

RÉVÉLATIONS

GRANDE DISTRIBUTION LES CONFESIONS D'UN SALOPARD

Pour la première fois, un acheteur, intermédiaire entre les petits producteurs et les principales enseignes de la grande distribution, parle.

Il révèle les pratiques les plus sombres, entre manipulation et corruption, qui étranglent toujours plus agriculteurs et éleveurs. Un témoignage accablant !

PAR JEAN-CLAUDE JAILLETTE



Jamais nous ne pensions pouvoir réaliser cette interview, tant l'omerta domine le monde ultra-fermé de la grande distribution. Rien ne doit filtrer, et surtout pas dans la presse. Aucune des mille et une manières de racketter les fournisseurs – avec leur acceptation contrainte – ne doit être connue du grand public. L'image que cet univers s'est fabriquée est celle d'une organisation au service du consommateur à travers son pouvoir d'achat et la satisfaction de ses désirs, même les moins avouables. De quelle manière la grande distribution entretient son immense pouvoir sans contestation, comment elle détruit l'emploi et



l'environnement : rien ne doit être su. Malheur à celui qui parle : il sera blacklisté dans toutes les chaînes de distribution, qui se serrent les coudes. Même les principaux fournisseurs prennent soin de ne pas déplaire.

Au cours de nos nombreuses enquêtes sur les hypermarchés, nous avons maintes fois tenté d'entrer en relation avec un acheteur, ce personnage central dans la relation entre les centrales d'achat et les fournisseurs : grosses ou petites PME, paysans isolés ou coopératives. C'est lui qui mène la négociation, qui applique les consignes de ses patrons d'acheter toujours moins cher afin d'améliorer les marges, qui décide du sort de ces producteurs qui souhaitent entrer dans les rayons des hypermarchés.

« QUAND J'ÉTAIS JEUNE, UN DE MES PATRONS M'A DIT : "SI UN TYPE SORT DE TON BUREAU AVEC LE SOURIRE, C'EST QUE TU NE L'AS PAS ASSEZ RINCÉ." »

Des patrons de PME que nous avons rencontrés nous ont décrit des scènes de pression extrême allant jusqu'à l'humiliation ou l'injure. Ils nous ont dressé la liste de toutes les ristournes qu'ils doivent supporter pour être référencés. Sous le couvert

de l'anonymat, bien sûr, pour ne pas courir le risque de ne plus vendre leur marchandise... Leurs témoignages concordent et lèvent un peu plus le voile sur ce qui était devenu un secret de Polichinelle. D'autant que certains, pour étayer leurs propos, nous ont laissé consulter des factures et des contrats pour le moins opaques. Et la récente condamnation du groupe Leclerc (le 4 juillet) à reverser à des fournisseurs 61,3 millions d'euros abusivement perçus grâce à ce type de contrats a confirmé de façon implacable ces pratiques prédatrices. Mais jamais nous n'avions pu approcher le cœur du système.

Et voilà qu'un membre de la profession, acheteur des années durant et installé dans la hiérarchie du système, se décide à parler, au seuil de la soixantaine. Après de longues manœuvres d'approche et grâce à des intermédiaires qui l'ont mis en confiance. Pendant sa longue carrière, notre témoin a boulingué dans la plupart des centrales d'achat, en France et à l'étranger. Il travaille aujourd'hui en Europe, dans les fruits et légumes, toujours pour la grande distribution. C'est pourquoi il a tenu à demeurer anonyme. Mais la force de son témoignage dépasse de beaucoup sa simple identité.

