





## « Conditions inacceptables »

Dans la filière laitière, qui affiche des cours en hausse depuis le début d'année (+55 % en matières grasses et beurre, selon Coop de France), **« les acceptations de hausse de tarifs restent marginales »**. La charcuterie, secteur qui a vu ses prix à la production augmenter de 22 % en 2016, doit se contenter « dans le meilleur des cas d'une neutralisation des tarifs ». Pour la viande rouge et les volailles, « les gains de productivité, de compétitivité, les innovations par les entreprises et les producteurs ne sont pas pris en compte par les distributeurs ». Inacceptable pour l'organisation professionnelle.

Une enquête réalisée auprès des adhérents coopérateurs permet de se faire une idée de l'ambiance délétère qui règne dans ces discussions tarifaires. Pour 90 % des personnes interrogées, les échanges ne portent que sur le prix. **« Seulement 10 % rapportent avoir pu discuter de la qualité ou de la mise en valeur »**, a regretté Rachel Blumel, directrice de Coop de France agroalimentaire. 85 % témoignent par ailleurs avoir reçu des demandes liées aux promotions en magasins, nouveau levier des enseignes pour afficher les prix le plus bas possible. À cela s'ajoutent des demandes renforcées sur les « conditions logistiques » et l'emploi « systématique » de pénalités de retard...

## La loi Sapin 2 inefficace

L'accord conclu entre Coop de France et la FCD en 2015 pour améliorer les relations commerciales n'a visiblement rien changé à l'affaire. « Les résultats sont mitigés, a admis Dominique Chargé. Les bonnes pratiques édictées ne semblent pas bien connues des acheteurs, qui montrent un désintérêt assez marqué à l'égard des coopératives, malgré ce lien. »

Et la loi Sapin 2, qui prévoit le plafonnement à 30 % des « nouveaux instruments promotionnels » et des mesures de transparence sur les prix ? Pas mieux, selon Pascal Viné, le délégué général de Coop de France. Le texte est arrivé trop tard, le 9 décembre, soit deux mois après le début des négociations, explique-t-il. Surtout, **« on répond à une demande de transparence sur les produits par de la transparence sur les prix. Cela ne correspond pas aux attentes de consommateurs »**, a estimé Dominique Chargé.

« Nous ne croyons plus à une approche par le pouvoir d'achat, mais au contraire par la création de valeur », a-t-il ajouté, appelant à la généralisation de « contrats à long terme ». **Coop de France entend profiter de la campagne présidentielle pour obtenir des engagements sur une révision de la LME**, responsable, selon elle, d'une « spirale déflationniste qui ne permet pas de payer les produits à leur juste valeur ». Mais pas forcément par une nouvelle loi qui viendrait s'empiler sur les sept autres publiées ces vingt dernières années...

Alain Cardinaux