

Communiqué de presse

Paris, le 17 décembre 2008

La Fédération des entreprises du Commerce et de la Distribution s'élève contre les méthodes de « l'étude sur la formation des prix alimentaires » et dénonce son exploitation :

- A aucun moment, les commerçants n'ont été consultés lors de la réalisation de cette étude, qui a pourtant nécessité 10 mois.
- L'étude a été rendue publique le 16 décembre, sans aucun lien avec l'Observatoire des prix et des marges qui a tenu sa première réunion le 11 décembre et adopté un programme de travail. La FCD rappelle à cette occasion qu'elle avait demandé, depuis plusieurs années, la mise en place d'un tel Observatoire sur les prix et les marges à **tous les stades de la filière**. Elle a elle-même donné de nombreux éléments sur les prix (voir site FCD) et participé à de nombreuses études (OFIMER, INTERBEV).
- L'affirmation du Ministère de l'Agriculture selon laquelle la difficulté ne saurait venir que de la « grande distribution » est certainement de nature à satisfaire les secteurs de production dont il a la charge, mais elle ne correspond pas à la réalité.

Sur le fond, l'étude appelle des observations :

- Elle affirme que « les marges de la distribution sont en moyenne assez fortes en France » sans caractériser les choses, ni d'ailleurs aborder vraiment la question de la décomposition de la marge brute.
- Elle reprend l'idée qu'il y a une insuffisance de concurrence dans la distribution, alors même que les variations de part de marché sont fortes et que les gammes de premiers prix, y compris le maxi-discount (nom français du hard-discount avec + 6 %), et de marques de distributeurs se développent.

Par ailleurs, si, dans certaines zones, l'offre commerciale a été limitée, c'est en raison de la réglementation d'Etat issue des Lois Royer-Raffarin.

- Elle indique qu'il y a un problème sur le porc et le jambon, secteur déformé par l'intensité et la fréquence des actions de promotion (qui ont fait l'objet d'une étude de l'interprofession). Par ailleurs, elle dit que la gamme de prix est très ouverte de 1,90 euro le kg à 16 euros, ce qui montre la concurrence sur les marges. Le secteur de la transformation du porc est enfin plutôt concentré, contrairement à ce qui est dit.
- Elle confirme que les prix des produits frais se forment à l'expédition et sont, dans l'ensemble, cohérents au stade du détail.
- Elle estime que les « prix de détail apparaissent pratiquement indépendants des prix agricoles », comme si la forte hausse des prix agricoles (et du pétrole) intervenue en 2007 ne pouvait avoir d'effet sur les prix.
- Un encadré des industriels de grande marque (ILEC) montre que les prix des grandes marques en France est le plus faible en Europe après l'Allemagne, depuis notamment les accords Sarkozy de 2004. Comme les marques des distributeurs et les premiers prix sont encore moins chers, on voit que la solution n'est pas de « mettre la pression sur la grande distribution pour baisser les prix », comme d'ailleurs l'a montré le débat de la LME.

Les enseignes du Commerce et de la Distribution sont ouvertes au dialogue dans le cadre de l'Observatoire ou dans toute enceinte utile. Elles n'acceptent pas, une fois de plus, d'être désignées comme des boucs émissaires.