« J'ai été un tueur », explique-t-il d'emblée, pour qu'on comprenne bien que dans ce milieu la loi du plus fort s'applique sans pitié. « Quand j'étais jeune, un de mes patrons m'a dit : "Si un type sort de ton bureau avec le sourire, c'est que tu ne l'as pas assez rincé" », se souvient-il. Alors, il a rincé, encore et encore, par tous les moyens possibles, légaux comme occultes. Jusqu'à ce qu'il ne puisse plus se regarder dans un miroir. Ses révélations sont poignantes. Elles décrivent un monde qui se joue en permanence des règles pour gonfler ses marges. Un monde où la corruption est quasi quotidienne. Ses propos permettent de comprendre pourquoi, ces jours derniers, les agriculteurs bretons s'en sont pris une nouvelle fois à un supermarché Lidl à Quimper. Comme souvent lorsque les cours des fruits, du lait ou du porc s'effondrent. Ils expriment leur désarroi face à >

➤ l'écart incompréhensible entre les prix qui leur sont accordés par les acheteurs et les prix dans les rayons. Ils ont martelé qu'à force de rincer les producteurs, la grande distribution scie la branche sur laquelle elle est installée. Et où les grandes enseignes iront-elles se fournir lorsque les agriculteurs français auront mis la clé sous la porte, emportant avec eux un savoir-faire transmis de génération en génération ? Au bout de la planète où les prix sont encore plus bas et la sécurité alimentaire mal maîtrisée ?

UNE DÉMARCHE CITOYENNE

Quelques jours avant le mouvement de Quimper, la FNSEA, principal syndicat agricole, avait organisé « une nuit de l'élevage en détresse ». Des milliers d'éleveurs avaient bloqué des routes, des carrefours et des voies d'accès menant à des hypermarchés. Le président du syndicat, jugé trop conciliant avec le pouvoir, a même été chahuté à Saint-Brieuc pour avoir demandé de la patience à ses adhérents... « Si rien ne bouge durant l'été, leur a-t-il dit, nous lancerons un mois entier de protestation comme on n'en a jamais connu depuis longtemps en France. – Si nous attendons septembre, la moitié d'entre nous aura disparu », ont répondu les éleveurs.

C'est pour toutes ces raisons que notre acheteur a pris la parole. « Quand les consommateurs demandent des prix toujours plus bas, se rendent-ils compte qu'ils envoient leurs enfants au chômage ? » Et il ajoute : « Leclerc, Système U, ceux qui affichent les portraits de leurs producteurs locaux dans leurs galeries marchandes font parfois savoir qu'ils sont proches des producteurs. Mais quand les négociations reprennent, les états d'âme s'envolent. Et ils tuent comme avant. »

Notre homme est amer. « Indigné », même, affirme-t-il, en référence au mouvement citoyen espagnol. En dévoilant les pratiques des centrales d'achat, il veut donner à sa démarche un sens politique. Des solutions pour sortir de cette spirale infernale ? Il en a, et il nous les livre. ■ J.-C.J.

"COMMENT J'AI T

"Pour quelques dizaines de milliers d'euros, je 'tuais' un producteur de pêches. je me suis trouvé misérable. Qui étais-je pour avoir le droit de vie et de mort sur lui ?"

Marianne : Vous avez joué un rôle charnière dans le système de fixation des prix de la grande distribution. Pourquoi avez-vous décidé de lever le voile sur les pratiques prédatrices de la grande distribution ?

Le public pense que nous autres acheteurs de la grande distribution sommes de grands salopards. Il a raison. Nous exerçons un métier de tueur, et nous sommes payés pour cela. Des tueurs de petites PME, de petits producteurs qui font vivre une poignée de salariés et que nous contraignons à vendre leurs produits à des prix toujours plus bas. Oh, c'est vrai, il n'y a pas mort d'homme, mais leur vie est anéantie.

Aujourd'hui, la grande distribution fait régner sa loi sans qu'aucun ministre ait pu lui imposer quoi que ce soit, malgré les lois Galland, Dutreil ou Chatel, etc. J'ai commencé ma carrière à la fin des années 80. Trente ans plus tard, rien ne s'est amélioré, bien au contraire. J'ai décidé de parler parce que je pense que le moment est venu de dire qu'il faut arrêter la machine folle. Je comprends les mouvements d'« indignés » qui se dressent partout en Europe pour dire qu'il faut changer le système. Podemos a pris le pouvoir en Espagne, à Madrid, à Barcelone et dans plusieurs villes. Je crois que les « indignés » de la production, les paysans et les petits patrons, doivent dire ce qu'ils ont sur le cœur pour ébranler le système. Je me reconnais dans leur démarche.

