalisé par le cabinet Pigé ! pour le compte de l'OPMR du 27 janvier 2025

Vu les résultats de l'enquête sur la mise en place du panier péï réalisé par le cabinet Echoes pour lecompte de l'OPMR du 27 janvier 2025

Vu les résultats de l'enquête de comparaison des prix sur le BQP réalisé par le cabinet Echoes pour lecompte de l'OPMR du 27 janvier 2025

Après s'être réuni en séance plénière le 12 décembre 2025 ;

**l'OPMR émet l'avis suivant :**

### I) Sur les axes prioritaires de la négociation sur le BQP 2026

Cet avis reprend pour l'essentiel et actualise les demandes formulées par l'OPMR dans le cadre de ses avis précédents et qui demeurent toujours d'actualité.

Dans le cas particulier de la négociation sur le BQP 2026, l'OPMR demande que cette dernière porte en priorité sur les 10 points essentiels suivants :

1. La généralisation effective et pérenne du panier péï dans toutes les enseignes de la grande distribution alimentaire ;
2. L'élargissement du BQP dans un format réduit à 50 produits à toutes les surface de vente des enseignes participant au BQP ;
3. La mise en place d'une campagne de communication réunissant tous les partenaires du BQP et le renforcement de la visibilité du BQP en magasin ;
4. L'adoption d'une exonération fiscale sur les produits du BQP, en particulier dans le secteur alimentaire ;

5. La mise en place de sous-paniers avec un prix plafond pour chaque catégorie de produits ;
6. La priorité accordée à des produits de qualité, en particulier sur le plan nutritionnel, et de production locale ;
7. Le doublement du nombre de produits dans le BQP bricolage en concertation avec l'OPMR ;
8. La mise en place d'un BQP auto dans les « centres auto » orienté sur les services et les pièces de sécurité (plaquettes de frein, essuie-glace, pneus, etc.) ;
9. L'élargissement du BQP à d'autres secteurs d'activité, en particulier les services ;
10. Le renforcement des contrôles et du traitement statistique du BQP par le service de l'Etat compétent et de la communication sur les analyses qui en découlent.

## **II) Sur le suivi du BQP par le pôle C de la DEETS**

Alors que l'ensemble des magasins participants au BQP (62 à ce jour) était jusque-là systématiquement contrôlé au moins une fois par an, le dernier bilan en date du 24 novembre 2025 du pôle C sur le BQP fait état de 24 contrôles seulement en 2025, dont 9 sur le BQP 2024 et 15 sur le BQP 2025.

L'OPMR déplore cette baisse notoire du nombre de contrôles effectué par la DEETS en 2025 qui interroge sur la fiabilité de l'évaluation sur la bonne mise en œuvre du dispositif, en particulier sur les points suivants :

- La présence et la conformité de l'affichage de la liste globale des produits à l'entrée de chaque magasin
- La disponibilité des produits en rayon
- La présence d'un affichage des prix en rayon, ainsi que sa cohérence avec les informations de l'affichage à l'entrée de l'établissement
- la présence du balisage BQP des produits concernés
- Par sondage, la cohérence des prix affichés en rayon et ceux pratiqué en caisse
- En cas d'éventuelles substitutions, le respect du prix à l'unité de mesure initial
- Le nombre de ruptures
- Le respect du prix total réglementé
- Les motifs ayant conduit à la présence de substitutions ou de ruptures

Ce constat est d'autant plus regrettable que la circulaire déjà mentionnée du 10 juillet 2025 sur la vie chère demande aux services de l'Etat dédiés de mettre en place un « plan de contrôle massif et Rigoureux » visant à faire appliquer les dispositifs existants et à s'assurer du respect de la loi, sans contournements, par l'ensemble des parties prenantes. Ces contrôles viseront en particulier, est-il précisé, « le respect des engagements des parties prenantes sur le BQP, dont la disponibilité des produits ».

L'OPMR souhaite également que, comme l'année dernière,, le pôle C de la DEETS présente au plus vite un analyse détaillée relative au traitement statistique des remontées d'information mensuelles de la part des enseignes sur le prix global du panier, les volumes de vente, le chiffre d'affaires ou encore les évolutions des ventes produit/produit.

