

Voici comment la grande distribution écrase l'agriculture en France

3 mars 2016 / Émilie Massemin (Reporterre)



Intimidations, comportements abusifs, pratiques illégales... les quatre centrales d'achat de la grande distribution profitent d'un rapport de force disproportionné dans leurs négociations avec les producteurs. La guerre des prix fait rage et les paysans se noient.

Les négociations commerciales entre la grande distribution et ses fournisseurs se sont achevées lundi 29 février, à minuit. Mardi matin, concernant le prix du lait, le ministre de l'Agriculture, Stéphane Le Foll, a apprécié [au micro de Europe 1](#) que « les engagements qui avaient été demandés par le gouvernement à la grande distribution [et] aux industriels de stopper la course à la baisse des prix a été, semble-t-il, un engagement qui a été tenu ».

Faux, rétorque le président de l'Association nationale des industries alimentaires (Ania), **Jean-Philippe Girard**, pour qui ces négociations ont été « *pires qu'en 2015* » avec « *des demandes de baisse, jusqu'à moins 6 %, à minuit moins cinq et une inflation des demandes de promotions, qui ont doublé en un an* ». « *Aucune des grandes promesses de l'automne dernier faites par les patrons d'enseigne de la grande distribution n'a été tenue* », affirme-t-il.

Un entretien « d'une heure à deux minutes »

Ces négociations, commencées en octobre dernier, se sont déroulées dans un climat extrêmement tendu. Des éleveurs des filières laitière, bovine et porcine manifestent depuis plusieurs semaines pour protester contre la faiblesse des prix du lait et de la viande. « *Entre 1953 et 1988, mon père a élevé cinq enfants grâce à trente hectares et trente vaches ; aujourd'hui, j'exploite 168 hectares et une centaine de vaches laitières, je produis dix à trente fois plus et je vis moins bien que lui* », s'indigne Philippe Grégoire, éleveur laitier dans le Maine-et-Loire et président du Mouvement national des éleveurs de nos régions (Mner), à l'initiative de plusieurs blocages de plates-formes de distribution et de grandes surfaces en Vendée et dans le Maine-et-Loire.

Pour Philippe Monnet, éleveur de vaches laitières et de porcs et président de la Fédération départementale des syndicats d'exploitants agricoles (FDSEA) du Doubs, les pratiques commerciales de la grande distribution ne sont pas étrangères à cette faiblesse des prix. Il dénonce « *la grande distribution [qui] exerce une pression très forte sur [sa] coopérative, avec des demandes de baisse de prix sur le lait de l'ordre de 10 %* ».

Comment se déroulent ces négociations commerciales annuelles ? Encadrées par la loi de modernisation de l'économie (LME) du 4 août 2008, elles débutent au mois d'octobre pour s'achever le dernier jour de février, à minuit. Les agriculteurs n'y prennent pas part : seuls négocient les intermédiaires, coopératives, abattoirs et industrie agroalimentaire. « *Le fournisseur envoie les prix de vente de ses produits au distributeur, explique-t-on à l'Ania. Ces tarifs prennent en compte le coût des matières premières, les coûts de structure, les salaires et les marges.* » Le fournisseur est ensuite convoqué par la centrale d'achat. Dans des box prévus à cet effet, il défend son produit et cherche à en obtenir le meilleur prix – ou plutôt le moins bas. La durée de l'entretien peut aller « *d'une heure à deux minutes* », selon l'Ania.



Problème, le rapport de force est « *défavorable, si ce n'est complètement disproportionné* », pointe Olivier

Mevel, maître de conférences en sciences de gestion à l'université de Brest et consultant pour les entreprises agroalimentaires. Quatre super-centrales d'achat (Intermarché/groupe Casino, Carrefour/Dia, Auchan/Système U et E. Leclerc) détiennent 90 % du marché. « Chaque groupe pèse plusieurs dizaines de milliards d'euros de chiffre d'affaires - 44,3 milliards d'euros en 2015 pour E. Leclerc, 86,3 milliards d'euros pour Carrefour, rappelle M. Mevel. Face à eux, les 570.000 agriculteurs, 2.800 coopératives agricoles et 40.000 PME de l'agroalimentaire, atomisés et dispersés, ne font pas le poids. »

Ce déséquilibre se retrouve dans les box de négociations. « Un fournisseur, même le plus gros, ne représente que 1 ou 2 % du chiffre d'affaires du distributeur. Alors que ce dernier représente souvent de 20 à 40 % du chiffre d'affaires du fournisseur », souligne-t-on à l'Ania. La pression psychologique exercée par les acheteurs de la grande distribution est intense. « Le fournisseur vient souvent de province et il est convoqué à une heure précise. Mais le négociant de la centrale d'achat peut le faire patienter trois, quatre voire cinq heures avant d'expédier la discussion en deux minutes », rapporte l'association.

