



COMMUNIQUE DE PRESSE

PJL Urgence agricole : des avancées pour les PME, mais un texte détourné au profit des multinationales industrielles

Le Parlement a définitivement adopté le projet de loi d'urgence agricole. La Fédération du Commerce et de la Distribution (FCD) salue plusieurs avancées, notamment en faveur des PME et ETI agroalimentaires. En revanche, elle regrette que plusieurs dispositions s'éloignent de l'objectif initial du texte - mieux protéger les agriculteurs - pour renforcer la position des grands groupes industriels dans les négociations commerciales.

Une reconnaissance de la spécificité des PME dans les négociations commerciales

La FCD salue la prise en compte de la situation singulière des PME et ETI agroalimentaires, qui ne disposent pas du même pouvoir de négociation que les multinationales. Les entreprises dont le chiffre d'affaires consolidé mondial est inférieur à 350 millions d'euros bénéficieront désormais d'un calendrier de négociations plus favorable, avec une date limite fixée au 31 janvier. Cette avancée doit leur permettre de sécuriser plus tôt leurs accords commerciaux et leur accès au linéaire, avant que les négociations avec les grands groupes ne monopolisent la fin du calendrier.

La loi vient ici consacrer ce que les enseignes pratiquent de longue date : traiter en priorité les PME de nos territoires, construire avec elles des partenariats inscrits dans la durée et co-développer des gammes qui font la richesse et la diversité de l'offre en magasin. Ce que le législateur inscrit dans le calendrier, la distribution le vit au quotidien, au plus près des bassins de production.

La FCD s'étonne toutefois que cette avancée ne soit prévue qu'à titre expérimental jusqu'en 2029, alors même qu'elle répond à un déséquilibre structurel entre PME et multinationales.

Une transparence renforcée sur les achats de produits sains et durables, mais des obligations asymétriques sur l'origine des produits

La FCD salue également l'intégration des industriels dans le champ des obligations de transparence sur les achats alimentaires sains et durables. Toutefois elle regrette une application à géométrie variable des obligations de transparence sur l'origine des produits. Les marques de distributeur y seront soumises, tandis que les marques nationales, qui représentent pourtant la grande majorité des achats alimentaires des Français, en sont exemptées. Ce choix est d'autant plus paradoxal que les MDD sont déjà pleinement engagées pour la transparence en affichant un Nutri-Score sur plus de 98 % de leurs produits, quand certaines multinationales continuent de le combattre. En excluant la majorité du marché, cette mesure perd largement sa portée.

Un texte qui renforce les déséquilibres au profit des grands groupes industriels

La FCD dénonce toutefois un renforcement des contraintes administratives qui accentue l'asymétrie entre distributeurs et industriels. Désormais, seul le distributeur devra justifier par écrit, sous un mois, tout refus des conditions générales de vente et motiver toute demande de baisse tarifaire. L'encadrement des appels d'offres répétés, qui touche en particulier nos pratiques d'achat en marque de distributeur, est par ailleurs maintenu. Ces contraintes à sens unique affaiblissent la position de la distribution dans la négociation, sans bénéfice ni pour les agriculteurs ni pour le pouvoir d'achat des Français.

La FCD regrette également l'extension aux produits d'hygiène et d'entretien (DPH) du dispositif permettant à un fournisseur de mettre fin à la relation commerciale en l'absence d'accord. Initialement conçu pour les produits alimentaires, ce mécanisme s'appliquera désormais aussi aux lessives, couches ou shampoings, sans aucun lien avec les matières premières agricoles ni avec l'objet même de cette loi. Écartée en première lecture à l'Assemblée nationale, cette extension réapparaît dans le texte final au seul bénéfice des grands groupes industriels du non-alimentaire.

Des « tunnels de prix » qui risquent de fragiliser les interprofessions et d'alimenter l'inflation

La FCD partage pleinement l'objectif d'assurer une juste rémunération des agriculteurs. C'est d'ailleurs le sens de ses propositions en faveur d'une transparence renforcée permettant de sanctuariser la matière première agricole dans les négociations commerciales. En revanche, le dispositif des « tunnels de prix », fondé sur des indicateurs de coûts de production pouvant servir de référence minimale, soulève de fortes réserves. De nombreuses interprofessions ont exprimé leur opposition à ce mécanisme, qu'elles jugent déconnecté des réalités économiques des filières, de la diversité des marchés et des conditions de concurrence.

Au-delà de ces réserves de fond, la possibilité d'imposer ce dispositif par décret malgré un avis défavorable des interprofessions remettrait en cause le rôle de ces dernières dans la construction des équilibres de filière et fragiliserait le dialogue interprofessionnel.

Enfin, un tel mécanisme risque d'affaiblir la compétitivité des filières françaises et de contribuer à une hausse des prix pour les consommateurs, sans garantir pour autant une meilleure rémunération durable des producteurs.

Judith Jiguet, Déléguée Générale de la FCD :

« Nous saluons les avancées obtenues dans ce texte pour les PME, un combat de bon sens, entrepris de longue date par la FCD. Mais le texte s'est progressivement éloigné de son ambition initiale. Conçu pour protéger les agriculteurs, il est devenu le véhicule de dispositions qui profitent avant tout aux multinationales industrielles. Quel est le lien entre l'urgence agricole et les couches ou la lessive ? Pourquoi créer toujours plus d'asymétrie dans la relation commerciale entre distributeurs et multinationales industrielles ? Une loi agricole, a fortiori loi d'urgence, doit fixer des règles équitables pour tous les acteurs. Elle doit défendre les agriculteurs et les PME françaises, et non céder aux sirènes des influences et renforcer la position de géants qui dominent déjà le marché. »

À propos de la FCD

La Fédération du Commerce et de la Distribution regroupe la plupart des enseignes de la grande distribution, qu'il s'agisse de distribution alimentaire ou distribution spécialisée. Ce secteur compte 800 000 emplois, plus de 10 millions de clients par jour, 2 300 hypermarchés, 5 875 supermarchés, 3 435 supermarchés à dominante marques propres, près de 6 200 drives, 20 000 magasins de proximité et environ 2 000 grandes surfaces spécialisées, plus de 30 000 points de vente pour un volume d'affaires d'environ 250 milliards d'euros HT. La FCD intervient notamment dans les domaines de la sécurité alimentaire, du développement durable, des relations économiques (PME, industriels, filières agricoles), des relations avec les partenaires sociaux et sur les sujets liés à l'aménagement du territoire et d'urbanisme commercial. Plus d'information sur : www.fcd.fr

Contacts presse

Thomas DUTRIEZ – +33 (0)7.81.37.31.28 – tdutriez@image7.fr