L'OPMR réitère enfin sa demande que les chiffres sur les volumes de vente et les prix du BQP ainsi que sur les ruptures transmis par les enseignes à l'État lui soient transmis chaque mois de manière anonymisée afin de respecter le secret des affaires.

L'OPMR souhaite également disposer plus systématiquement de statistiques anonymisées concernant l'impact du BQP pour les acteurs : chiffres d'affaires réalisés et évolution dans le temps, marges dégagées, globalement et par sous-panier, etc.

### **III) Sur le bilan du sondage de notoriété et de satisfaction relatif au BQP réalisé par le cabinet Pigé !**

#### **Dégénération du pouvoir d'achat et comportements centrés sur le prix et les promotions**

le premier enseignement est la perception d'une détérioration très nette du pouvoir d'achat des foyers réunionnais, bien plus marquée qu'en 2022. Désormais, six foyers sur dix déclarent se priver beaucoup ou ne pas arriver à s'en sortir, représentant une hausse significative de 7 points en trois ans.

Le prix devient plus que jamais la première motivation lors des achats, devant la qualité ou l'origine locale. Les Réunionnais jugent les prix des courses « vraiment très chers » et estiment qu'ils ont très fortement augmenté au cours de la dernière année mais aussi qu'ils vont encore s'aggraver. Dans ce contexte, les comportements visant à économiser se généralisent : comparaison des prix et des promotions, phénomène de stockage, réduction des produits transformés grâce au fait-maison, ... L'achat de produits BQP progresse : 71 % des foyers en achètent au moins occasionnellement (+9 points en 3 ans) et l'achat régulier double. Les foyers les plus en difficulté sont aussi ceux qui y recourent le plus fréquemment. Cependant, ces achats restent souvent impulsifs (décidés en magasin) et peu anticipés : les Réunionnais ne pensent pas assez au dispositif BQP.

#### **Le dispositif BQP est mieux connu mais reste encore flou**

La connaissance du BQP s'améliore (73 % contre 67 % en 2022), portée par une meilleure visibilité en magasin et par la communication. Le logo est bien reconnu, mais le nombre de produits concernés reste largement méconnu. Les produits alimentaires du BQP sont mieux identifiés qu'en 2022, contrairement au BQP bricolage, encore peu installé. Le Panier péi progresse lui aussi en notoriété et en achat mais cela demeure occasionnel.

#### **Une attractivité correcte mais des critiques persistantes**

Après description du dispositif, l'attractivité est jugée satisfaisante mais sans enthousiasme. Les principales critiques restent inchangées : pas assez de produits concernés, manque de qualité ou de marques, faible visibilité en magasin, fonctionnement perçu comme opaque, et surtout un niveau de réductions jugées insuffisant face aux promotions.

**En ce qui concerne le Panier péi, son attractivité est en revanche très élevée : 88% des foyers en achèteraient s'il était disponible dans leur magasin.**

#### **De fortes attentes**

Les attentes à l'égard du BQP sont très claires : les Réunionnais souhaitent plus de produits, leur présence dans davantage de magasins, un regroupement des produits en rayon, et l'affichage des économies réalisées. Une campagne d'information sur les produits concernés et le mode de fonctionnement est également très attendue.

## Méthodologie

Enquête en ligne menée auprès de 1 012 foyers réunionnais via Panel974 (premier panel Réunionnais regroupant 12 000 membres). Echantillon représentatif selon les données INSEE sur le genre, l'âge du référent du foyer et la région d'habitation). Recueil réalisé du 20 au 28 octobre 2025 auprès du responsable des courses du foyer. Marge d'erreur maximale :  $\pm 3,2\%$

## IV) Sur le bilan de l'enquête sur la mise en place du panier péi réalisée par le cabinet Echoes

Suite aux visites effectuées entre le 17 et le 25 octobre auprès des 60 magasins participant au dispositif, nous avons pu constater que seules 3 enseignes sur 7 ont mis en place le panier péi, soit 33% de l'ensemble des magasins (1 Magasin Auchan, 15 magasins LECLERC, 4 magasins RUN MARKET). Dans les 4 autres enseignes (CARREFOUR, COOPERATIVE U, INTERMARK, LEADER PRICE) aucun espace dédié visible n'a été observé. Plus en détail :