« Il faut payer pour tout »

Au-delà de ces manœuvres d'intimidation, les centrales d'achat adoptent parfois des comportements abusifs, accuse l'Ania : « Une enseigne peut vous menacer de déréférencer brutalement votre produit, de ne plus le mettre en rayon pendant la durée des négociations, sans préavis. C'est illégal, mais en cas de contrôle elle invoque des problèmes logistiques. » Ou encore : « avant de négocier le prix, elle peut réclamer une remise, un montant que le fournisseur doit verser avant même de commencer à négocier », ce qui n'est pas légal non plus.

Ces abus, Christian Jacquiau, ancien expert-comptable et auteur de l'ouvrage *Les Couloirs de la grande distribution*, a eu l'occasion de les observer au cours de sa carrière. « J'ai été alerté pour la première fois dans les années 1985-1986 quand un de mes clients, un jeune chef d'entreprise fabriquant un produit de grande consommation, m'a demandé dans quelle colonne de sa comptabilité inscrire l'équivalent d'un million d'euros réclamé par un distributeur pour que son produit soit référencé », c'est-à-dire inscrit dans le catalogue de la centrale d'achat, se souvient-il, encore ébahi par le montant astronomique réclamé.



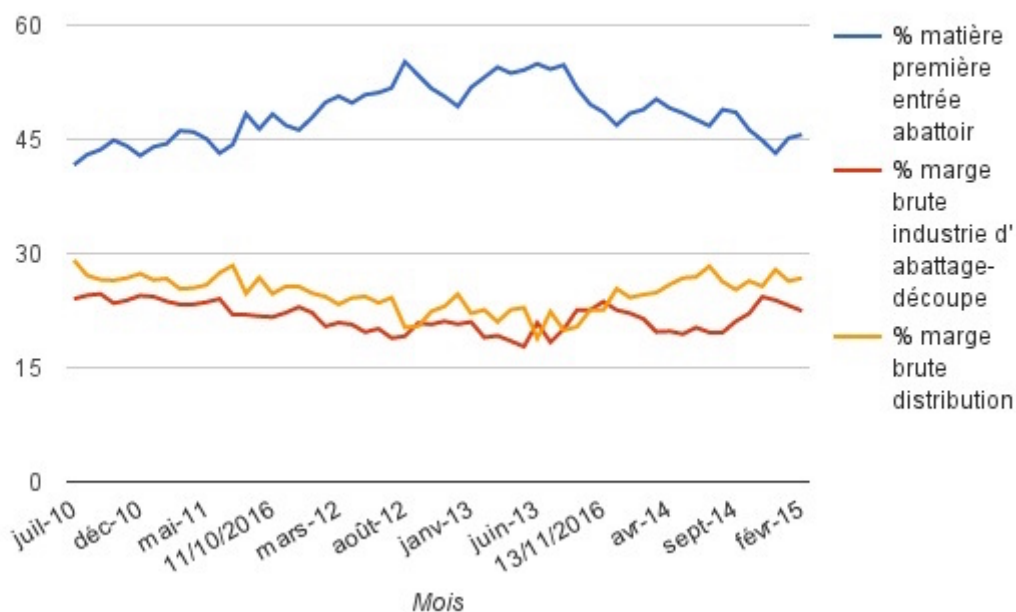
M. Jacquiau découvre alors l'engrenage dans lequel se retrouvent pris de nombreux fournisseurs : « Il faut payer pour tout : être référencé, être en tête de gondole, obtenir qu'un concurrent ne soit pas référencé... » Ces rémunérations additionnelles, appelées jusqu'en 2006 « marges arrière », sont désormais limitées et réglementées par la loi de modernisation de l'économie « qui a moralisé les pratiques de ticket d'entrée. Aujourd'hui, la coopération commerciale - affiches, promotions, têtes de gondole - doit être justifiée. Les marges arrière ne représentent aujourd'hui plus que 7 à 8 % du prix, ce qui est normal », assure M. Mevel. Le respect de la réglementation est assuré par la Direction générale de la concurrence, de la consommation

et de la répression des fraudes (DGCCRF), qui [signale sur son site](#) les cas de fausse coopération commerciale (service facturé mais non mis en œuvre, service relevant des obligations de l'enseigne comme la mise en rayon, etc.).

