



ASSEMBLÉE NATIONALE

13ème législature

commerce

Question écrite n° 115102

Texte de la question

M. Fernand Siré appelle l'attention de M. le secrétaire d'État auprès du ministre de l'économie, des finances et de l'industrie, chargé du commerce, de l'artisanat, des petites et moyennes entreprises, du tourisme, des services, des professions libérales et de la consommation, sur les préoccupations de nos agriculteurs au regard des prix pratiqués par la grande distribution. Selon les conclusions rendues récemment par l'Observatoire des prix et des marges des produits alimentaires, la grande distribution fait d'importantes marges sur les produits tels que le lait, la viande ou encore les fruits et les légumes. Distributeurs et industriels de l'agro-alimentaire pratiqueraient des marges allant jusqu'à 100 % du prix d'achat. La marge commerciale sur les fruits et légumes représenterait en moyenne entre 35 % et 59 % du prix au détail selon les espèces. Nos producteurs s'interrogent sur la pérennité de leur production, s'ils continuent à vendre en dessous de leurs coûts de production. Par ailleurs, la grande distribution définit son linéaire de vente en fonction de l'état du marché 2010 sans tenir compte du décalage de maturité et donc de production. La grande distribution ne respecte pas toujours les coûts de production des producteurs lorsqu'elle pratique ses offres promotionnelles. Il lui arrive ainsi de pratiquer des promotions sur les étales à 70 centimes ou 80 centimes alors que le coût de production est à 1,40 euro. Nos producteurs sont également confrontés à la concurrence venue d'Espagne. La concurrence espagnole connaît la même avancée de maturité et du fait de la fermeture de certains marchés, inonde les marchés français de leur produit en pratiquant bien souvent la pratique du PAV (prix après vente). Le marché des fruits et légumes est donc très tendu. Il convient de se demander pourquoi de telles marges sur des produits peu ou pas transformés sont pratiquées. Le risque de la fragilité et de la périssabilité de ces produits ne peut pas tout expliquer. Aussi, il souhaiterait savoir quelles mesures le Gouvernement entend prendre pour remédier à cette situation et soutenir nos agriculteurs et nos producteurs.

Texte de la réponse

Créé par la loi de modernisation de l'agriculture et de la pêche (LMAP) du 27 juillet 2010 sur proposition des ministères chargés de l'agriculture et de l'économie et opérationnel depuis janvier 2011, l'Observatoire de la formation des prix et des marges des produits alimentaires (OFPMA) a pour objectif principal de garantir la transparence sur les prix des produits alimentaires. Cette transparence passe par l'identification de la valeur ajoutée et des marges nettes de chaque acteur de la filière agroalimentaire, du producteur agricole au transformateur industriel et au distributeur. Le premier rapport de l'OFPMA, publié le 27 juin dernier, présente les premiers résultats de ses travaux sur l'analyse de la formation des prix et des marges des produits alimentaires pour les principales filières agroalimentaires suivantes : les produits laitiers, les fruits et légumes et la viande. Une première analyse du rapport montre que les marges commerciales des distributeurs sont en général plus importantes que les marges des industriels et des producteurs pour la majorité des filières agroalimentaires. Ainsi, pour les produits laitiers de grande consommation, l'étude portant sur 2009 ou 2010 selon les produits (2009 pour l'emmental et le yaourt, 2010 pour le lait UHT), les marges industrielles représentent une part du prix au détail de 16 % pour l'emmental, de 39 % pour le lait UHT et de 50 % pour le yaourt, tandis que, les marges commerciales des grandes surfaces représentent 35 % du prix de l'emmental, et 22 % du prix du lait UHT et 30

