



**Interview de Jacques Creyssel, délégué général de la FCD : « L’intégration de la FCD au Cniel est un plus pour le secteur »**

**Dans son plan de filière, l’Interprofession laitière s’engage à intégrer les acteurs du commerce et de la distribution. Le délégué général de la FCD s’en réjouit.**

[Abonnez-vous](http://www.reussir-boutique.com/boutique/fiche_produit.cfm?ref=0035-3590) [Réagir](http://www.rlf.fr/actualites/l-integration-de-la-fcd-au-cniel-est-un-plus-pour-le-secteur%3A79VM56DN.html#comment) Imprimer [Envoyer](http://www.rlf.fr/actualites/l-integration-de-la-fcd-au-cniel-est-un-plus-pour-le-secteur%3A79VM56DN.html#share)

Jacques Creyssel - © F. Algarvio

***Comment envisagezvous les termes du rapprochement de la FCD et de l’interprofession laitière ?***

**Jacques Creyssel -** Nous nous réjouissons de l’intégration de la FCD à l’interprofession laitière, prévue en juin prochain. C’est une demande que nous exprimions depuis longtemps. La généralisation des interprofessions longues permet à la fois de construire les bases d’un dialogue plus efficace, et de mieux prendre en compte les sujets essentiels liés à la consommation. C’est un plus pour tous les acteurs. L’ouverture de l’interprofession à la distribution, inscrite dans le plan filière, traduit l’engagement partagé par les membres actuels du Cniel et de la FCD. Ainsi, avec l’intelligence collective et notre expérience des interprofessions, nous sommes convaincus que d’ici le mois de juin les objectifs d’organisation, de gouvernance et de fonctionnement seront finalisés.

***Qu’attendez-vous de l’entrée de la distribution dans la gouvernance du Cniel ?***

**J. C. -** La mise en place de cette instance permettra avant tout l’établissement d’un partage en temps réel des enjeux, des objectifs et des difficultés de chacun des maillons de la filière. Celle nouvelle instance aura aussi la capacité d’instaurer un véritable dialogue dans le secteur autour de la valorisation du produit final qui donne une cohérence à nos engagements. C’est l’enjeu essentiel pour pérenniser la production de lait en France. Il faut garder à l’esprit que le secteur est aujourd’hui confronté à une baisse de la consommation et notre objectif commun est de défendre et de promouvoir les produits laitiers.

***Le but de l’interprofession est de créer des conditions de négociations commerciales plus transparentes, réactives et équitables. À travers quels éléments traduisez-vous la transparence, la réactivité et l’équité ?***

**J. C. -** Ce sont effectivement des éléments qui doivent guider les travaux de l’interprofession, et toute la vigilance doit être apportée à l’engagement de l’ensemble des acteurs sur la durée. Nous sommes convaincus que les pratiques seront vertueuses et que les acquis sur la transparence s’imposeront durablement. Si l’interprofession n’a pas vocation à se substituer aux entreprises dans le cadre des négociations commerciales, elle a la capacité de fédérer l’ensemble des acteurs sur des pratiques permettant notamment d’assurer une rétribution juste des agriculteurs. Audelà des aspects économiques, transparence et réactivité sont incontournables sur le plan sanitaire afin de rassurer le consommateur. C’est bien sûr ensemble que nous devons travailler dans cet objectif !

***Quand on voit le déroulement des négociations commerciales alors qu’une charte d’intentions a été signée, on a du mal à imaginer la suite. Le guide de bonnes pratiques commerciales que la filière propose de définir dans son plan pourrait-il régler certains aspects ?***

**J. C. -** Les négociations dans le secteur laitier ont traduit l’esprit des EGA à chaque fois que les industriels ont affiché des engagements sur les retours aux producteurs. Cet aspect constitue un point majeur dans la co-construction des prix et il faut s’attacher à mettre en oeuvre les modes de fonctionnement dans le cadre des textes réglementaires existants (loi Sapin II) et à venir (loi Agriculture et alimentation).

**IDENTITÉ**

Jacques Creyssel **est délégué général de la FCD, la Fédération du commerce et de la distribution qui** rassemble les enseignes de la distribution, hors Leclerc et Intermarché, et ce, qu’il s’agisse de la distribution alimentaire ou de la distribution spécialisée. Un secteur qui représente 30 000 points de vente et un volume d’affaires de 200 milliards d’euros.