



**RÉPUBLIQUE  
FRANÇAISE**

*Liberté  
Égalité  
Fraternité*

**Le Médiateur des relations commerciales agricoles**

**MINISTÈRE DE L'ÉCONOMIE, DES FINANCES  
ET DE LA SOUVERAINETÉ INDUSTRIELLE ET NUMÉRIQUE**

**MINISTÈRE DE L'AGRICULTURE  
ET DE LA SOUVERAINETÉ ALIMENTAIRE**

Paris, le 24 mai 2023

## **COMMUNIQUE DE PRESSE**

### **OBSERVATOIRE DES NÉGOCIATIONS COMMERCIALES ANNUELLES PRÉSENTATION DES RÉSULTATS 2023**

#### ***Rappel méthodologique***

Depuis 2018, un groupe de travail réunissant les principales organisations professionnelles de la grande distribution et de l'industrie agroalimentaire (grands groupes, PME et secteur coopératif) sous l'égide du Médiateur des relations commerciales agricoles, fait le bilan des négociations commerciales annuelles pour les produits alimentaires. Ces négociations, qui concernent uniquement les produits à marque nationale (hors marques de distributeurs), se sont déroulées, cette année, entre le 1<sup>er</sup> décembre 2022 et le 1<sup>er</sup> mars 2023 conformément à la réglementation.

Les travaux de l'observatoire, basés sur les données fournies par les opérateurs économiques concernés, portent sur les demandes tarifaires des fournisseurs en début de négociation et sur les résultats en fin de négociation. Les chiffres publiés par l'observatoire ne portent que sur les prix d'achat des distributeurs et ne sont donc pas une mesure de l'inflation constatée sur le marché de détail.

#### ***Contexte des négociations 2023***

Le conflit russo-ukrainien, survenu le 24 février 2022, a eu pour conséquence une augmentation tout au long de l'année 2022, du prix d'un nombre important de matières premières agricoles, de coûts industriels (énergie, emballage, ...), ainsi que d'autres coûts (salaires, transports, ...), tendance renforcée par la demande soutenue de certaines matières premières due à la reprise économique après la crise sanitaire covid-19. Enfin, la multiplication des cas d'influenza aviaire dans la région Pays de la Loire a eu pour conséquence une raréfaction de l'offre et une augmentation des prix de la viande de volaille.

C'est dans ce contexte que les négociations commerciales annuelles qui venaient de s'achever le 1<sup>er</sup> mars ont été rouvertes début avril 2022 à la demande du gouvernement<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> <https://agriculture.gouv.fr/engagements-des-fournisseurs-de-produits-agricoles-et-alimentaires-et-des-enseignes-de-la-grande>

De ce fait, les prix de vente des fournisseurs de produits de marque nationale aux enseignes de la grande distribution ont augmenté significativement entre le 1<sup>er</sup> mars et le 30 novembre 2022, date marquant le début de la négociation commerciale annuelle 2023. Celle-ci s'est, de nouveau, déroulée dans un contexte général d'inflation des coûts, notamment énergétiques, même si les prémices d'une stabilisation voire d'un recul des prix de certains intrants étaient déjà perceptibles dès le dernier trimestre 2022.

L'observatoire de la négociation commerciale, qui a regroupé en 2023 les organisations professionnelles représentant les industriels (ANIA, FEEF, ILEC et LCA) et les enseignes de la grande distribution (FCA et FCD), a examiné les données transmises par les quatre fédérations professionnelles et cinq enseignes, contre huit en 2022, et a validé les résultats agrégés.

Le traitement et l'analyse des données a consisté à agréger, par domaines d'activité (épicerie salée, épicerie sucrée, produits frais non laitiers, produits frais laitiers, surgelés, boissons), les données, pondérées par l'importance des enseignes et des organisations professionnelles. Le taux de réponses, en terme de chiffre d'affaires des enseignes, a été de 67 %, au lieu de 84 % en 2022, et celui des organisations représentant les fournisseurs est stable à 76 % en 2023, contre 78% en 2022. Des partis pris méthodologiques et des estimations ont toutefois été nécessaires pour consolider la majorité des données.

Du fait de la nécessité de bien distinguer les hausses tarifaires de la période intermédiaire, mars-novembre 2022, de celles des négociations annuelles proprement dites, décembre 2022-mars 2023, l'analyse a été plus difficile que l'an passé. Toutefois, les professionnels s'accordent sur les ordres de grandeur constatés, sans qu'il soit nécessaire de rechercher une plus grande précision, ce qui n'est d'ailleurs pas utile pour faire un bilan des négociations.