- 1 enseigne présente le dispositif panier péi clairement identifié, (et avec rappel du logo BQP) dans une zone dédiée très visible : les 5 produits sont regroupés, une affiche individuelle présentant le prix et le tarif, une affiche reprenant les 5 produits, leurs prix respectifs et le prix total du panier complet ;
- 1 enseigne présente le dispositif panier péi clairement identifié, (et avec rappel du logo BQP) dans une zone dédiée visible où les 5 produits sont regroupés, une affiche présentant les produits et son prix, selon le magasin un affiche récapitulative ;
- 1 enseigne présente un espace identifié comme « Zot Panier Frais » qui regroupe également 5 produits sélectionnés. La visibilité est moindre mais quand même identifiable, l'appellation est différente et aucun rappel au BQP.

Les propositions de produits sont différentes dans chaque enseigne et les tarifs appliqués propres à chacun. L'ensemble des produits proposés provient de la Réunion et aucune rupture n'a été constatée durant la semaine des visites.

Dans les 20 magasins visités proposant le Panier Péi, 16 légumes et 1 fruit différents ont été recensés. Les produits les plus retrouvés dans chaque panier péi étaient la pomme de terre blanche (18%), la tomate cerise (15%) et le chou rouge (14%). Inversement, certains produits ne sont proposés que dans une seule enseigne.

Entre le mercredi 22/10/2025 et le jeudi 23/10/2025, un renouvellement de la proposition a été observée dans chacune des 3 enseignes mettant en place le dispositif : ce renouvellement variant de 20% à 60 % du panier selon les enseignes.

Sur cette semaine de visite, le prix total du panier péi variait selon les enseignes entre 9 € à 14.25 €. Les prix des produits proposés étaient dans la moyenne des prix pratiqués sur l'ensemble des magasins visités.

Les bonnes pratiques observées à généraliser sont :

- Rendre le dispositif bien visible ;
- Reprendre l'affichage du panier péi lorsque le produit est également présent dans les rayons ;
- Présenter un affichage récapitulatif des 5 produits et le prix total.

Les préconisations faites à l'issue de cette étude sont une généralisation du dispositif dans l'ensemble des magasins ; uniformiser l'appellation et le rendre facilement visible pour le consommateur ; afficher le récapitulatif du Panier Peï et son prix total.

Il paraît également important que l'affiche permettre de passer d'une proposition « **informative** » (signalétique présentant le nom du produit, le prix et l'origine) à une proposition plus « **incitative** » (mise en avant des produits locaux, présenter l'économie proposée par le panier peï, etc.).

Dans un souhait de favoriser la production locale, axer les propositions du panier peï sur des fruits et légumes de saison. La question de l'impact des évènements météorologiques important sur la production et sur les produits proposés doit également être discutée.

## V) Sur le bilan de l'enquête sur la comparaison des prix du BQP réalisée par le cabinet Echoes

L'objectif de cette analyse consiste à faire une comparaison des prix pratiqués sur les produits du BQP 2025 dans l'Hexagone et les autres territoires ultramarins. Les visites ont concerné les 3 enseignes suivantes : LECLERC, CARREFOUR et HYPER U, qui représentent à peu près 80% du marché local à La Réunion dans le secteur de la grande distribution à dominante alimentaire.