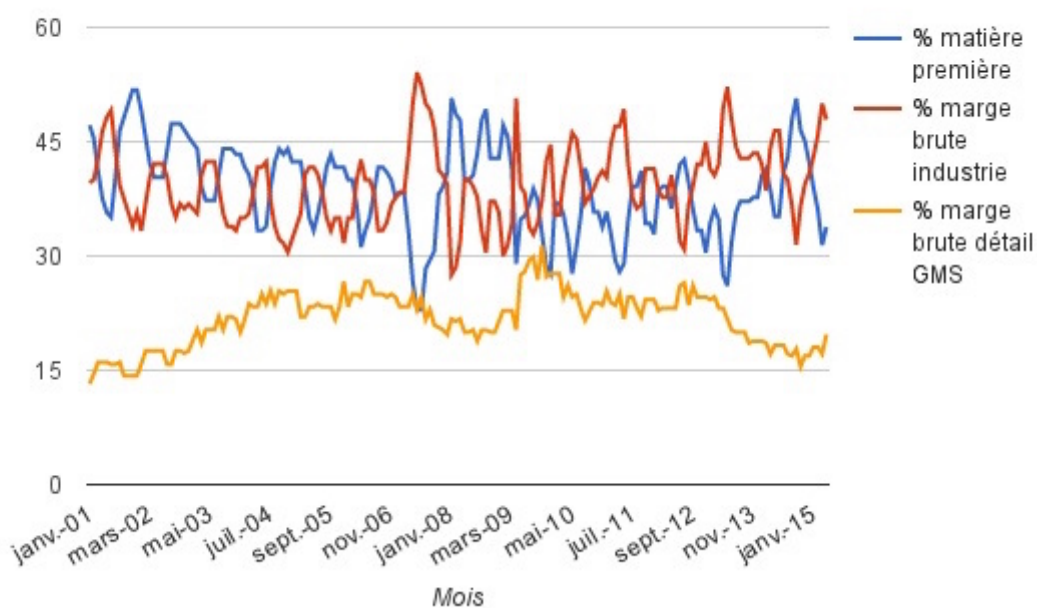
Contactés par *Reporterre*, la Fédération du commerce et de la distribution, les Mousquetaires, le groupe Casino, Carrefour et Leclerc n'ont pas donné suite à nos questions.

Comment cette puissance de la grande distribution se traduit-elle dans les marges dégagées par les uns et les autres ? Difficile à dire, tant elles ont connu des fluctuations ces quinze dernières années. Depuis 2010, [l'Observatoire de la fixation des prix et des marges](#), qui émane des ministères de l'Agriculture et de l'Économie, rassemble les données sur le prix des matières premières et les marges brutes de l'industrie et de la grande distribution pour les différents produits (laitiers, ovins, porcins, fruits et légumes, etc.). Les marges brutes de la grande distribution augmentent bien pour la longe de porc (côtes et rôti) et la viande bovine ; pour le lait, c'est moins évident.

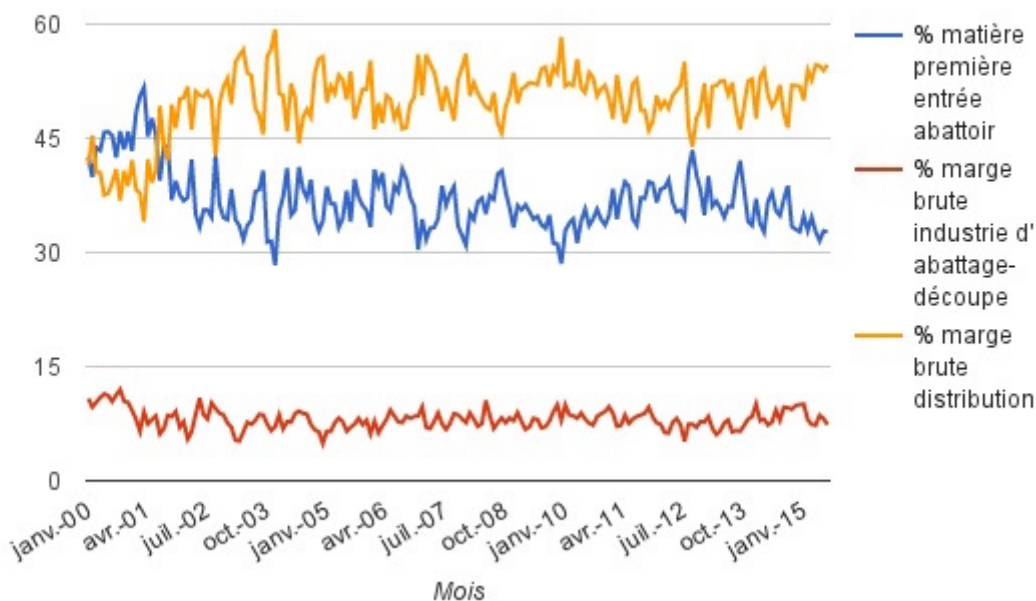
Evolution marges brutes industrie et GMS par kg de carcasse de vache (Observatoire des marges)



