

# La loi, point de



Il semble que les négociations commerciales 2018 post-États généraux de l'alimentation ne se soient pas déroulées selon le souhait affirmé d'un respect de tous les acteurs de la filière. L'Ania en appelle donc à la loi pour redonner la main à l'amont agricole.

Entretien avec Catherine Chapalain \*

**La charte d'engagement inscrite dans la démarche des États généraux de l'alimentation vous paraît-elle de nature à ouvrir la voie à des relations plus sereines – et profitables – entre tous les acteurs de la filière alimentaire ? Est-ce, selon vous, une chance historique à saisir qui ne se renouvellera pas ?**

**Catherine Chapalain :** Les États généraux de l'alimentation ont généré un énorme espoir pour tous les acteurs de la filière alimentaire. L'Ania s'est pleinement engagée et a participé activement à l'ensemble des 14 ateliers. Dans le cadre du premier chantier, consacré « à la création et à la répartition de la valeur », agriculteurs, industriels, distributeurs ont tous fait le même constat : il faut stopper la guerre des prix qui détruit de la valeur pour tous les maillons de la filière. C'est avec cette volonté qu'a été signée par tous le 14 novembre 2017 une charte d'engagement pour assainir et rééquilibrer les relations commerciales qui se sont déroulées jusqu'au 1<sup>er</sup> mars. Cette charte a été bafouée : à la fin des négociations commerciales entre les 17 600 entreprises et les quatre centrales d'achats des

distributeurs, rien n'avait changé ! Il faut donc, plus que jamais, une loi plus réactive, plus cohérente avec les réalités du marché, ferme et dissuasive, qui remette de l'ordre dans les relations commerciales tout au long de la chaîne !

**Peut-elle mettre fin à cette guerre franco-française sur le partage de la valeur ajoutée — jugé inégale par certains acteurs — au détriment de la création de valeur dans toutes les filières et ce, sur fond de guerre des prix ?**

**C. C. :** Parce que ni les États généraux de l'alimentation ni la charte n'ont rien changé aux pratiques de la grande distribution, une loi est nécessaire. Elle doit être respectée et appliquée rapidement pour redonner de l'oxygène à tous les acteurs de la filière. Elle repose notamment sur trois mesures complémentaires que nous soutenons :

- *La contractualisation rénovée*, dont le principe est d'inverser la construction du prix en « redonnant la main » à l'amont agricole : le producteur, éventuellement via son

\* Directrice générale de l'Ania (Association nationale des industries alimentaires)

# passage obligé

organisation de producteurs, sera désormais acteur de la proposition de contrat. Cette contractualisation renouée devra tenir compte de la réalité des prix de production et de marché.

- *Un encadrement des promotions* (limitées à 34 %) pour arrêter la braderie permanente sur les produits alimentaires, qui fait perdre la notion de juste prix aux consommateurs.
- *La hausse du seuil de revente à perte de 10 %* : il est important de rappeler qu'aujourd'hui, pour attirer les consommateurs dans leurs rayons, les enseignes de la grande distribution se livrent à une course au prix bas infernale sur certains produits d'appel très bataillés, qu'ils vendent à prix coûtant, sans marge. Sont concernés par cette mesure les produits alimentaires vendus à prix plancher (sans marge), ce qui représenterait 18 % des achats alimentaires des Français. Pour compenser la perte de marge sur certains produits, les distributeurs vont appliquer de très fortes marges sur d'autres, par exemple les produits agricoles (fruits, légumes, etc.) ou issus de PME locales. Tout le monde doit jouer le jeu pour assurer un rééquilibrage des marges sur l'ensemble des produits consommés par les Français. Ces trois mesures permettront aux acteurs de la filière de produire et vendre leurs produits à des prix qui tiennent compte de leurs coûts de production et de distribution.

## Quelle serait idéalement une juste répartition de la valeur entre les différents maillons ?

**C. C.** : La juste répartition de la valeur entre les différents maillons se traduirait par des produits vendus à un prix plus juste, qui permettraient à tous les acteurs de la filière de vivre de leur travail. Un prix juste pour que les entreprises puissent de nouveau se développer, innover, recruter, investir sur l'avenir et offrir aux consommateurs des produits de qualité, sains, sûrs et durables, qui répondent à leurs attentes. Les produits alimentaires ne sont pas des produits comme les autres : ils ont une valeur économique, mais également une valeur sociale, une valeur culturelle, une valeur santé... Ils sont fabriqués en France avec des matières premières agricoles. On ne peut plus accepter cette pression sur les prix.

## Quelles sont les missions de votre Observatoire des négociations commerciales ?

**C. C.** : L'Observatoire des négociations commerciales, mis en place depuis 2016, permet de recueillir directement les signalements des fournisseurs en cas de pratiques abusives de la grande distribution. Lorsque des signalements s'avèrent convergents, l'Observatoire adresse de manière confidentielle un courrier à l'enseigne concernée afin de l'alerter, en lui donnant l'opportunité de remédier en interne aux dérives constatées. L'Observatoire permet une intervention immédiate sur les distributeurs, dans des délais adaptés à la vie des affaires, en complément des contrôles de la DGCCRF et des actions judiciaires possibles, mais sur le temps long, au cas où les réponses apportées dans l'immédiat ne s'avèreraient pas satisfaisantes.

## Le spectre de votre pacte alimentaire, présenté en 2016, peut-il être élargi au-delà de son périmètre ?

**C. C.** : Nous avons en 2015 lancé une consultation citoyenne à laquelle plus de 9 000 Français ont répondu. Que nous ont-ils dit ? D'abord que la France est le pays du bien-manger, pour 70 % d'entre eux. Et en même temps, ils nous ont fait part de leurs attentes et de leurs exigences concernant la qualité des produits : choix et origine des ingrédients, information sur les emballages, provenance des produits. Ils sont responsables et conscients de leur capacité d'action : privilégier les produits français et les labels de qualité qui valorisent les savoir-faire, les produits frais et de saison. Et aussi sur le prix qu'ils paient pour accéder à cette alimentation. Ce pacte alimentaire avait été rédigé avant le lancement des États généraux de l'alimentation, pour recréer la confiance entre producteurs et consommateurs, et redonner de la valeur à notre alimentation. Il a mis en lumière les attentes des consommateurs, auxquelles nous avons pu répondre lors des ateliers. Nous avons la volonté de nous engager avec tous les acteurs de la filière, parce que l'alimentation c'est l'affaire de tous : les agriculteurs, les entreprises de l'alimentaire, les restaurateurs, les distributeurs, l'école, les pouvoirs publics et les consommateurs. ■