Pour ce faire 17 magasins ont été visités entre le 27/10/2025 et le 19/11/2025 à partir du mode opératoire suivant :

- Les 3 enseignes différentes dans 3 villes et régions différentes d'hexagone : Brest, Lyon et Strasbourg
- Les 3 enseignes différentes en Martinique
- 2 enseignes différentes en Guadeloupe
- 2 enseignes différentes en Guyane
- 1 seule enseigne à Mayotte

Les relevés de prix ont consisté à retrouver un maximum de produits identiques (même code barre – EAN) ou bien, à défaut, des produits similaires : même usage, conditionnement au plus proche (règle de 3 si nécessaire) et d'entrée de gamme. Au total, 86% des relevés ont pu être réalisés mais seulement 79% ont été définis comme comparables. Certains relevés de prix ont dû être écartés de l'analyse car trop différents du produit d'origine (ex. : gâteau local à la place du gâteau patate), préparation trop différente (pâté de volaille en bocal et non en frais), conditionnement trop différent (riz en 1Kg et non en 10 Kg) ou gamme trop différente (marque nationale « de luxe » au lieu du MDD).

La première analyse a consisté à comparer les prix retrouvés en Hexagone avec ceux de la Réunion. Une sélection de 130 produits a ainsi pu être faite (produits comparables et avec au moins un prix par enseigne dans une des 3 régions de l'hexagone) et la moyenne des prix observés est comparée à la moyenne des prix pratiqués en local dans les 3 mêmes enseignes.

Une différence de 13% du prix total est observée sur ce « sous BQP Hexagone » : 287.67€ à la Réunion contre 251.26€ en moyenne en hexagone. Cette différence se concentre majoritairement sur les produits alimentaires. Seule la catégorie « hygiène » est équivalente entre les 2 territoires.

Un zoom a été réalisé sur les produits identiques retrouvés dans chaque enseigne respective en hexagone. Selon l'enseigne considérée, entre 60 et 73 produits identiques ont ainsi pu être comparés. Deux enseignes présentent un prix Réunion entre 114.47€ et 117.66€ soit 14% ou 16% plus cher qu'en métropole. La troisième enseigne présente un prix global Réunion de 146€, soit 3% plus cher qu'en métropole.

La seconde analyse a consisté à mesurer les écarts de prix dans les différents DROM (Guadeloupe, 5

Guyane, Martinique, Mayotte) et La Réunion.

Seuls 76 produits ont pu être comparé (Identique ou comparable selon les mêmes bases que pour la comparaison avec l'Hexagone).

Il en ressort un différentiel de prix très important, avec des prix bien moins élevés à la Réunion que dans tous les autres DROM sur ces différents produits, en particulier Mayotte. C'est essentiellement sur la catégorie « Alimentaire » que la différence a pu être notée. Ce différentiel peut s'expliquer au moins en partie sur la comparaison entre des produits qui se retrouvent dans le BQP de La Réunion mais pas dans le BQP des autres DROM (il s'agit d'un point qu'il faudra approfondir à l'avenir).

En ajoutant Hexagone sur ce même échantillon, on constate une différence de +11 % entre la Réunion et l'Hexagone : là encore c'est sur la catégorie « Alimentaire » que l'écart est le plus important (+ 21% plus cher que l'Hexagone).

Enfin, ayant effectué un 1<sup>er</sup> comparatif en 2023, nous avons pu comparer ces deux années sur la même sélection de produits : 55 produits présents dans les BQP 2023 et BQP 2025, comparables ou identiques.

Entre 2023 et 2025, on constate une inflation des prix entre 7 % et 11% pour la Réunion, l'Hexagone, la Martinique et la Guyane.

Pour Mayotte la hausse est de 27%, seule la Guadeloupe présente un tarif similaire sur ces 2 années (- 1%).

## **VI) Sur la composition et le prix de la liste BQP 2025 dans la GSA**

En dépit de la loi du 20 novembre 2012 relative à la régulation économique outre-mer (dite « loi Lurel ») et de la mise en place de la première liste du BQP en mars 2013, la vie chère demeure une préoccupation centrale de la population réunionnaise.

Ces dernières années, les tensions inflationnistes sont devenues chroniques, en particulier depuis 2022, en raison notamment de la désorganisation mondiale du transport maritime et du contexte géopolitique (guerre en Ukraine, conflit en Mer rouge, etc.). Il en est résulté une forte hausse du coût du fret, une inflation sur les matières premières et des difficultés d'approvisionnement se sont répercutant sur le prix final appliqué au consommateur.

Dans ce contexte, la décision a été prise lors de l'adoption du BQP 2025 d'élargir la liste de 153 à 175 produits pour un prix plafond fixé à 415 €.