## **Résultats**

A l'issue de la négociation commerciale annuelle 2023 au sens strict (1<sup>er</sup> décembre 2022-1<sup>er</sup> mars 2023), tous secteurs confondus dans la limite du périmètre de l'étude (marques nationales, produits non livrés en vrac, une partie du rayon boulangerie-viennoiserie, hors viandes fraîches non emballées par le fournisseur, hors poissons, ...), la hausse de tarif demandée par les industriels de l'agroalimentaire dans leurs conditions générales de vente (CGV) s'est élevée en moyenne à 14 %.

Le point d'atterrissage de la négociation s'est établi à + 9 % des prix 3-net<sup>2</sup>. Compte tenu des hausses de prix négociées pendant la période intermédiaire (de mars 2022 à novembre 2022), la revalorisation des prix 3-net sur un an, de mars 2022 à mars 2023, est de l'ordre de +16 %.

Pour l'établissement de leur demande de hausse du prix des matières premières agricoles, très peu de fournisseurs, de 1% à 2%, ont choisi l'option 1 (détail des hausses pour chaque matière première agricole). On constate, en revanche, une progression de l'option 2 (hausse globale de toutes les matières premières agricoles), qui a été retenue par environ 25 % des fournisseurs en 2023 contre 15 % en 2022. Enfin, une large majorité de fournisseurs, environ 75%, a privilégié l'option 3 (certification par un tiers de confiance), contre 85 % en 2022<sup>3</sup>.

---

<sup>2</sup> Prix du tarif diminué des ristournes et rabais du fournisseur et du montant des prestations commerciales facturées par l'acheteur.

<sup>3</sup> La répartition des options 1, 2 et 3 varie selon les échantillons utilisés dans les réponses des distributeurs et organisations professionnelles des fournisseurs. Elle est donc soumise à une certaine imprécision. L'essentiel est de noter la progression sensible de l'option 2.

Cette année et pour la première fois, une question portait sur les modalités de mise en œuvre de la clause de révision du prix de la matière première agricole en fonction de l'évolution des prix de marché. D'après les données qui ont été transmises, dans environ 40 % des cas, son déclenchement est prévu une seule fois dans l'année, dans 30 % des cas, il est prévu de manière séquencée (en pratique deux fois dans l'année) et dans 30 % des cas, de façon mixte avec une seule révision certaine et une autre conditionnelle.

### ***Appréciation qualitative***

En 2023, les fournisseurs et les enseignes de la grande distribution ont jugé la négociation globalement difficile, notamment dans le secteur de l'épicerie.

Au 1<sup>er</sup> mars, les services du Médiateur avaient enregistré 70 saisines, dont près de 40 % à la demande des enseignes. Par ailleurs, ce qui est nouveau, le Médiateur est intervenu dans 8 dossiers concernant la mise en œuvre des modalités de rupture des relations économiques en l'absence d'accord entre fournisseur et enseigne au 1<sup>er</sup> mars 2023. Les demandes portaient sur la durée de la période de poursuite des livraisons (préavis), les volumes et les prix de cession pendant cette période.

Pour la deuxième année consécutive, les fournisseurs et les enseignes reconnaissent que la prise en compte de l'évolution du coût de la matière première agricole s'est effectuée dans des conditions globalement satisfaisantes. On peut donc dire que ce volet important de la loi Egalim 2 est désormais bien accepté.

Les enseignes de la grande distribution ont jugé que les éléments d'explication communiqués par les fournisseurs en ce qui concerne les hausses de coûts énergétiques, d'emballage ou encore de transport étaient insuffisants. Les fournisseurs estiment, pour leur part, que ces hausses des intrants non agricoles n'ont pas été suffisamment accompagnées par les acheteurs même si elles ont été prises partiellement en compte par toutes les enseignes et sont à l'origine d'une partie significative de la hausse des prix dans les contrats.

Enfin, la valorisation des actions relevant de la responsabilité sociale et environnementale (RSE) (approvisionnement local, prise en compte des enjeux environnementaux, information du consommateur) peine toujours à rassembler industriels et enseignes.

### ***Conclusion***

*A l'issue des négociations commerciales achevées le 1<sup>er</sup> mars 2023, on constate une hausse **moyenne de +9% des prix d'achat** des produits de grande consommation alimentaires par les distributeurs, ce qui porte leur **hausse annuelle depuis mars 2022 à environ +16%**. Cette augmentation des prix d'achat des enseignes s'explique par la prise en compte totale de la hausse des prix agricoles, comme le prévoit la loi, et la prise en compte partielle des autres coûts (emballage, énergie, salaires, transports, etc...).*