Comment avez-vous pris conscience du rôle qu'on vous faisait jouer ?

Au début, on ne voit rien, on est jeune et plein d'une ambition qui peut être

récompensée. On « tue » sans s'en rendre compte. A l'époque, j'avais un patron qui disait : « Un mec qui sort de ton bureau et qui a le sourire, c'est que tu ne l'as pas assez rincé. » Je pensais qu'il disait vrai.

Un jour, c'était en 2002, un type qui produisait des pêches est venu dans mon bureau, désespéré. Ça faisait un moment qu'il me mettait en alerte, en me disant qu'il ne pouvait plus continuer comme ça. Je lui répondais invariablement : « Soit tu acceptes mes prix, soit tu dégages. » On avait continué une saison de plus. Et puis il est revenu... Dans mes mauvais rêves, je revois encore la scène. Il pleurait... Il me dit : « Il y a un an, je t'ai mis en garde. Cette fois, tu vois, je ne peux plus continuer et je vais mettre 30 personnes à la porte. » Je lui réponds : « Mais tu es trop cher... Bon, fais encore un effort, donne-moi le tarif que je te demande et on continuera à travailler ensemble. – Mais si j'accepte ton tarif, je ne pourrai plus payer mes gars. Tu te rends compte, ça fait vingt-cinq ans qu'on travaille ensemble et tu me jettes du jour au lendemain ? » Avec lui, on faisait un tout petit chiffre d'affaires. Pour nous, il n'était pas très important, mais sa survie dépendait de ce petit quelque chose. Pour quelques dizaines de milliers d'euros je le « tuais ». Je me suis trouvé misérable. Qui étais-je pour avoir droit de vie et de mort sur lui ? Je me suis alors dit que, si je continuais comme ça, je ne pourrais plus me regarder dans la glace.

Il y a eu aussi l'épisode du Rana Plaza, cet immeuble de confection de textile, qui a flambé à Dacca au Bangladesh, en 2013, faisant plus de 1 000 morts. J'étais allé là-bas quelques mois auparavant. J'ai vu les usines où les ouvriers fabriquaient

UÉ DES PETITS PRODUCTEURS''



des tee-shirts à 1 € pièce. Ils travaillaient pour Carrefour, pour Auchan, pour H&M, pour Zara. A un tel niveau d'insécurité que c'était inhumain, bossant douze heures par jour sur des machines à coudre antiques, entassés les uns sur les autres, sans issues de secours, dans la chaleur et la puanteur. Vient un moment, toutes ces choses-là doivent sortir.

Qu'est-ce qui vous a le plus choqué dans votre carrière ?

Dans la grande distribution, il y a officiellement une déontologie à toute épreuve. On ne peut accepter qu'une chose, un agenda et un stylo. Sauf que, lorsque arrive par exemple l'anniversaire d'une chaîne qui est généralement l'occasion de grandes promotions, on nous demande d'organiser un véritable racket des PME. La méthode est toujours la même : une liste des cadeaux auxquels

doivent souscrire les fournisseurs est établie. Elle contient 10 voitures, et pas des petites, 50 écrans plats, 50 chaînes hi-fi, une vingtaine d'ordinateurs portables. Et la négociation démarre avec le fournisseur. On lui présente la liste. Je vous fais le dialogue :

- « C'est quoi, ce truc ? »
- C'est l'anniversaire de la chaîne. Vous participez ?
- Ah non ! C'est pas possible, comment voulez-vous que je fasse !