Comme les années précédentes, l'OPMR demande en premier lieu que cet effort soit poursuivi et même amplifié en particulier par une amélioration de la qualité des produits proposés tout en préservant le pouvoir d'achat des consommateurs réunionnais.

### **Pour la mise en place de sous-paniers plafonnés à un prix maximum :**

Dans le contexte actuel très incertain, des hausses parfois très importantes de prix peuvent être observées sur certains produits, y compris parmi les plus demandés, les variations de prix entre produits au sein du BQP restant libres tant que le plafond des 348€ n'est pas dépassé.

Les enseignes disposent de marges de manœuvre importantes pour faire évoluer les prix de leurs

produits à l'intérieur de la liste.

L'observatoire renouvelle donc sa demande que la distinction en sous-paniers, chacun plafonné à un prix maximal, déjà prévue dans l'accord de modération du 18 décembre 2020, soit enfin appliquée. L'OPMR demande plus précisément avec insistance, qu'au moins 2 sous-paniers soient mis en place, comprenant respectivement les produits alimentaires d'une part et les autres produits d'autre part.

### **Pour le maintien d'une part importante de produits locaux dans le BQP :**

Afin d'éviter que La Réunion ne soit réduite au statut de territoire de consommation de produits importés, l'OPMR réitère son souhait de renforcer la place des produits locaux dans le BQP.

Elle demande en particulier aux industriels et producteurs locaux d'élargir leur offre avec des produits qui répondent réellement aux besoins des consommateurs, de qualité, en particulier sur le plan nutritionnel et à un prix attractif.

### **Pour la généralisation du panier péi à toutes les enseignes :**

L'OPMR déplore que l'engagement pris par toutes les enseignes de mettre en place à titre expérimental et pour une durée de 3 mois dans le cadre de l'accord de modération sur le BQP 2025 n'a pas été respecté.

L'OPMR réitère donc sa demande que la mise en place du « panier péi » composée de fruits et légumes frais locaux soit étendue à toutes les enseignes de manière pérenne. La réussite de l'expérience conduite depuis 5 ans par une seule d'entre elles doit en effet inciter les autres à en faire de même afin de permettre aux consommateurs d'accéder enfin à des produits de meilleure qualité dans le cadre du BQP.

## **VII) Sur la liste des participants à la négociation sur le BQP dans la GSA**

En application de l'article L. 410-5 du code de commerce, l'OPMR n'est toujours pas officiellement invité à la table des négociations sur le BQP conduites par le préfet.

Depuis l'intégration des 50 citoyens associés à ses travaux, une délégation de l'OPMR participe pourtant activement tous les ans aux négociations à la demande de ce dernier.

L'OPMR maintient donc sa demande d'une modification de l'article susvisé afin d'officialiser sa participation à ces négociations.

Dans l'attente, l'OPMR se réjouit d'apprendre que la circulaire du 10 juillet 2025, portant instructions à l'intention des préfets pour le pilotage et l'animation des services et missions visant à lutter contre la vie chère dans les outre-mer, demande aux Préfets d'associer étroitement les OPMR à la négociation sur le BQP.

L'OPMR prend acte de la volonté exprimée par M. Patrice LATRON, préfet de La Réunion, de répondre favorablement à cette demande et le remercie de cette initiative.

## **VIII) Sur la visibilité du BQP et la publicité autour du dispositif dans la GSA**

Durant ces deux dernières années, l'affichage à l'entrée du magasin et le marquage en rayon ont été améliorés.

Néanmoins, comme indiqué dans les conclusions de l'étude Echoes réalisée pour le compte de

l'OPMR en 2024, le balisage peut encore être amélioré en proscrivant par exemple les étiquettes trop petites dans les rayons et en respectant plus strictement la charte graphique adoptée pour le BQP ainsi que les engagements contenus dans l'accord de modération.

L'OPMR demande en premier lieu qu'une attention particulière soit accordée à la place nécessaire au positionnement des produits du BQP en rayon afin de limiter les risques de rupture, de renforcer leur visibilité auprès des consommateurs et de ne pas les exposer frontalement à des produits équivalents en promotion.

