

Le 25 septembre 2019

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Un rapport excessivement à charge, qui oublie les vrais sujets

La FCD et ses adhérents ont pris connaissance des propositions du rapport de la Commission d'enquête parlementaire qui est excessivement à charge contre un secteur en profonde transformation, et largement ignorant des réalités du commerce d'aujourd'hui.

Il est regrettable que le Président et son Rapporteur général aient ainsi ignoré tous les arguments avancés par les experts auditionnés n'allant pas dans leur sens.

Les propositions de nature essentiellement technique devront faire l'objet d'une étude approfondie. Nombre d'entre elles apparaissent toutefois excessivement complexes, souvent contre-productives, et contraires aux règles européennes.

Par ailleurs, le rapport passe malheureusement sous silence toutes les évolutions positives à l'initiative de la grande distribution : mise en avant des produits locaux, contrats tripartites avec les agriculteurs et les industriels, engagement massif en faveur de la qualité et de la suppression des substances dangereuses, part croissante des PME,...

Pour Jacques Creyssel, Délégué général de la FCD : « *En se focalisant sur les soi-disant pratiques constatées lors des négociations commerciales, le Rapporteur refuse de voir quatre réalités majeures des relations commerciales aujourd'hui :*

Premièrement, le rapport ignore que les difficultés auxquelles tous les acteurs -agriculteurs, PME industrielles, distributeurs- sont aujourd'hui confrontés sont d'abord dues à des charges fiscales et sociales et à des normes publiques plus élevées que partout ailleurs en Europe. Ceci conduit les consommateurs français à payer leurs produits alimentaires 15% plus chers que la moyenne de l'Europe, et à exacerber la concurrence. Plutôt que de multiples mesures techniques, nous aurions souhaité de vraies propositions sur ces sujets qui relèvent au premier chef de la représentation nationale.

Deuxièmement, le rapport ignore la modification profonde des rapports de force : les distributeurs français font désormais face à des mastodontes transnationaux, aussi bien industriels que commerciaux. Pour peser face à ces nouveaux géants, les regroupements aux achats sont indispensables, afin de pouvoir continuer à proposer aux consommateurs des produits à un prix juste.

Troisièmement, le rapport ignore l'échec croissant du modèle français d'encadrement des relations commerciales : la France a le système juridique le plus complexe et le plus changeant au monde. Au lieu de le complexifier encore, il vaudrait mieux se rapprocher des règles plus souples des autres pays, afin de pouvoir se battre à armes égales.

Enfin, ce rapport ne prend pas en compte la réalité de la situation des consommateurs français : en effet, près d'un tiers des Français sont en difficulté à la fin de chaque mois et, si les autres se déclarent prêts à payer plus, c'est d'abord pour plus de qualité. Plutôt que de parler uniquement de la répartition de la valeur, parlons création de valeur avec les différentes parties prenantes ! ».

Dans le contexte actuel, les membres de la FCD considèrent que toute attaque à charge contre la grande distribution ne peut qu'être préjudiciable à un secteur confronté à des bouleversements majeurs.

La priorité doit être que les différents acteurs de la chaîne puissent être plus compétitifs, et que les champions français de la distribution soient rapidement mieux armés pour faire face à la concurrence déloyale des nouveaux acteurs transnationaux.

N'oublions jamais que le commerce reste le premier employeur privé dans les territoires, le premier recruteur de jeunes peu qualifiés et un des seuls secteurs de l'économie française où l'ascenseur social est encore une réalité.

A propos de la FCD : La Fédération du Commerce et de la Distribution regroupe la plupart des enseignes de la grande distribution, qu'il s'agisse de distribution alimentaire ou distribution spécialisée. Ce secteur compte 750 000 emplois, plus de 10 millions de clients par jour, 2131 hypermarchés, 5962 supermarchés, 3952 supermarchés à dominante marques propres (ex-maxidiscomptes), près de 3700 drives, environ 20 000 magasins de proximité, plus de 30 000 points de vente pour un volume d'affaires d'environ 200 milliards d'euros. La FCD intervient notamment dans les domaines de la sécurité alimentaire, du développement durable, des relations économiques (PME, industriels, filières agricoles), des relations avec les partenaires sociaux et sur les sujets liés à l'aménagement du territoire et d'urbanisme commercial.

Contacts :

Sophie Amoros : samoros@fcd.fr - 01 44 43 99 12

Isabelle Hoppenot : ihoppenot@fcd.fr - 06 19 12 41 38