% de celui du yaourt. Pour la viande bovine, sur les données observées entre juillet 2010 et mars 2011, les marges des industriels représentent en moyenne 23 % du prix du détail, contre 29 % pour les marges des distributeurs, toutefois la part du prix de la matière première agricole (à partir de laquelle se rémunèrent les agriculteurs) demeure relativement plus élevée représentant 43 % du prix de détail. Enfin pour la viande porcine, l'étude portant sur l'année 2010 entière et s'agissant de la longe, la marge brute des grandes surfaces dépasse 50 % du prix de détail et la part du prix de la matière première (revenant aux agriculteurs) représente 35 % du prix de détail, tandis que s'agissant du jambon cuit, cette marge atteint 45 % contre seulement 13 % pour la marge des industriels et 31 % pour le prix de la matière première revenant aux agriculteurs. Pour les fruits et légumes, les taux de marges brutes au détail en GMS varient en moyenne de 35 à 59 %. Ils peuvent dépasser 100 % sur des produits relativement peu chers (pomme, carotte, laitue, banane...), soit un prix au détail au moins égal au double du prix à l'expédition, pour couvrir un montant de charges de distribution indépendant du prix du produit (un fort taux de marge peut également être plus facilement appliqué sur ces produits peu chers car son impact sur le niveau du prix au détail reste relativement modeste). Dans certains cas, un fort taux de marge peut aussi s'appliquer à un produit fragile dont le prix est déjà élevé à l'expédition, afin de couvrir des pertes importantes en rayon (vente en vrac). Le marché des fruits et légumes est un marché très volatil, caractérisé par une durée de conservation des espèces très courte et soumis aux aléas climatiques. Cette spécificité affecte les relations entre les producteurs et leurs clients. Le marché en cause connaît depuis de nombreuses années des perturbations importantes, en raison notamment d'une offre très fluctuante et de pratiques illicites de certains opérateurs, en particulier dans le cadre des relations commerciales entre les producteurs et les acheteurs. Afin de permettre à l'OFPPA d'étendre son travail à l'étude des marges nettes et de renforcer la transparence des prix et des marges nettes dans le secteur alimentaire, le projet de loi renforçant les droits, la protection et l'information des consommateurs crée l'obligation pour les enseignes de la grande distribution de communiquer leurs marges nettes à l'OFPPA. Le texte prévoit en effet, d'une part, que FranceAgriMer demande aux enseignes de la grande distribution toute information relative à leurs marges brutes et nettes aux fins de leur analyse par l'OFPPA et, d'autre part, que le fait de refuser de transmettre ces marges ou de ne pas les transmettre selon les modalités fixées par les textes pris pour son application est puni d'une amende d'un montant maximum de 75 000 euros. Plusieurs réformes successives ont profondément modifié le cadre juridique des relations commerciales. L'entrée en application de la LMAP, qui adapte le régime juridique des relations commerciales dans le secteur agricole, devrait contribuer à un meilleur équilibre dans les relations entre les opérateurs de la filière. Dans ce domaine, la LMAP vise notamment à protéger les producteurs de fruits et légumes de pratiques parfois abusives de la grande distribution et ainsi à réguler ce secteur particulièrement affecté par la crise. Pour remédier au déséquilibre des relations commerciales en particulier dans le secteur des fruits et légumes, la LMAP a fixé des dispositions qui visent à : 1. Rendre obligatoire la contractualisation écrite entre producteurs et acheteurs des produits agricoles, livrés sur le territoire français. La contractualisation est un outil de stabilisation du marché qui permet d'atténuer les effets néfastes de la volatilité des prix. Le producteur a une meilleure visibilité sur ses débouchés, en quantité et en prix, et l'acheteur a une meilleure visibilité sur les caractéristiques des produits qu'il va recevoir et sur leur prix. Cette assurance d'avoir une relation suivie à long terme permet d'équilibrer la relation entre les maillons des filières agricoles et ainsi de diminuer la volatilité des prix des produits : 2. Conclure des accords de modération des marges à la distribution. Ces accords prévoient, qu'en situation de crise conjoncturelle sur un fruit ou légume frais, les distributeurs s'engagent à modérer leurs marges sur le produit en crise. Pour cela, ils appliquent un taux de marge brute sur le produit en crise inférieur ou égal au taux de marge brute moyen des trois dernières années sur le rayon fruits et légumes. Ainsi, le consommateur bénéficie des baisses de prix à la production et les producteurs peuvent écouler des volumes importants par la stimulation de la demande. Ces limitations de marges s'appliquent actuellement pour la pêche-nectarine, la poire, la prune et l'artichaut. À cet égard, les résultats de l'observatoire des prix des fruits et légumes « été 2011 » publiés par l'association Familles rurales font apparaître une baisse du prix des fruits et légumes à la vente au détail par rapport à l'été 2010 : - 1,8 % pour les fruits et - 5,7 % pour les légumes : 3. Faciliter les opérations promotionnelles de ventes au déballage pour favoriser l'écoulement des stocks de fruits et légumes en période de crise. Ces ventes qui peuvent être réalisées sans délai de déclaration se sont déroulées au cours de plusieurs fins de semaines du mois de juillet 2011. Elles ont d'abord concerné les pêches-nectarines et tomates auxquelles se sont ajoutés ensuite les prunes, les abricots et les concombres. Les ministres ont appelé les commerces assurant la vente de fruits et légumes, en particulier les enseignes de la grande distribution, à s'impliquer fortement dans la mise en

place des ventes hors magasins durant ces périodes : 4. Interdire les rabais, remises et ristournes (RRR) et mieux encadrer la pratique du prix après-vente (PAV), mesures plus particulièrement destinées à mieux rémunérer les producteurs de fruits et légumes et à stabiliser les marchés. Le dispositif sur le PAV permet de s'assurer de l'accord de volonté entre le fournisseur et l'acheteur sur la quantité et les modalités de détermination du prix des fruits et légumes frais préalablement au transport. Ainsi, au cours du transport, la circulation des fruits et légumes, destinés à la vente ou à la revente à un acheteur implanté sur le territoire national, est conditionnée à la détention d'un bon de commande établi par l'acheteur français ou d'un contrat passé avec le commissionnaire ou le mandataire. Un renforcement des contrôles pour s'assurer du respect de ce dispositif, ainsi que de la qualité et de l'origine des produits, a été mis en oeuvre dans les régions de production comme le Languedoc-Roussillon et la région Provence-Alpes-Côte d'Azur et sur le MIN de Rungis. Les services de la direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes sont très sensibilisés à l'ensemble des pratiques commerciales dans le secteur des fruits et légumes et maintiennent une vigilance accrue dans ce domaine, afin d'assurer une information loyale des consommateurs et de rechercher un équilibre dans les relations commerciales entre les producteurs et leurs clients.

Données clés

Auteur : [M. Fernand Siré](#)

Circonscription : Pyrénées-Orientales (2^e circonscription) - Union pour un Mouvement Populaire

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 115102

Rubrique : Commerce et artisanat

Ministère interrogé : Commerce, artisanat et consommation

Ministère attributaire : Commerce, artisanat et consommation

Date(s) clé(s)

Question publiée le : 26 juillet 2011, page 7945

Réponse publiée le : 20 décembre 2011, page 13307