



**ÉTATS GÉNÉRAUX DE L'ALIMENTATION :**

***Relations commerciales : nos propositions concrètes***

***Simples, cohérentes et opérationnelles, nos propositions visent à faciliter très concrètement une meilleure répartition de la valeur dans la chaîne alimentaire. Pour déployer un plan d'actions exhaustif, nous proposons d'agir en 3 temps : court terme, moyen et long terme.***

**IL EST URGENT DE RENDRE EFFECTIFS CERTAINS OUTILS POUR GARANTIR UNE REPARTITION DE LA VALEUR JUSQU'À L'AGRICULTEUR**

---

***Nos 5 mesures à court terme visant les négociations commerciales 2018***

- 1/ Suppression de l'intégration obligatoire du prix prévisionnel moyen dans les documents commerciaux.** Ce dispositif récent est inopérant et risque de figer la rémunération payée au producteur à un niveau contraint par la distribution. L'affichage d'un prix a priori dans les CGV ou un contrat, ne constitue en rien un outil fiable d'information relative au prix payé in fine au producteur.
- 2/ Renforcement de la clause de renégociation pour une meilleure répercussion des aléas**

Elargir le périmètre à tous les produits alimentaires qui ne sont pas concernés par des variations de prix hebdomadaires ou mensuelles

  - Elargir l'assiette de prise en compte des variations des coûts afin de pas les limiter aux seules évolutions des cours des matières premières agricoles (énergie, transports, coût du travail, fiscalité ...)
  - Attribuer aux interprofessions la responsabilité de cartographier les indicateurs pouvant servir de référence (sans limitation géographique)
  - Prévoir une obligation de résultat dans un délai maximum d'un mois avec les conséquences en résultant.
- 3/ Recréer de la valeur en mettant fin à la guerre des prix grâce à trois leviers interdépendants**
  - Rehaussement du seuil de revente à perte pour redonner une latitude dans la négociation des produits à marque nationale
  - Encadrement de tous les types de promotions en ayant une approche filière afin de tenir compte de l'élasticité prix des différents types de produits
  - Permettre l'effectivité de l'interdiction, pour tout distributeur, d'exiger de son fournisseur des prix de cession abusivement bas. Identifier par filière, des critères définissant un prix de cession abusivement bas dans la relation industriel/distributeur, afin de rééquilibrer les marchés, y compris celui des MDD.

#### **4/ Renforcer les moyens de la CEPC**

Cette instance paritaire mise en place en 2001 réalise un travail d'analyse et émet des avis ou recommandations très importants pour accompagner les opérateurs et les juges. Ce travail permet de mieux interpréter le droit et déployer les bonnes pratiques. Un budget de fonctionnement actuellement dérisoire ne permet pas de travailler de manière assez réactive au regard des enjeux. Coop de France propose donc de donner des moyens supplémentaires.

#### **5/ Renforcer les contrôles**

Les contrôles de la DGCCRF sont un levier de dissuasion déterminants pour garantir non seulement le respect des règles de formalisme contractuel, mais aussi une exécution loyale des accords commerciaux. Ils doivent donc être renforcés et déployés sur tout le territoire, de manière organisée et uniforme.

### **IL EST DETERMINANT DE PREVOIR UN DROIT LISIBLE ET INTELLIGIBLE PAR TOUS AFIN DE METTRE FIN AUX DIVERGENCES D'INTERPRETATION**

---

#### ***Notre simplification du Titre IV du Livre IV du code de commerce à horizon juin 2018***

Redonner une meilleure lisibilité du dispositif, permettra d'en partager l'interprétation, d'atténuer les litiges, de garantir une sécurité juridique pour les opérateurs économiques et de le rendre effectif.

Nos propositions de simplification du cadre légal conservent les fondamentaux qui fonctionnent et redonne une cohérence d'ensemble pour les filières alimentaires en se concentrant sur le Chapitre 1<sup>er</sup> autour de 4 axes principaux :

- Prise en compte de tous les maillons de la filière pour une meilleure répartition de la valeur
- Regroupement et clarification des dispositions relatives à la filière agroalimentaire
- Harmonisation et clarification des dispositions relatives au prix
- Regroupement des dispositions relatives aux délais de paiement et à la facturation

#### ***Nos propositions à l'échelon européen***

Les travaux conduits notamment dans le cadre de la Task force sur les marchés agricoles, mais aussi dans le cadre du projet de règlement Omnibus, doivent être pris en compte. Les thèmes suivants doivent donc être approfondis :

- La transparence des données concernant les marchés
- Les organisations de producteurs et le droit de la concurrence (intégrant la contractualisation)
- L'analyse du marché pertinent au regard des abus de position dominante
- Les pratiques déloyales
- La garantie d'une analyse pragmatique du droit de la concurrence. Cela ne passe pas nécessairement par une évolution législative des textes relatifs au droit de la concurrence, mais par une appréciation réaliste et proportionnée aux enjeux par les autorités de concurrence elles-mêmes.

### **IL EST EVIDENT QUE LA LOI NE FERA PAS TOUT. IL FAUT CHANGER LES COMPORTEMENTS D'ACHATS**

---

#### ***A plus long terme, et sur la durée, nous proposons 3 leviers d'évolution des comportements :***

- 1/ Le déploiement de la norme sur les achats responsables dans le secteur alimentaire**

Nous savons que pour la filière alimentaire française, la négociation de déflation de prix est un objectif majeur des acheteurs dans un contexte de guerre de prix destructeur. Coop de France propose des objectifs d'achats responsables en s'appuyant sur la [norme ISO 20400](#) publiée en janvier 2017. Cette norme prévoit plusieurs principes comme la **redevabilité, la transparence, le comportement éthique et l'égalité des chances** : éviter les partis pris et les préjugés dans toutes ses prises de décision d'achat. Les fournisseurs, incluant les fournisseurs locaux et les petites et moyennes organisations, doivent bénéficier d'une mise en concurrence équitable.

- 2/ Un développement du label relations fournisseur responsables** mis en place dans le cadre du contrat de filière alimentaire
- 3/ Une articulation entre les différents systèmes de médiation** : La médiation inter-entreprises, le médiateur des relations agricoles, le médiateur du Haut Conseil de la Coopération Agricole et les médiateurs des enseignes doivent être encouragés dans leurs missions déterminantes pour faire évoluer les comportements. Coop de France propose néanmoins, qu'une définition des missions et périmètres de chaque dispositif soit précisé.