POUR LES PROMOTIONS D'ANNIVERSAIRE D'UNE CHAÎNE, ON RACKETTE LES PME. ON LISTE DES CADEAUX QU'ELLES DOIVENT CONSENTIR.

- Dites-moi, on n'envisageait pas de vous commander trois camions la semaine prochaine ? Vous savez, monsieur Machin, qui fait la même chose que vous, a fait un effort, lui.

- Attendez, attendez, vous fâchez pas ! Vous savez, c'est dur en ce moment...

- Oui, mais c'est dur pour tout le monde. Bon alors, vous faites quoi, vous y allez pour des PC, pour des télévisions, vous faites quoi ? »

En général, à ce moment-là, le vendeur appelle son patron pour lui demander les consignes. Il parle, et puis il revient la mine défaite. « Bon, écoutez, on prend une voiture... » Aujourd'hui, moi, je trouve ça dégueulasse.

Qui au final paie ces cadeaux ?

Evidemment, le fournisseur le répercute sur sa facture et, nous, on ferme les yeux. Ce sont les seuls moments d'ailleurs où on accepte des augmentations de tarifs. Et, au bout du compte, c'est le consommateur qui paie tout ça.

La corruption que vous décrivez ne concerne que les événements exceptionnels de la chaîne de distribution ?

Non. Je vais vous raconter comment se passe la mise sur le marché d'un nouveau produit. Un jour, un vendeur me propose un nouveau yaourt à boire vendu en petit flacon. J'étais sincèrement convaincu que son produit ne marcherait pas, Actimel était déjà sur le marché.

« Ton truc, ça va pas le faire, j'y crois vraiment pas. »

- Ça fait des mois qu'on étudie le produit, on est sûrs que ça va marcher.

- Qu'est-ce que vous me donnez pour essayer ?

- On peut vous donner 25 000... »

D'entrée, il me propose 25 000. S'il démarre à ce niveau, c'est qu'il peut faire plus.

« Qu'est-ce que vous voulez que >

> *je fasse avec 25 000 € ? Non... ça m'intéresse pas, de toute façon je n'y crois pas.*

– *Bon, je reviens vers vous.* »

Le lendemain, il est revenu avec 50 000 €. J'ai pris son produit en me disant que ça ne marcherait pas. Et là, je me suis trompé, ça a marché.

La scène que vous décrivez est terrible. Existe-t-il une véritable cruauté des acheteurs vis-à-vis de leurs fournisseurs ?

Certains aiment harceler leurs interlocuteurs. Ils aiment leur faire sentir qu'ils ont le pouvoir de vie ou de mort sur eux. Dans le métier, on dit qu'à ce moment-là de jouissance perverse, les producteurs, les fournisseurs « *se pissent dessus* ».

Vous pouvez me dire : « *Toi aussi, tu as été comme ça !* » Eh bien oui, j'ai été un salopard, et j'ai fini par en avoir conscience. Mais, à la différence de la plupart de ceux qui exercent le même métier aujourd'hui, quand je me comportais comme un salopard parce qu'on me demandait de l'être, je cherchais à rattraper le coup le lendemain... Dans mon esprit, si mon fournisseur perdait un jour, le lendemain il gagnerait. Dans ce métier, il faut travailler comme ça pour ne pas scier la branche sur laquelle on est assis. Si mon partenaire meurt, je finirai moi aussi par mourir. Mais, aujourd'hui, c'est fini, tout ça.

De quand datent ces méthodes de tueurs ?

Elles datent de l'arrivée du hard discount dans les années 80. Au début, on rigolait. Ces enseignes ne représentaient que 2 % du marché, elles ne nous faisaient pas peur. Mais elles sont montées très vite à 15 à 20 % du marché. Notre direction nous a dit « *Ça suffit, on arrête les conneries, il faut se battre sur les prix* ». Dès lors, on est parti dans une guerre à outrance. Depuis, on a perdu toute liberté dans les négociations, et on ne pouvait que tuer ceux qui avaient été jusqu'alors nos partenaires. Ceux qui avaient les reins solides, qui ne vendaient pas qu'un seul produit s'en sont sortis, les autres ont disparu.