En complément, l'OPMR reprend à son compte les préconisations sur la visibilité du BQP du rapport Echoes sur le BQP 2023 et 2024 qui comportent deux volets bien distincts.

#### **Pour le renforcement de la visibilité du dispositif sur le digital :**

- création d'un onglet spécifique sur les applications de chaque enseigne ;
- mise en place de QRCode sur les chariots ;
- création d'une page dédiée sur le site internet de chaque enseigne ;
- indication des produits BQP lorsqu'ils sont mis en vente sur le site marchand (drive) ;
- mise en place d'une application mobile dédiée pour permettre aux consommateurs de consulter la liste des produits du BQP selon les enseignes.

#### **Pour le renforcement de la visibilité de la signalétique dans les magasins :**

- poursuivre la standardisation de l'affichage et de l'étiquetage, en particulier par l'adoption de formats minimum ;
- bien penser à actualiser l'affiche à l'entrée du magasin tous les mois ;
- apposer des bandes de rive systématiques pour chaque article (en couleur) ;
- afficher un récapitulatif des articles BQP en début de rayon ;
- rassembler les articles du BQP selon les rayons ;
- uniformiser le conditionnement de certains produits ;
- augmenter l'espace alloué de certains produits BQP.

Sur le point relatif à la standardisation de l'affichage, l'OPMR demande plus particulièrement que l'objectif mentionné dans le décret n° 2025-719 du 29 juillet 2025 relatif aux accords annuels de modération de prix de produits de grande consommation de l'article L. 410-5 du code de commerce sur l'affichage à l'entrée de la surface de vente d'une **superficie au moins égale à un mètre carré** soit formellement consigné dans l'accord de modération sur le BQP 2026 et mis en place dans toutes les grandes surfaces associées au BQP.

L'OPMR demande également que le nombre de produits (175) soit mis en valeur et les taux d'octroi de mer et de TVA soient clairement mentionnés pour chaque produit sur l'affiche à l'entrée du magasin afin de permettre au consommateur de connaître la fiscalité qui s'applique sur tous les produits du BQP.

Enfin l'OPMR demande la poursuite des efforts de communication auprès des consommateurs par le financement d'une campagne grand public (campagne de sensibilisation – après négociation du BQP 2024) et par une action concertée de tous les partenaires du BQP.

### **IX) Sur les établissements participant au dispositif dans la GSA**

L'OPMR recommande le maintien d'une obligation de participation pour les magasins dont la surface commerciale est égale ou supérieure à 950 m<sup>2</sup>.

Considérant que deux enseignes au moins procèdent déjà, de leur propre initiative, au déploiement volontaire d'une liste réduite de produits du BQP dans certains de leurs supermarchés de taille inférieure à 950m<sup>2</sup>, l'OPMR demande en complément que le BQP soit enfin élargi à l'ensemble des magasins appartenant à toutes les enseignes de la grande distribution associées au dispositif. Afin de tenir compte de leur superficie plus petite, l'OPMR propose d'adopter une liste réduite comprenant prioritairement des produits alimentaires et au minimum 50 produits inclus dans le BQP actuel, dont la composition serait déterminée dans le cadre de l'accord de modération signée sous l'égide du préfet.

## **X) Sur les ruptures constatées par le pôle concurrence de la DEETS et les mesures à prendre pour en limiter le nombre dans la GSA**

En application de la circulaire du 10 juillet 2025 sur la vie chère, L'OPMR demande en premier lieu que le pôle C renforce ses contrôles en magasin, en particulier au sujet des ruptures.

L'OPMR demande par ailleurs que des efforts plus importants de remplacement soient effectués dès lors que c'est possible et que cela ne lèse pas les consommateurs. Cela vaut en particulier pour les produits en rupture longue qui doivent être systématiquement remplacées par des produits similaires existants, selon les modalités définies dans l'accord de modération sur le BQP.

