

Fin des négociations commerciales 2019 avec la grande distribution :

DES ENTREPRISES ENCORE VICTIMES DE LA GUERRE DES PRIX, MALGRÉ LES ÉTATS GÉNÉRAUX DE L'ALIMENTATION, LE COMPTE N'Y EST PAS ENCORE, LA FILIÈRE VA DROIT DANS LE MUR !

Paris, le 01/03/2019 - A l'heure où l'on célèbre l'agriculture et les produits alimentaires français au Salon de l'Agriculture et à quelques heures de la fin des négociations commerciales entre les 18 000 entreprises et 4 centrales d'achat de la grande distribution, les dernières remontées* des box de négociations ne sont pas à la hauteur des espoirs soulevés. L'esprit des EGA n'est pas encore là pour la majorité des entreprises alimentaires : même si l'on note des efforts des enseignes d'un point de vue comportemental, les relations commerciales restent extrêmement déséquilibrées.

Si on observe de meilleures conditions au sein de la filière laitière, on déplore que cela ne soit pas le cas pour tous les secteurs alimentaires. Les entreprises françaises encore cette année sont confrontées à une destruction massive de la valeur de leurs produits :

- Les produits alimentaires sont en déflation constante depuis 2013 ; près de 6,4 % de déflation en cumul pour une destruction de valeur d'environ 4 milliards d'€. Pendant ce temps en Europe, les prix alimentaires ont progressé de 3% sur la zone euro.

Les derniers retours des entreprises sont sans appel :

- 1. A J-1 de la fin des négociations commerciales, de très nombreuses entreprises n'ont pas encore signé certains accords commerciaux, voire aucun.**
- 2. Des demandes de baisses de prix encore et toujours dogmatiques :** le coût des matières premières, les efforts et engagements des entreprises pour la montée en gamme et pour mieux rémunérer les agriculteurs, ne sont pas pris en compte.
- 3. Toujours un chantage pour le prix le plus bas avec des menaces de déréférencement ou des déréférencements effectifs pour la majorité des entreprises.** Les PME sont souvent la variable d'ajustement au cours de ces négociations commerciales.
- 4. Alliances à l'achat des distributeurs et centrales internationales : des stratégies pour acheter des produits encore moins chers.** L'Autorité de la concurrence a ouvert en juillet 2018 une enquête sur ces alliances. Les résultats permettront bientôt de connaître leur réel impact.

« A quelques heures de la fin des négociations, le compte n'y est toujours pas pour la filière alimentaire même si l'on peut saluer la signature d'accords avec des acteurs de la filière laitière, qui témoignent d'une prise de conscience et d'une volonté de mieux rémunérer tous les acteurs de la chaîne. Néanmoins, pour la grande majorité des 18 000 entreprises, la déception est grande. Les entreprises ont joué le jeu, elles se sont engagées vis-à-vis de leurs partenaires agriculteurs et ont travaillé pour la montée en gamme de l'alimentation française. Nous croyons en la Loi EGAlim, nous savons qu'il faut du temps pour changer les mentalités en profondeur sinon c'est toute la filière qui va droit dans le mur ! Nous serons extrêmement vigilants sur les résultats qui seront communiqués en avril par l'Observatoire des négociations commerciales lancé par les services du médiateur des relations commerciales. » déclare Richard Girardot, Président de l'ANIA.

Fierté, Responsabilité, Ambition

Communiqué de presse

** L'ANIA a sollicité par téléphone entre le 27 et le 28 février 2019 un panel représentatif d'entreprises alimentaires (Grands groupes/PME/ETI) et de secteurs d'activité variés.*

L'Association Nationale des Industries Alimentaires (ANIA) rassemble 39 syndicats métiers et 17 associations régionales, représentatives des 17 647 entreprises alimentaires de France. L'agroalimentaire est le premier secteur économique français avec un chiffre d'affaires de 180 milliards d'euros et le premier employeur industriel avec 429 079 salariés. L'ANIA est l'interlocuteur privilégié des pouvoirs publics, des administrations et des médias sur les sujets liés à l'alimentation.

Fierté, Responsabilité, Ambition