CE QUE PAYE EN PLUS LE PRODUCTEUR, IL LE RÉPERCUTE UN JOUR, ET C'EST LE CONSOMMATEUR QUI EST LÉSÉ.

Une fois le prix négocié arrivait la négociation portant sur les marges arrière, ces remises différées versées par le fournisseur au distributeur. Elles ont été interdites, mais nous avons souvent raconté dans *Marianne* comment elles ont été réintroduites sous forme de prestations de services. Pouvez-vous nous donner une indication du niveau de ces remises ?

Parlons d'abord des légumes et des fruits vendus frais. Avant la loi Chatel de 2008, qui les a interdites, les marges arrière représentaient en moyenne de 3 à 3,5 % du chiffre d'affaires. Elles étaient perçues une seule fois par an, à la fin de l'année et portaient le nom de RFA (remises de fin d'année). Mais, quand il s'agissait de produits transformés, les

jus de fruits, les conserves, les confitures, la remise était plutôt de l'ordre de 25 à 30 %. Sur les jus de fruit de grande marque par exemple, la remise arrière montait à 25 %. Les pruneaux, c'est la même chose. Toutes les grandes marques y sont passées. Dans un système loyal, ces 25 % gagnés par le distributeur auraient dû permettre de diminuer en partie le prix demandé au consommateur. Ça n'a évidemment pas été le cas. De toute façon, ce que paye en plus le producteur, il le répercute un jour ou l'autre sur son prix de vente, et c'est toujours le consommateur qui est lésé.

Que se passe-t-il depuis la loi Chatel ?

Après un vent de panique dans les centrales, tout a recommencé sous forme de facturation de prestations de services. Avec le même niveau de perception. Des tas de prestations donnent lieu à une facturation à des prix sans rapport avec la réalité. Par exemple, la centrale facture des fournitures informatiques, ou bien encore elle prélève une sorte de taxe quand elle ne livre qu'un seul point de vente plutôt que 10 magasins, ou bien encore elle fait payer au prix fort la location de palettes. Autre exemple, elle fixe le nombre de promotions obligatoires à

CONSOMMER JUSTE AFFICHE LES PRIX

« *Si les hypers affichaient sur leurs étiquettes ce qui revient au paysan du prix payé par le consommateur, alors, tout pourrait changer !* » Voilà le credo de Pierre Priolet, un ex-arboriculteur de Mollégès (Bouches-du-Rhône) qui a arraché ses arbres, ruiné par les pratiques de la grande distribution. Il en a écrit un livre, *les Fruits de ma colère : plaidoyer pour un monde paysan qu'on assassine* (Robert Laffont, 2011). Il en est sûr, les consommateurs ne tarderaient pas à demander des comptes à Leclerc et consorts. Depuis plusieurs années déjà, il mûrit un projet de vente directe à l'enseigne

C'Juste (www.cjusteparis.fr), fruit de sa réflexion pour une répartition juste des marges. Quelques camions remplis de fruits et de légumes de saison en provenance directe des producteurs sont déjà installés dans plusieurs endroits de la banlieue parisienne. L'accueil a très rapidement été enthousiaste, à Pantin, notamment, où le jeudi soir, depuis deux ans, il faut patienter de longues minutes avant d'être servi. Non seulement parce que les prix sont légèrement inférieurs à ceux que pratique la grande distribution, mais aussi parce que la qualité et le goût sont au rendez-vous. « *Ma plus*

grande satisfaction est de faire redécouvrir le vrai goût des fruits aux habitants des quartiers, explique Pierre Priolet, et que tout le monde y trouve son compte. » Aujourd'hui, C'Juste est prêt à s'étendre. A Lyon, en particulier. Mais, après avoir surmonté les obstacles financiers et juridiques à la mise en place de son projet, Priolet peine à trouver des partenaires disposés à s'engager dans un tel projet d'économie solidaire. A Pantin, un jeune diplômé d'école de commerce et un pharmacien de 51 ans, diplômé à l'étranger et longtemps chômeur tiennent la boutique. L'aventure, c'est aussi cela. ■ J.-C.J.



consentir dans l'année, elle fixe les ristournes en fonction des quantités. Sans parler de la longue liste des pénalités qui sont appliquées avec brutalité à la moindre défaillance.

