

Négociations commerciales

Loi EGalim : l'année 2 sera cruciale

La première année d'application de la loi Alimentation a donné des résultats très inégaux. La menace d'inflation brandie par certains ne s'est pas (trop) concrétisée... mais la création de valeur n'a pas non plus été au rendez-vous. Ni pour les agriculteurs, ni pour les PME.

Quelques semaines après la présentation du rapport de l'Assemblée nationale sur les pratiques de la grande distribution – rapport jugé à charge par cette dernière –, le Sénat a publié le rapport d'information de son groupe de suivi de la loi EGalim. S'il se montre assez critique sur sa première année d'application, il tente malgré tout d'en sauver l'esprit en reposant ses ambitions initiales. « Nous avons émis des réserves sur cette loi, rappelle Sophie Primas, présidente de la commission des affaires économiques du Sénat, mais notre objectif n'est pas de la démolir, d'autant qu'elle est encore dans une phase d'expérimentation. Notre travail consistait à chercher si elle avait eu des effets indésirables face à la promesse en faveur du revenu des agriculteurs ». De fait, la mesure phare de la loi – le relèvement de 10 % du seuil de revente à perte – a bien entraîné une inflation des produits alimentaires : + 1,2 % pour les produits frais, selon Nielsen, et jusqu'à + 6 à 7 % pour certaines catégories, comme les alcools ou le beurre. L'objectif était que cette inflation puisse revaloriser la rémunération des agriculteurs. Las, « le ruissellement ne s'est pas produit », regrette la sénatrice Anne-Catherine Loisier,

citant l'exemple de la barquette de gariguettes restée à 1,99 euro. Pour maintenir ce prix psychologique, ce sont en fait les agriculteurs qui ont dû consentir à une baisse de 10 % de leur tarif. « En réalité, le grand gagnant serait plutôt l'État, avec la hausse des recettes de la TVA, ajoute-t-elle, ainsi que les produits à marque de distributeur

et le non-alimentaire sur lesquels s'est déplacée la guerre des prix ». D'ailleurs, l'inflation générale en GMS est restée cantonnée à + 0,3 %.

L'encadrement des promos, un paradoxe ?

L'autre grande mesure de la loi était l'encadrement des promotions. Celui-ci a été rapidement

contourné par la distribution qui a souvent reporté la promotion sur d'autres achats que celui du produit concerné, sortant ainsi du dispositif prévu par le législateur. Exemple : un cidre doux offert pour un cidre brut acheté. Le paradoxe est que ces deux mesures ont finalement plutôt profité aux grandes marques, dont la part de marché

Les trois propositions des sénateurs

Dans le cadre d'une proposition de loi, les sénateurs vont présenter trois mesures d'urgence pour limiter les effets les plus pervers de la loi EGalim. Cette proposition devrait être débattue au mois de janvier, et nécessitera l'aval des députés et, surtout, du gouvernement. C'est pourquoi Sophie Primas la présente comme de modestes corrections concernant les enjeux les plus pressants, manière notamment de délivrer un signal à la grande distribution. Et de rappeler que, pour le ministre lui-même, « le compte n'y est pas ».

//Encadrement des promotions : les produits saisonniers seraient exemptés du dispositif ainsi que les PME en difficultés, après un examen au cas par cas.

//Révision automatique des prix : en cas de hausse ou de baisse des prix des matières premières,



Urgence. Le Sénat se débat avec les conséquences de la loi EGalim.

B. QUANTINET

une clause de révision automatique des prix s'appliquerait sans nécessiter la réouverture des négociations commerciales, en tenant compte du niveau d'incorporation de la matière première dans le produit final et de l'amplitude de la volatilité pour déterminer son déclenchement.

//Coopératives : pour préserver « la

présence territoriale des coopératives », explique Daniel Gremillet, « on ne peut les assimiler à une entreprise privée ». Il s'agirait donc de revenir sur les sanctions financières prévues à l'encontre des coopératives accusées d'avoir pratiqué une rémunération des apports abusivement basse.

a progressé de 0,8 point selon Nielsen. Et les grandes perdantes ont été les PME !

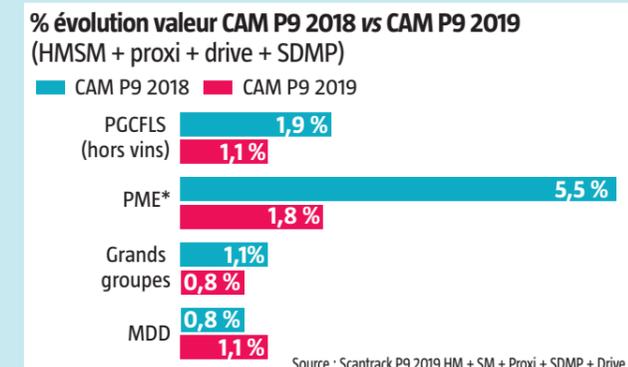
Depuis quelques années, c'étaient elles qui tiraient la croissance des rayons alimentaires, portées par une diversification des achats revendiquée par les consommateurs. De 80 %, la contribution des marques de PME à cette croissance est passée à 32,7 % en 2019. En outre, ces entreprises ont subi la reprise de la guerre des prix sur les MDD qu'elles produisent. Pire : « Certaines PME risquent de mettre la clé sous la porte compte tenu de l'encadrement des promotions », s'alarme le sénateur Michel Raison. « Ne disposant pas des moyens publicitaires des grandes marques, elles ont enregistré une baisse de leur chiffre d'affaires, pouvant atteindre dans certains cas un tiers, tout en devant augmenter leur taux de promotion. Le plafond de 25 % en volume est devenu un plancher pour les PME ». S'ajoute à cela le cas particulier des produits saisonniers, dont la part structurelle des ventes sous promotions pouvait auparavant dépasser 60 %. Dominique Amirault, président de la Feef, n'y va pas par quatre chemins : « Le seul moyen d'enrayer la chute est de sortir de l'encadrement en volume des promotions ».

