

Négociations commerciales :

En 2024 les prix de l'alimentaire ont baissé, signe de la responsabilité des entreprises agroalimentaires ! Quid de celle des distributeurs en 2025 ?

Paris, le 11/02/2025

La dernière étude publiée par le paneliste NielsenIQ a récemment révélée que contrairement à l'inflation globale observée en France, **la déflation observée sur l'alimentaire a atteint -4,6% sur l'année 2024⁽¹⁾**.

Ce chiffre est la preuve que **les entreprises agroalimentaires baissent les prix** lorsqu'elles le peuvent pour soulager le pouvoir d'achat des Français.

Cette baisse de prix confirmée, il faut désormais qu'en 2025, les coûts de production soient répercutés justement lorsqu'ils restent en hausse sur presque tous les postes de dépenses⁽²⁾ (matières premières agricoles et industrielles, salaires etc.)

L'ANIA rappelle également que les tarifs transmis par les entreprises à leurs clients distributeurs et négociés actuellement ne doivent pas être confondus avec les prix en rayons dont chaque enseigne de distribution a la responsabilité de fixer selon sa propre politique commerciale.

En transformant 70% des productions agricoles françaises, le renforcement de l'agriculture que l'ANIA appelle de ses vœux, ne pourra se faire sans une prise en compte objective de la **valeur de l'alimentation qui passe d'abord par le respect de la sanctuarisation des matières premières agricoles.**

Les distributeurs, dans le cadre des négociations qui ont débuté depuis le 1^{er} décembre, doivent accepter de **ne plus négocier ces dernières⁽³⁾ et de payer des prix justes** aux entreprises pour leur permettre de rémunérer le travail de leurs 520 000 salariés et des 450 000 agriculteurs français.

*« Signe de la pression féroce que se livrent chaque jour les distributeurs pour se batailler quelques points de parts de marché, le paysage de la grande distribution s'est extrêmement concentré ces dernières années. Pour attirer chaque jour de nouveaux clients dans leurs enseignes, ces groupes - qui occupent depuis des années les premières marches du podium des annonceurs en France et dont les investissements publicitaires ont doublé en 10 ans – n'en finissent plus de parler de « prix les plus bas ». Ces mauvaises pratiques ont déstabilisé toute la filière et **doivent cesser au plus vite !** Si nous ne voulons pas confier à d'autres demain la production de notre alimentation, les distributeurs doivent **respecter sa valeur et accepter de la payer au prix juste** pour assurer un avenir aux agriculteurs et aux entreprises agroalimentaires de notre pays. »*
Jean-François Loiseau, Président de l'ANIA.

Sources :

- 1- NielsenIQ : Inflation de la demande des PGC FLS en HSMS+SDMP entre février et décembre 2024
- 2- Baromètre économique 2024 de l'ANIA
- 3- Conformément à l'article L . 443-8 II du Code de commerce