La grande différence avec ce qui se passait avant la loi Chatel, c'est que tout est précisé par contrat et signé par les deux parties sous l'égide de grands cabinets d'avocats. Alors, parfois, la DGCCRF [Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes] met son nez dans les contrats qui sont réellement abusifs, mais elle ne débusque que la petite partie émergée de l'iceberg.

Donc, en réalité, quelles que soient les lois, la grande distribution s'arrange pour la contourner ?

Oui, et je vous livre un autre exemple. Il y a dix ans, on pouvait tricher et acheter au prix des promotions en

dehors des périodes de promotions. Aujourd'hui, elles sont très encadrées par la loi. Mais rien n'empêche un magasin d'acheter 20 t d'un produit à un prix réservé à la promotion, vendre 3 t durant la période de promotions et de vendre ensuite les 17 t restantes au prix normal. On appelle ça la surmarge, ou marge compensée, qui est parfaitement légale. C'est une manière de rattraper ce qu'on a perdu sur la promotion. Ce sont les lois du commerce, mais on peut une fois de plus s'interroger sur ce que paie au final le consommateur...

Vous décrivez une situation figée dans laquelle la grande distribution exerce son rapport de force sans pitié. Comment sortir de ce carcan ? Les producteurs peuvent-ils inverser le sens de l'histoire ?

D'abord, il faut arrêter les marges arrières. Elles pénalisent le pro-

ducteur et augmentent artificiellement les prix que paient les consommateurs.

Si, demain, les producteurs veulent pouvoir négocier en position favorable, ils doivent se regrouper, quitte à s'entendre sur les prix. Si la loi aujourd'hui l'interdit, alors les députés ont la responsabilité de changer la loi. Après leurs regroupements, les centrales d'achat ne seront bientôt plus que trois, alors qu'il y a deux ans il y en avait six et les producteurs trouvaient qu'il y avait déjà trop de concentration. C'est ce qu'ont fait les producteurs d'endives qui se sont entendus sur les prix pour lutter contre la pression à la baisse [Ils ont été condamnés par l'Autorité de la concurrence mais la cour d'appel les a relaxés, reconnaissant qu'il pouvait y avoir une exception agricole aux lois anti-concurrentielles]. C'est la survie de la production qui est en cause.

La France produit des fruits d'une qualité exceptionnelle, unique en Europe. Et on la laisse crever au profit de productions de qualité très inférieure. On n'arrive pas à faire de bonnes fraises en Espagne, ou de bonnes pommes golden en Pologne. Mais, comme elles sont moins chères, notamment en raison du coût inférieur de la main-d'œuvre, la grande distribution se sert là-bas. Il faut arrêter cette spirale. Sinon, il n'y aura plus de fraises, plus de pêches, plus d'abricots en France. Et cela ira très vite si on ne fait rien.

Enfin, il faut jouer la carte de la pénurie. Quitte à arracher des arbres pour les replanter quelque temps après. Il faut créer le besoin. S'il n'y a pas de besoin, les prix sont à un plancher. Ça marche dans le secteur de la pomme de terre, grâce aux moyens de stockage. Quand le marché est trop bas, les portes des hangars réfrigérés restent fermées. Et quand les cours remontent, elles s'ouvrent à nouveau.

Le chantier est immense et les responsables politiques, bien sourds. Vous comprenez maintenant pourquoi je me retrouve dans Podemos ? ■ PROPOS RECUEILLIS PAR J.-C. J.