

NEGOCIATIONS COMMERCIALES : L'ANIA ALERTE SUR LA NECESSITE DE TENIR COMPTE DE LA REALITE ECONOMIQUE DES FOURNISSEURS

Paris, le
09/02/2017

Dans un contexte de flambée des prix des matières premières agricoles, les ministres Michel SAPIN et Stéphane LE FOLL ont convié tous les représentants de la filière alimentaire à une nouvelle réunion du comité de suivi des relations commerciales ce matin. Dans ce cadre, l'ANIA a redemandé aux enseignes de respecter la loi et de prendre en compte la réalité économique de leurs fournisseurs d'ici le 1^{er} mars, date de clôture des négociations annuelles.

Des négociations commerciales 2017 sur fond de déflation

Jusqu'à ce jour, l'ANIA note que les centrales d'achat de la grande distribution négocient toujours leurs tarifs sur une base déflationniste, niant la hausse très importante des prix des matières premières agricoles à laquelle sont confrontées de très nombreuses entreprises.

Les demandes de déflation sont systématiques et déconnectées de la réalité économique des fournisseurs. L'ANIA tient à rappeler qu'en 2016, la déflation alimentaire a atteint -1,1% en moyenne. Sur le mois de janvier 2017, la déflation était évaluée à -1.16%. Les prix à la consommation sont en déflation depuis 39 mois consécutifs dans le secteur, pour atteindre près de -4% au total (Source : IRI).

Dans le même temps, les pressions promotionnelles s'accroissent. Les demandes insistantes d'investissements supplémentaires sur les mécanismes promotionnelles se multiplient. Depuis 2015, le chiffre d'affaires des produits sous promotions a augmenté de 7% pour atteindre un niveau record depuis 5 ans.

« En plus des pressions inacceptables sur les prix et une inflation inquiétante des promotions, les menaces d'arrêts de commande et de déréférencement demeurent une pratique courante. » explique Jean-Philippe GIRARD, Président de l'ANIA.

Enfin, une nouvelle pression insupportable s'installe sur les enjeux logistiques. Pour preuve, les rendez-vous logistiques se font désormais en présence des acheteurs. La signature d'accords logistiques sont conditionnés à la négociation commerciale en cours et les pénalités sont devenues des revenus garantis complémentaires pour les centrales d'achat. L'ANIA dénonce cette nouvelle dérive et ce dévoiement des négociations commerciales.

« Je note que certaines enseignes ont fait des efforts pour limiter certaines pratiques abusives. Je rappelle aussi que la loi s'applique à toutes les enseignes et totalement, et non à moitié. Il faut veiller à ne pas créer de nouvelles tensions sur les prix par des accords promotionnels ou logistiques subis. »

Fierté, Responsabilité, Ambition

Les ministres ont annoncé l'ouverture de réflexions visant à mieux comprendre la perte des marges de l'industrie alimentaire française et à évaluer la pertinence de négociations pluriannuelles. L'ANIA accueille favorablement la mise en place de ces réflexions et rappelle la nécessité d'appliquer strictement la loi à tous, ainsi que d'ouvrir une vraie réflexion sur le cadre législatif issu de la LME.

Des matières agricoles qui flambent

Lors de la réunion du comité de suivi des relations commerciales, l'ANIA a tenu à rappeler, avec insistance, les éléments de contexte économique.

Extrêmement volatile, le prix des matières premières alimentaires ont augmenté de 12% en glissement annuel de décembre 2015 à décembre 2016. Quelques exemples marquants :

- Blé tendre + 16%
- Lait + 30%
- Beurre +56%
- Porc +22%
- Huile de Colza et huile d'olive +16%
- Saumon fumé +50%
- Sucre +30%
- Orange : +50%

Depuis 2004, le prix des matières agricoles a augmenté de près de 180%. Dans le secteur agroalimentaire, la part des achats agricoles représente près de 55% du chiffre d'affaires total de l'industrie alimentaire. Sur certaines catégories de produits, le prix de la matière première peut peser jusqu'à 80% du coût de production (*beurre, viandes*).

« Il est indispensable que les négociations commerciales en cours prennent en compte les hausses de matières premières agricoles dans la construction du prix. La négociation doit porter sur le produit et un plan d'affaire clair sur la base des réalités économiques des entreprises. » conclut Jean-Philippe Girard, Président de l'ANIA.

L'Association Nationale des Industries Alimentaires (ANIA) rassemble 19 fédérations nationales sectorielles et 20 associations régionales, représentatives des 16 218 entreprises alimentaires de France. L'agroalimentaire est le premier secteur économique français avec un chiffre d'affaires de 170 milliards d'euros et le premier employeur industriel avec 440 926 salariés. L'ANIA est l'interlocuteur privilégié des pouvoirs publics, des administrations et des médias sur les sujets liés à l'alimentation. www.ania.net

Fierté, Responsabilité, Ambition