

L'Ania dénonce des négos 2018

À l'occasion de la présentation du bilan économique 2017 du secteur, l'Association nationale des industries alimentaires (Ania) a dénoncé des négociations commerciales 2018 désastreuses et en a appelé à une loi qui changerait enfin les choses.

« **J**e suis en colère. Cela fait cinq ans que l'on se voit, que la situation se dégrade et personne ne réagit. Le climat des négociations commerciales 2018 s'est avéré catastrophique. » Ce mardi 20 mars, autant dire que ce n'est pas un vent d'optimisme qui soufflait dans les locaux de l'Association nationale des industries alimentaires (Ania). Son président, Jean-Philippe Girard, très remonté, poursuivait : « *Malgré les États généraux de l'alimentation et la charte que les distributeurs ont tous signée, il n'y a eu aucun progrès !* »

À cet égard, les données du dernier Observatoire des négociations commerciales, lancé le 5 mars par l'Ania et qui retrace l'atterrissage de 120 entreprises de toutes tailles et de différents secteurs, sont effectivement sans appel. Quelque 46 % des entreprises consultées considèrent que leurs relations avec leurs clients se sont dégradées par rapport à l'année dernière, et 81 % ont été confrontées à des demandes de déflation

LE CONTEXTE

■ **Malgré les États généraux de l'alimentation qui ont démarré sur un diagnostic partagé par l'ensemble de la filière et la signature d'une charte d'engagements**, les négociations commerciales 2018 se sont révélées « *catastrophiques* », selon l'Ania.

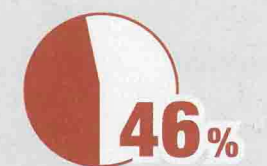
■ **Découragé, le secteur défend la loi en préparation** afin que les pratiques évoluent et mettent un terme à une destruction de valeur estimée à 4 milliards d'euros depuis 2014.

■ **Le renforcement des contrôles et la mise en place de sanctions dissuasives** devront, selon l'Ania, contribuer aussi au rééquilibrage des forces dans les relations commerciales.

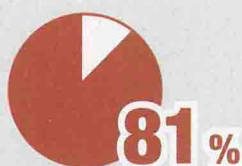
de principe. « *Par la suite, le seul objectif des entretiens dans les box a été de pouvoir revenir à zéro* », s'est exclamé Jean-Philippe Girard.

De fait, 47 % des entreprises ont dû se résoudre à signer en déflation, acceptant une baisse moyenne de 1,7 %, alors que 90 % des entreprises avaient besoin d'une hausse de tarif de 4,3 % en moyenne pour conduire leur stratégie commerciale. Pour 71 %

Un climat de tension



des entreprises consultées considèrent que leurs relations avec leurs clients se sont dégradées



ont été confrontées à des demandes de déflation de principe



ont signé en déflation, acceptant une baisse de tarif moyenne de 1,7 %



ont obtenu une hausse de tarif, en moyenne de 1,5 %

Source : Observatoire des négociations commerciales de l'Ania, mars 2018. Chiffres basés sur l'atterrissage de 120 entreprises.

LES CHIFFRES CLÉS DE L'AGROALIMENTAIRE EN FRANCE

180 Mrds€
Le CA 2017 de l'industrie agroalimentaire, à + 3,9 % vs 2016

17 647 entreprises
dont 98 % de TPE-PME

429 079 emplois directs, à + 1,06 % vs 2016

Source : Insee

-6 points
La baisse du taux de marge des entreprises alimentaires en dix ans

+12%
La hausse du prix des matières premières en 2017

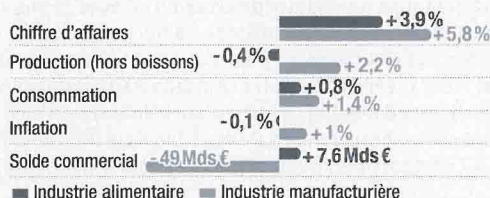
Près de 55%
Le poids des matières premières dans le CA des industries alimentaires

Sources : Insee, Iri, Ania

DES SIGNES DE FAIBLESSE, SAUF À L'EXPORT

Évolution des indicateurs économiques des industries alimentaire et manufacturière françaises en 2017

Source : Iri



18 « catastrophiques »

d'entre elles, l'augmentation du coût de leurs matières premières n'a pas été prise en compte, alors que celles-ci pèsent entre 55 % et 77 % dans l'activité des entreprises. « *Seulement 37 % des entreprises ont obtenu une hausse de tarif avoisinant 1,5 %, bien éloigné de leurs besoins. Autant dire que le compte n'y est pas* », a regretté Jean-Philippe Girard. Résultat, les entreprises alimentaires affichent en 2017 des marges au plus bas depuis ces quarante dernières années, après avoir perdu 6 points en l'espace de dix ans, selon l'Ania.