Evolution marges brutes industrie et GMS pour du lait UHT 1/2 écrémé (Observatoire des marges)



Evolution marges brutes industrie et GMS par kg de longe de porc (Observatoire des marges)



Comment remédier à cette situation ? Pour parer au plus pressé, l'Ania a mis en place en octobre 2015 un Observatoire des négociations commerciales, qui permet aux fournisseurs de signaler de manière anonyme le comportement abusif d'un distributeur. Quand plusieurs plaintes concernant la même enseigne et la même pratique sont rassemblées, l'Ania envoie un courrier au distributeur concerné. « Nous avons déjà envoyé une petite dizaine de courriers, précise-t-on à l'Ania. Pour l'instant, tout le monde a répondu de manière plus ou moins ouverte. »

La DGCCRF a par ailleurs renforcé ses contrôles. « 88 établissements ont été contrôlés depuis novembre 2015, soit 70 % de plus qu'à la même période l'année dernière », indique la répression des fraudes dans un communiqué. Le 9 février, Carrefour a vu ses locaux de Massy (Essonne) perquisitionnés car « plusieurs fournisseurs reprochaient à cette enseigne de leur imposer, comme préalable à la négociation au titre de 2016, le versement d'une remise d'un montant significatif non négociable », précise la DGCCRF.

Les circuits courts pour mettre la grande distribution sous pression

Samedi 27 février, au Salon de l'agriculture, François Hollande a évoqué la possibilité d'une révision de la LME, accusée par les agriculteurs de déréguler les relations commerciales tout en tenant les producteurs à l'écart. « Il faut bien dire qu'avec la LME, nous avons un peu tout cassé », admettait, en juillet 2015 à l'Assemblée nationale, François Brottes, ex-député (PS) de l'Isère. Le président de la République a également évoqué la possibilité d'un étiquetage obligatoire « prix payé au producteur ».

Quant aux agriculteurs, ils continuent vaillamment à défendre leurs intérêts. M. Monnet a organisé une table ronde à Cussey-sur-l'Ognon (Doubs) avec les agriculteurs, le directeur de l'Intermarché de Quingey et Jean-François Longeot, sénateur (UDI) du Doubs. « Nous les avons prévenus qu'à force de baisser les prix, la grande distribution risquait de faire disparaître les exploitations et de ne plus avoir de marchandises à mettre sur ses rayons. Nous les avons ensuite invités à signer la charte laitière de valeurs lancée par la Fédération nationale des producteurs laitiers (FNPL) en novembre 2015 », rapporte l'éleveur. L'enseigne locale dépend des centrales d'achat nationales pour fixer ses prix ? Pas grave, « c'est là que peut jouer la pression syndicale : on leur dit que si les centrales d'achat ne respectent pas leurs engagements, nous débarquerons dans les magasins », affirme M. Monnet.

Tous les troisièmes week-ends d'août, Raymond Girardi, agriculteur dans le Lot-et-Garonne et secrétaire général du Mouvement de défense des exploitants familiaux (Modéf), organise avec ses collègues une vente de fruits et légumes place de la Bastille à Paris. Objectif, sensibiliser les passants au « juste prix ». « L'an dernier, nous vendions le kilo de tomates 1,50 euro : 80 centimes pour le producteur, 20 centimes de conditionnement et 50 centimes de marge pour la grande distribution, explique M. Girardi. A cette même période, la grande distribution nous achetait le kilo de tomates à 40 ou 50 centimes, et les prix en magasin se situaient entre 2 et 2,50 euros ».

