



jean-marc david / sipa

LES VRAIS RESPONSABLES DE LA CRISE AGRICOLE

En manifestant depuis plusieurs semaines contre les hypermarchés, les agriculteurs se seraient-ils trompés de cible ? Responsable de la crise agricole, la grande distribution ? De la ruine des paysans ? Allons donc ! À écouter Stéphane Le Foll, le ministre de l'Agriculture, les patrons des chaînes d'hypermarchés joueraient parfaitement le jeu de la hausse des prix à la production, convertis par le miracle d'une table ronde organisée le 17 juin dernier et réunissant tous les acteurs de la filière. Ils s'y sont en tout cas engagés – à la demande du gouvernement –, enfin

Fort du rapport d'un médiateur sur les causes de la colère des paysans, le ministre a largement dédouané la grande distribution. Ce sont pourtant les hypermarchés qui ont provoqué la chute constante des prix payés aux producteurs et aux éleveurs. PAR JEAN-CLAUDE JAILLETTE

convaincus de la ruine prochaine de l'élevage français. Et, selon le ministre, ils tiendraient parole...

Prudent, malgré tout, Stéphane Le Foll s'est retranché derrière le rapport d'un médiateur chargé d'identifier en urgence les causes de

cette nouvelle crise agricole, pour affirmer que « *la grande distribution joue son rôle* ». En revanche, a précisé le ministre, le 27 juillet sur France Inter : « [Les vrais responsables] *sont les intermédiaires qui peinent à répercuter les hausses de prix. Mais je ne citerai pas de noms...* » Un discours ministériel parfaitement en phase avec celui de Michel-Edouard Leclerc, cible principale des paysans en colère, qui écrit sur son blog, maniant l'art de la défausse : « *A moins de ne rechercher que le coup de com, faire des distributeurs l'origine de tous les maux, c'est passer à côté du problème et préparer de futures déceptions et de nouvelles colères.* »

Derrière ces déclarations, il n'y a pourtant rien d'autre qu'une magnifique opération de communication visant à impliquer tous les acteurs de la filière agricole dans la chute des prix à la production ! Une opération lancée avant même la publication officielle du rapport grâce à quelques fuites bien orchestrées dans les médias, et censées redonner de la vertu à des enseignes accusées d'accaparer les marges bénéficiaires au détriment des producteurs.

SECRETS COMMERCIAUX

Prenant le ministre au mot, nous avons donc lu la vingtaine de pages d'un rapport qu'il a tenu à rendre public... Or, nous n'y avons pas trouvé les motifs de ses certitudes. Certes, la plume du rédacteur est toute en retenue diplomatique. Pas question de prendre de front cet acteur économique essentiel que sont les hypermarchés, qui assurent à eux seuls 70 % de la commercialisation des productions agricoles. Mais nous y avons lu que les statistiques permettant de se faire une idée claire de la formation des prix sont rares, tant elles sont protégées par la grande distribution comme autant de secrets commerciaux... Comment, dès lors, évaluer si les marges sont justes ou excessives ?

Nous avons aussi souligné une phrase que s'est bien gardé de reprendre le ministre : « *En résumé, les distributeurs ne se sont pas frontalement opposés à la hausse des cotations, mais n'ont pas forcément joué un rôle dynamique en ce sens.* » Une attitude qui n'a en tout cas pas permis aux « intermédiaires » désignés par Stéphane Le Foll de répercuter les hausses de prix promises. Concernant la viande de porc, le médiateur précise que seuls 30 % de la production sont achetés directement par la grande distribution pour être vendus sous forme de côtelettes, le reste étant transformé en charcuteries et en plats préparés. Une manière de rappeler que l'action directe des hypermarchés sur les hausses des prix à la production est limitée. Pour

EN FIXANT LE PRIX QU'ELLE SOUHAITE OFFRIR AUX CONSOMMATEURS, LA GRANDE DISTRIBUTION DICTE LES PRIX DE TOUTE LA CHAÎNE.

les 70 % restants, ils continuent à rechercher des prix toujours plus bas, jouant de la concurrence internationale. « *Au total, la répercussion de la hausse du prix d'achat des porcs dans le prix des produits transformés dépend des distributeurs, qui bénéficient d'une configuration de marché leur permettant de toujours trouver un fournisseur moins-disant* », poursuit le rapporteur en termes toujours aussi diplomatiques. Bref, la grande distribution a joué le jeu... sur un tiers de la production !

Comment le médiateur aurait-il pu tenir un autre discours ? Comment aurait-il pu ne pas voir que la grande distribution est le donneur d'ordres de toute une filière ? En fixant le prix qu'elle souhaite offrir aux consommateurs, elle dicte les prix de toute la chaîne, tout en s'acharnant à garantir ses marges, plus que confortables.

LA PUISSANCE DES HYPERS

A cet égard, il faut se souvenir du scandale des lasagnes au cheval, en 2013... La version officielle a retenu qu'un industriel indélicat, la PME Spanghero, avait cherché à optimiser ses bénéfices en substituant de la viande de cheval à celle de bœuf, sans en avertir ses clients. Et quelle viande de cheval, puisqu'il s'agissait d'un ramassis de chutes d'abattoir, de tendons et de graisse délicatement nommé « minerai ». Haro sur le fraudeur sévèrement sanctionné et dont l'entreprise a été mise en liquidation. Les grandes enseignes qui ont distribué ces lasagnes ont été blanchies ainsi que Findus, l'industriel qui a été abusé.

Un détail est pourtant passé inaperçu. En ce mois de février 2013, en France comme en Grande-Bretagne, où a été découvert le pot aux roses, plusieurs chaînes d'hypermarchés avaient lancé des promotions sur les lasagnes Findus. Un euro cinquante la barquette de 750 g, contre 2,20 € habituellement. Un prix défiant toute concurrence. Pour relever le défi, Findus s'était alors tourné vers son fabricant, Comigel, en exigeant un prix le plus bas possible. Et Comigel s'était adressé à son fournisseur, Spanghero, avec la même exigence tarifaire. Impossible, dans de telles conditions, de trouver du bœuf à aussi bas prix. Sauf à exercer une pression énorme sur les agriculteurs, à rogner sur la qualité, ou à frauder. Et voilà comment d'intermédiaires en intermédiaires la guerre des prix pousse toute la filière à baisser ses tarifs, sans que le donneur d'ordres n'engage sa responsabilité. Dans ce scandale des lasagnes au cheval, les hypermarchés concernés ont d'ailleurs toujours mis en avant leurs cahiers des charges, irréprochables.

Dès lors, il serait légitime de s'interroger sur les précautions prises par le ministre de l'Agriculture et de l'Alimentation quand il s'agit de nommer les responsables du drame économique que vivent les paysans. Au détour de l'interpellation d'un auditeur, il a répondu, le 27 juillet, sur France Inter : « *Il faut être conscient que, derrière la grande distribution, il y a des consommateurs qui font des choix de prix.* » En clair, la grande distribution est la gardienne du pouvoir d'achat des consommateurs. Prudence, donc, en cette période de crise économique. Quitte à ce qu'elle ruine les producteurs. Et le silence gêné des associations de consommateurs, d'ordinaire plus bruyantes quand il s'agit de tancer les industriels, ne fait que renforcer le malaise. Les patrons de chaînes d'hypermarchés seraient-ils devenus les personnages les plus puissants de France, capables de dicter leur loi au gouvernement et de réduire les associations au silence ? ■