

Le Médiateur des relations commerciales agricoles

Communiqué de presse

Négociations commerciales 2019

L'observatoire des négociations commerciales, constitué en 2018 entre les différentes organisations professionnelles, entérine une diminution de -0,4 % du prix d'achat des produits alimentaires vendus sous marque nationale pour l'année 2019 et confirme une nouvelle hausse pour les produits laitiers.

A la demande des ministres de l'Économie et de l'Alimentation, la médiation des relations commerciales agricoles a mis en place avec l'ensemble des fédérations professionnelles concernées un outil de suivi des négociations commerciales relatives aux produits agricoles et alimentaires vendus sous marque nationale.

Cet observatoire vise à partager une appréciation du déroulement des négociations commerciales annuelles concernant les produits alimentaires à marque nationale, basée sur des critères objectifs et une méthodologie préétablis.

Ainsi, les fédérations professionnelles de fournisseurs et de distributeurs ont adressé à leurs adhérents un questionnaire. Les données communiquées par les adhérents ont été traitées par la médiation des relations commerciales agricoles et sont restituées sous forme indiciaire et anonyme afin de garantir leur confidentialité.

Les principaux résultats ont été présentés au comité de suivi des négociations commerciales présidé le 16 avril 2019 par les Ministres chargés de l'Alimentation et de la Consommation.

L'observatoire constate :

- **une convergence des appréciations émanant des fédérations industrielles et des enseignes de distribution,**
- **une baisse de l'ordre de 0.4% du prix d'achat des produits vendus en grande surface sous marque nationale, tous produits alimentaires confondus,**
- **une légère hausse des prix pour les produits laitiers et, dans une moindre mesure, surgelés salés¹.**

¹Ce qui n'exclue pas d'éventuelles hausses dans certaines sous-catégories que l'outil ne permet pas de mesurer de manière robuste à ce stade

L'observatoire a également mesuré le climat de la négociation tel que constaté par les participants. Il en ressort :

- une volonté des parties à engager une discussion,
- **les attentes insatisfaites des fournisseurs vis-à-vis de leurs clients qui ne prennent pas assez en compte le contexte économique des filières, leurs innovations ou les efforts qu'ils ont engagés en matière de responsabilité sociale et environnementale. Les enseignes de distribution encouragent de leur côté les fournisseurs à mieux étayer ces efforts.**

Ce premier exercice pose les bases d'une observation fiable et partagée du déroulement et du résultat global des négociations commerciales. Il a vocation à être pérennisé pour fournir aux parties prenantes les informations leur permettant d'améliorer leurs négociations commerciales à venir dans le droit fil de l'état d'esprit des Etats généraux de l'alimentation.

Pour plus d'information : <https://agriculture.gouv.fr/premiers-resultats-de-lobservatoire-des-negociations-commerciales>

Paris, le 16 avril 2019