Plus précisément, l'OPMR demande l'application de sanctions dans les cas suivants :

- taux de ruptures par magasin supérieur à 15 % ;
- ruptures organisées (dès lors qu'il peut être prouvé que le magasin n'a pas entrepris toutes les démarches pour le réapprovisionnement) ;
- ruptures d'une durée supérieure à 30 jours ;
- absence de mise en place d'un produit de substitution dans le même délai.

Dans la mesure où une procédure de substitution des produits en rupture existe, l'OPMR demande qu'un taux de rupture maximal de 15 % soit adopté. A défaut, le pôle C de la DEETS est invité à mettre en demeure le magasin concerné de remédier rapidement à la difficulté et à lui appliquer une sanction si nécessaire.

## **XI) Sur la fiscalité relative au BQP dans la GSA**

L'OPMR se félicite de la décision de la Région Réunion qui a revu à la baisse les taux d'octroi de mer des produits du BQP et de grande consommation, les ramenant à 0 % ou 6,5 % maximum.

L'OPMR renouvelle sa demande que l'État s'inscrive dans la même démarche par une révision à la baisse des taux de TVA sur les produits du BQP.

## **XII) Sur les modalités de fixation des prix des produits du BQP dans la GSA**

A l'instar d'autres produits vendus par la grande distribution alimentaire, de nombreux produits du BQP font l'objet de marges arrières réclamées par les enseignes auprès de leurs fournisseurs qui varient principalement en fonction des volumes de vente et des services rendus dans le cas de la coopération commerciale.

Du côté des fournisseurs, les marges arrières les contraignent à « gonfler » leur prix de vente en gros en prévision de la ristourne qu'ils devront accorder aux enseignes en fin d'année ;

Du côté des distributeurs, ces dernières étant versées en cours d'année, elles présentent l'avantage de ne pas être « répercutables » sur le prix de vente des produits directement concernés.

L'effet négatif des marges arrières est donc double puisque leur existence se traduit par une plus grande opacité sur la formation des prix et par un effet potentiellement inflationniste sur les prix pour le consommateur final.

Dans ces conditions, et à titre expérimental, l'OPMR réitère sa demande d'abandon de la pratique des marges arrières sur les produits du BQP, en préalable à une réflexion plus générale sur l'encadrement de cette pratique pour tous les produits de grande consommation.

### XIII) Sur les recommandations relatives au BQP bricolage

Comme pour le BQP de la GSA, l'OPMR reprend à son compte les préconisations du rapport Echoes sur le BQP bricolage sur les points suivants :

- Rendre le balisage plus visible : bandes de rives, stop-rayon, etc. ;
- Uniformiser des affiches à l'entrée de magasin : A3, précision du mois en cours ;
- Donner de la visibilité au dispositif sur les sites des enseignes ;
- Etendre le dispositif à de nouveaux produits : consommables – outillages – protections.

Sur le point relatif à la standardisation de l'affichage, l'OPMR demande en particulier que l'objectif mentionné dans le décret n° 2025-719 du 29 juillet 2025 relatif aux accords annuels de modération de prix de produits de grande consommation de l'article L. 410-5 du code de commerce sur l'affichage à l'entrée de la surface de vente d'une superficie au moins égale à un mètre carré soit formellement consigné dans l'accord de modération sur le BQP bricolage 2026 et respecté dans toutes les grandes surfaces associées à ce dernier.

### XIV) Sur les recommandations relatives au BQP auto

L'OPMR considère qu'il y a un réel intérêt à relancer ce BQP avec, en particulier, des pièces automobiles qui ont trait à la sécurité des passagers.

L'OPMR propose notamment l'intégration des plaquettes de frein, balais essui glace, pneus, amortisseurs, etc.

En raison de l'échec de sa mise en place dans le réseau des concessionnaires, l'OPMR demande qu'une réflexion soit initiée sur la mise en place du BQP auto dans le réseau des « centres auto » qui semble bien plus adapté pour ce type de dispositif au regard du nombre et de la composition sociologique de sa clientèle.

### XV) Sur la mise en place du BQP dans d'autres secteurs d'activité

En application de la circulaire du 10 juillet 2025 sur la vie chère, et conformément à ses demandes antérieures, l'OPMR demande l'élargissement du BQP à d'autres secteurs importants pour les ménages Réunionnais comme :

- les services bancaires
- la parapharmacie,
- les services numériques
- etc.