Une clause de renégociation automatique ?

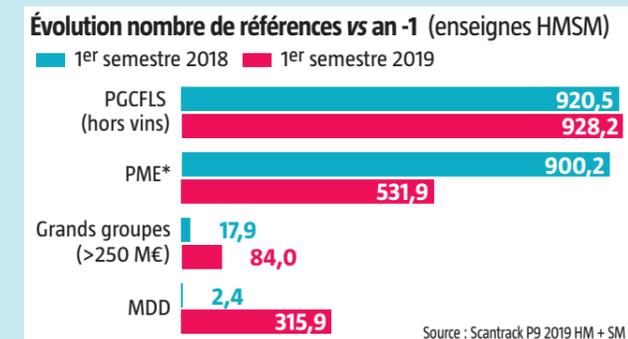
La question de la clause de renégociation, particulièrement attendue dans la filière porcine, marquée par la flambée des cours causée par l'épidémie de peste porcine africaine, pose d'autres problèmes : reprenant une proposition du médiateur des relations commerciales agricoles, Francis Amand, les sénateurs prônent l'instauration d'une clause de renégociation automatique. Techniquement difficile à mettre en œuvre, il est probable qu'elle se heurtera aux résistances de la grande distribution.

EGalim : les marques de PME* grandes perdantes

Le taux de croissance des marques de PME* divisé par trois en un an



Un ralentissement net du nombre de nouvelles références pour les marques de PME*



* PME : entreprises dont le chiffre d'affaires est inférieur à 250 M€

Car la loi EGalim n'a pas relâché la pression concurrentielle entre les enseignes. Les deux gagnantes de l'année en termes de parts de marché sont Leclerc (+ 0,6 point, à 21,6 %, depuis le début de l'année) et Lidl (+ 0,3 point, à 5,9 %, selon Kantar Worldpanel). Or ce sont elles qui bénéficient de la meilleure image prix auprès des consommateurs, signe que la sensibilité de ces derniers à ce critère est restée intacte. Dominique Schelcher, patron de Système U, fait partie des tenants du ruissellement : « En fait, le ruissellement est une question de volonté ». Mais Michel-Édouard Leclerc lui a rétorqué : « Puisque personne ne croit plus au ruissellement, il serait plus respon-

sable de ne pas en entretenir le mythe en faisant porter à tes autres collègues de la distribution l'échec d'une disposition que tu ne sais pas plus qu'eux appliquer ».

La cascade, préalable au ruissellement ?

Reste la question des indicateurs des coûts de production qui devaient permettre de déterminer les prix « en cascade », de l'amont vers l'aval. Selon Dominique Amirault, il faut « reconnaître que la création de valeur est une question de dialogue et que la date d'application devrait être immédiate ». Ce système – que préfère Christiane Lambert, la patronne de la FNSEA, car il présente un mouvement inverse

au fameux ruissellement – n'est encore que balbutiant, à l'exception – et encore – de la filière laitière où de nombreux accords tripartites ont été signés entre producteurs, transformateurs et distributeurs. « Nous sommes en économie de marché, rappelle Michel Raison. Un indicateur ne saurait faire un prix de vente. Il faut travailler sur d'autres paramètres, et notamment les charges des agriculteurs ». Justement, le titre I de la loi, pour une « amélioration de l'équilibre des relations commerciales », ne doit pas faire oublier son titre II, comportant des mesures « en faveur d'une alimentation saine, de qualité, durable, accessible à tous et respectueuse du bien-être animal ». Cette « montée en gamme » voulue par le président de la République peut aussi peser sur les filières. Pour la rendre admissible, l'application de l'article 44, qui impose les mêmes normes aux denrées importées qu'à celles produites en France, demeure délicate : « Nous ne pouvons ni trahir les agriculteurs, ni tromper les consommateurs », résume Daniel Gremillet, président du groupe de suivi. Mais ce titre II risque néanmoins d'accroître les charges agricoles sans garantir une revalorisation, sans même parler des évolutions prévisibles de la Politique agricole commune ou de l'impact des accords de libre-échange. Votées avec un retard important, la loi EGalim et les ordonnances qui en découlent sont sans doute arrivées trop tard pour une pleine application en année 1. C'est donc tout l'enjeu des négociations 2020. « Il n'y a plus d'excuse, les textes sont là », assène Daniel Gremillet. Signe encourageant : « Après les premières semaines de négociation, nous constatons un dialogue et une écoute réelle de la part des différentes enseignes de la distribution », observe l'Ania.

BENOÎT JULLIEN