Un mieux tronqué par les matières premières

Cependant, le secteur a vu son chiffre d'affaires augmenter de près de 4 % pour atteindre 180 milliards d'euros en 2017. « *Mais que l'on ne se trompe pas. Cette progression s'explique par les hausses des prix des matières premières qui ont pu être partiellement répercutées et par un regain de l'activité à l'export* », a assuré le président de l'Ania. Avec un excédent commercial de 7,6 milliards d'euros, en progression de 4 % par rapport à 2016, le secteur fait en effet bien mieux que le reste de l'industrie manufacturière, dont le solde commercial affiche un déficit de 49 milliards d'euros en 2017, et reste, comme depuis 2008, au quatrième rang des exportateurs mondiaux derrière les États-Unis, l'Allemagne et les Pays-Bas.

Bien que le secteur ait en 2017 réussi à créer près de 5 000 emplois, conservant ainsi sa position de leader de l'industrie française, le découragement semble gagner du terrain. « *Rendez-vous compte ! Depuis 2014, cette guerre de part de marché à laquelle se livrent les enseignes et qui n'est rien d'autre qu'une guerre des prix a généré une destruction de valeur de 4 milliards d'euros. Ce n'est pas rien !* », s'est insurgé Jean-Philippe Girard. « *Alors que l'industrie alimentaire et les producteurs agricoles ont respectivement perdu 900 millions d'euros d'excédent brut depuis ces quatre dernières années, E. Leclerc a, au cours de la même période, gagné 3 points de part de marché, à 21 %* », a-t-il fait remarquer.

Une guerre des prix qui, si l'on en juge l'évolution de la consommation à seulement + 0,8 %, ne produit pas d'effet. « *Le pouvoir d'achat des ménages ne se joue pas dans le chariot du supermarché, qui représente moins de 10 % du budget des ménages* », a ainsi tenu à démontrer le président de l'Ania. Raison de plus pour l'association de défendre, de concert avec la FNSEA, le projet de loi, présenté fin janvier en Conseil des ministres, qui vise à rééquilibrer les relations commerciales. « *Il s'agit d'une loi dure qui va changer*

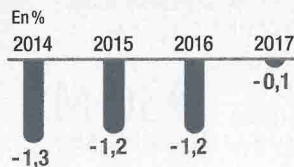
« *Rendez-vous compte ! Depuis 2014, cette guerre de part de marché à laquelle se livrent les enseignes et qui n'est rien d'autre qu'une guerre des prix a généré une destruction de valeur de 4 milliards d'euros. Ce n'est pas rien !* »

Jean-Philippe Girard,
président de l'Ania

© LAETITIA DUARTE

UNE BAISSÉ CONTINUE DU PRIX DES PGC ALIMENTAIRES

Évolution annuelle des prix des PGC alimentaires depuis 2014
Source : Iri



Avec une baisse de 0,1 %, l'évolution du prix des PGC alimentaires s'inscrit en recul pour la quatrième année consécutive.

beaucoup de choses mais qui est nécessaire», a estimé Jean-Philippe Girard. L'encadrement des promotions, le relèvement de 10 % du seuil de revente à perte (SRP) et la contractualisation en partant du coût de production en constituent les principaux points. « *Le relèvement de 10 % du SRP, qui concernerait seulement 18 % des références, ne coûterait pas plus de 0,50 € par mois et par personne, soit 400 millions d'euros. On est loin des 5 milliards d'euros avancés par UFC-Que Choisir. Cela vaut le coup* », a-t-il insisté. Cette nouvelle loi, qui pourrait être adoptée d'ici à juillet, doit s'accompagner d'un renforcement des mesures de contrôles et de sanctions dissuasives allant jusqu'à 5 % du chiffre d'affaires des distributeurs qui ne joueraient pas le jeu. « *Entre 2014 et 2017, le montant des sanctions prises à l'encontre des distributeurs s'est élevé à 160 millions d'euros. Quand on sait que 1 point de part de marché gagné représente pour un distributeur un gain de 900 millions d'euros, on comprend vite que les sanctions appliquées jusque-là ne sont pas dissuasives* », n'a pas manqué de souligner Jean-Philippe Girard. ■

MARIE CADOUX