## **XV) Sur le cadre juridique du BQP**

### **Pour la prise en compte des propositions de l'OPMR formulées dans le cadre du CIOM :**

En préparation du dernier comité interministériel des Outre-mer (CIOM) en 2023, l'OPMR a formulé à la demande du préfet de La Réunion plusieurs propositions visant à conforter le BQP. Ces mesures portent sur les points réglementaires suivants :

- la modification du 1er alinéa de l'article L410-5 du Code de commerce afin de permettre au préfet à fixer lui-même la liste des magasins participant au BQP sans dépendre des résultats de la négociation ;
- l'élargissement des contours de la négociation et le renforcement des pouvoirs de sanction en cas de non-respect des engagements en matière de mise en rayon (affichage, balisage, visibilité, ruptures et substitutions des produits) et de remontée d'informations (prix, volumes de vente, ruptures et substitutions) ;
- la création d'un sous panier « produits alimentaires » avec un sous-plafond de prix au sein de la liste BQP afin d'améliorer la transparence sur les prix et de mieux contrôler l'évolution du prix des produits alimentaires au sein du bouclier qualité-prix ;
- l'intégration de l'OPMR dans la liste officielle des partenaires de la négociation mentionnée dans le 1er alinéa de l'article L410-5 du Code de commerce (L'utilité de la participation de l'OPMR aux négociations sur le BQP a été démontrée en 2021 avec la refonte du dispositif qui n'aurait pas été possible sans elle. Elle ne s'est jamais démentie depuis en offrant à l'Etat un allié de poids face aux acteurs économiques associés à la négociation).

L'OPMR réitère ces demandes d'évolution réglementaire et sollicite le soutien de tous les décideurs locaux (Etat, collectivités locales et parlementaires) pour y parvenir.

### **Pour la prise en compte des dernières mesures du Gouvernement sur le BQP**

Dans l'attente de l'adoption du projet de loi contre la vie chère dans les Outre-mer en cours de discussion au Parlement, le Gouvernement a souhaité « activer » rapidement les Préfets par l'intermédiaire de la circulaire interministérielle du 10 juillet 2025 sur la vie chère dans les DOM.

Cette circulaire comprend les principales instructions suivantes:

- conduire une négociation tant sur les produits que sur des services (téléphoniques, bancaires et d'entretien automobile).
- élargir la négociation aux pièces détachées automobiles
- associer le président de l'OPMR ou son représentant dès la négociation
- solliciter le concours de l'Agence régionale de santé pour obtenir une analyse qualitative sur le plan de la nutrition des listes de produits de consommation négociées
- adapter le BQP aux petites surfaces de vente
- étendre les négociations aux acteurs de la chaîne logistique (transitaires et transporteurs)
- créer de nouveaux sous-paniers thématiques tels que « produits de bricolage»; « matériaux de construction» ; « produits multimédias »; « électroménager »;« fournitures scolaires »; « produits d'entretien pour automobile »; « produits de parapharmacie »; Etc.

- renforcer la qualité des produits proposés dans le panier du BQP avec, en particulier la mise en place d'une offre de 5 fruits et légumes locaux frais en complément du BQP historique.

En complément, le Gouvernement a publié le 29 juillet 2025 un décret qui porte sur le BQP et qui fixe les nouveaux objectifs suivants :

- l'affichage à l'entrée de la surface de vente d'une superficie au moins égale à un mètre carré ;
- le rassemblement des produits figurant sur la liste BQP au sein d'un même espace dans chaque grande catégorie de rayons (afin de garantir une présentation des produits directement visibles par les consommateurs) ;
- la prise en compte de la part de produits issus de la production locale ;
- la modération du différentiel des prix pratiqués par rapport à l'Hexagone.

**L'OPMR demande à ce que la négociation sur le BQP 2026 s'inscrive pleinement dans ce nouveau contexte réglementaire.**

Le président de l'OPMR de La Réunion

Bertrand HUBY