L'agriculteur milite pour qu'un coefficient multiplicateur des prix, par exemple 1,7, soit mis en place dans la grande distribution. Ainsi, l'enseigne qui achète un kilo de tomates 80 centimes ne pourrait pas le revendre plus de 1,36 €. « *Cela permettrait diminuer les prix pour le consommateur tout en obligeant le distributeur à acheter le produit suffisamment cher pour avoir une marge suffisante* », estime M. Girardi.

Sinon, les circuits courts se révèlent un bon moyen pour les agriculteurs d'améliorer leurs revenus. « *Depuis mon installation en 1974, j'ai toujours vendu une grande partie de mes asperges en direct, raconte le syndicaliste. J'ai des collègues qui ont monté leur magasin de producteurs à Mont-de-Marsan : depuis sept ou huit ans qu'ils ont commencé, ils gagnent correctement leur vie et revivent !* »



Le développement des circuits courts pourrait mettre la grande distribution sous pression : « *Si les consommateurs et les producteurs expérimentent ce système qui permet aux agriculteurs de vivre dignement, cela va ternir son image et l'obligerait à mieux payer les agriculteurs.* »

M. Grégoire, lui, a décidé de convertir sa ferme à l'agriculture biologique. « *Cela va me permettre de vendre mon lait plus cher, 40 à 43 centimes le litre au lieu de 28 à 32 en agriculture conventionnelle* », espère-t-il. Avec une crainte : « *Pour l'instant, l'acheteur numéro 1 français est Biolait, une laiterie coopérative montée par des agriculteurs très courageux. Mais si les groupes type Lactalis mettent la main sur ce marché, ils appliqueront les mêmes recettes : produire du volume, le vendre moins cher et l'exporter en Chine.* »

LE PRIX DU LAIT, ENJEU D'UNE GUERRE SANS FIN

La fixation du prix d'achat du lait est un exercice complexe. En 2013, 67.400 exploitations livraient du lait, d'après le [Centre interprofessionnel de l'économie laitière](#). Une moitié des éleveurs ont signé un contrat avec une entreprise, l'autre moitié travaillent avec une coopérative. Le prix auquel ils vendent leur lait dépend de deux grands facteurs : les cours mondiaux de la poudre de lait et du beurre et les tarifs que les transformateurs négocient avec la grande distribution.



En 2014, le prix du lait a culminé à 36,20 centimes le litre, d'après un [rapport sénatorial consacré à la situation du secteur laitier après la fin des quotas](#). Mais, depuis septembre 2014, il baisse. En cause : l'embargo russe, qui a reporté les quantités non exportées sur le marché européen, et la [fin des quotas laitiers](#), qui a incité à l'augmentation de la production. Au niveau mondial, la chute des importations chinoises de poudre de lait a contribué à dévaloriser les prix.

Côté groupes laitiers, les prix d'achat diffèrent d'une entreprise à l'autre : Sodial achète son lait environ 30 centimes le litre, Savencia 28,5 centimes, [Lactalis 27 centimes](#). Membres pour la plupart de la Fédération nationale des industries laitières, elles ont [refusé de signer la charte pour les prix de la Fédération nationale des producteurs laitiers](#). Pour Thierry Cotillard, patron des enseignes Les Mousquetaires, [interviewé par le journal Libération](#), c'est clair : « Danone a annoncé 1,2 milliard de bénéfices en 2015 au niveau européen. Ces bénéfices ont été engendrés grâce à la baisse à l'achat du prix du lait. Là, c'est clairement la marge des producteurs qui a été rognée. »

Lire aussi : [Des paysans créent leur propre supermarché](#)

Source : Émilie Massemin pour *Reporterre*

Illustrations :

- . chapô : [Flickr](#) (jean-louis Zimmermann/CC BY 2.0)
- . chariots : [Flickr](#) (Polycart/CC BY 2.0)
- . fromages : [Flickr](#) (Julien/CC BY-NC-ND 2.0)
- . graphiques : © Émilie Massemin/*Reporterre*
- . asperges : Pixabay (domaine public/CC0)
- . lait : [Flickr](#) (Santi Molina/CC BY-NC-ND 2.0)

- Emplacement : [Accueil](#) > [Editorial](#) > [Info](#) >
- Adresse de cet article : <https://reporterre.net/Voici-comment-la-grande-distribution-ecrase-l-agriculture-en-France>