

## COMMUNIQUE DE PRESSE

### Négociations commerciales 2018 : les promesses de création de valeur formulées à l'automne n'auront pas passé l'hiver

Mardi 27 février, lors de sa conférence de presse dédiée aux négociations commerciales, Coop de France a constaté que malgré l'état d'esprit constructif des États Généraux de l'Alimentation, les promesses ne sont pas tenues. Après la signature, en novembre dernier, par l'ensemble des acteurs de la filière alimentaire de la charte d'engagement pour « une équitable répartition de la valeur », tous les espoirs étaient permis pour les négociations commerciales 2017/2018. Les enseignes de la grande distribution avaient promis « d'assurer la répercussion à chaque maillon de la filière de la fluctuation des prix des produits bruts » et de « respecter strictement le cadre législatif et réglementaire en vigueur et à venir, notamment en matière de seuil de revente à perte et de promotions ».

À deux jours de la fin des négociations, Coop de France a présenté les conclusions de 3 enquêtes successives menées auprès de ses adhérents entre décembre et février. Une centaine de réponses, confirment le maintien des mauvaises pratiques de négociation :

- Plus de 60% des répondants ont indiqué avoir reçu des demandes de **budgets additionnels** pour la fin de l'année 2017 afin de **compenser les pertes de marges** de leurs clients. Cette exigence étant un préalable incontournable à l'entrée en négociation ;
- Pour plus d'1/3 des coopératives ayant répondu, le **montant des promotions** - NIP - a **dépassé le budget fixé initialement** au début de l'année 2017 et ce, **sans générer de volume supplémentaire** dans la grande majorité des cas ;
- **Les demandes de déflation généralisée** sans contrepartie vont de 3 à 12% ;
- Très majoritairement, **aucune discussion sur les leviers de valorisation** des produits n'a été menée ;
- La **multiplication des menaces de déréférencement**, parfois mises à exécution est reconduite comme en 2016 ;
- **L'alourdissement général des exigences logistiques** qui n'ont pas pu être discutées pour un répondant sur 2 (formule obscure de taux de service, multiplication des pénalités non-négociables).

Ces constats sont partagés par le médiateur des relations commerciales agricoles qui a mené une enquête courant février à laquelle ont répondu une cinquantaine de fournisseurs et tous les distributeurs : peu de contreparties accordées aux réductions de prix des fournisseurs, position agressive des distributeurs en début de négociation, aucune prise en compte de la volatilité du prix des matières premières ...

« Alors que les coopératives agricoles et agroalimentaires s'engagent dans une démarche de transition conformément aux engagements pris lors des EGA, certaines enseignes de la grande distribution se distinguent lors de ces négociations par l'absence d'évolution de leurs comportements d'achat. Les hausses tarifaires obtenues sur le beurre ne sauraient masquer les pratiques destructrices de valeur sur les autres produits agricoles et alimentaires. Au mieux, nous constatons un rattrapage partiel des baisses imposées les années précédentes. Au pire, nous sommes confrontés à des baisses de prix inquiétantes pour la viabilité financière de nos entreprises. En aucun cas la création de valeur n'a été au centre des négociations... » constate Michel PRUGUE, Président de Coop de France.

Pour sortir de cette spirale déflationniste, Coop de France compte sur l'efficacité des services de la DGCCRF pour mettre à jour les pratiques abusives et sur le projet de loi « pour l'équilibre des relations commerciales dans le secteur agricole et agroalimentaire et une alimentation saine et durable ».

Le texte qui sera débattu en avril prochain à l'Assemblée nationale comporte un certain nombre de mesures portées par Coop de France pendant les EGA : encadrement des promotions, renforcement de la clause de renégociation, effectivité de l'interdiction d'exiger de son fournisseur des prix de cession abusivement bas, simplification du Titre IV du Livre IV du Code du commerce. Coop de France confirme sa volonté de contribuer activement aux réflexions menées sur ces dispositifs, tout en mettant en valeur le modèle coopératif qui permet aux agriculteurs de renforcer leur pouvoir économique au sein de la filière alimentaire.

#### Contact presse :

CICOMMUNICATION  
Cécile GAYRARD / Victoria BOUTELOUP  
Tel. 01 47 23 90 48  
[cicom@cicommunication.com](mailto:cicom@cicommunication.com)  
[www.cicommunication.com](http://www.cicommunication.com)

#### Coop de France en bref :

Président : Michel Prugue

Délégué Général : Pascal Viné

Coop de France est la représentation unifiée des entreprises coopératives agricoles qui jouent un rôle incontournable dans l'économie agricole, agroalimentaire et agro-industrielle française.

#### La Coopération agricole en chiffres :

- 2 500 entreprises coopératives (coopératives, unions et sica) + 12 260 CUMA (coopératives d'utilisation de matériel agricole),
- 85,9 milliards d'euros de chiffre d'affaires global (hors unions de commercialisation),
- 40 % du chiffre d'affaires de l'agroalimentaire français,
- 1 marque alimentaire sur 3 est coopérative,
- Plus de 165 000 salariés,
- ¼ des agriculteurs adhèrent à au moins 1 coopérative,
- 550 coopératives engagées dans le bio,
- 74 % des sièges sociaux se situent en zones rurales,
- 93 % des entreprises coopératives sont des PME ou TPE.