

## Bilan des négociations commerciales 2017

# Une pression déflationniste qui ne cesse pas, malgré des relations moins tendues

**Les industries de la grande consommation ont encore souffert en 2016-2017, et par elles l'attractivité des sites français. L'Ilec en a fait le constat ce 17 mai lors d'une conférence de presse consacrée aux négociations commerciales 2017 et aux perspectives pour la fin de l'exercice et pour 2018. Pour l'association des marques de PGC, un début d'apaisement de la relation commerciale laisse pourtant espérer une prise de conscience de tous les acteurs, pour retrouver la voie de la création de valeur et de la compétitivité.**

À l'issue des négociations achevées en mars dernier, 2017 est pour les marques la cinquième année de dégradation des tarifs : 70 % des adhérents de l'Ilec ont dû concéder à leurs clients distributeurs des tarifs nets en baisse significative, comprise pour la moitié d'entre eux entre 3 et 8 %.

Compte tenu d'une hausse des coûts estimée en moyenne à plus de 2 %, l'écart entre les besoins des industriels et les résultats exprimés par leur tarif net est comparable avec celui constaté les années précédentes, en moyenne autour de 2 points.

La déflation imposée aux fabricants de PGC non alimentaires a dépassé 12 points en cumul sur cinq ans. Dans l'alimentaire, seules un tiers des grandes marques ont pu procéder à un ajustement tarifaire à la hausse cette année. L'ensemble du secteur reste inscrit dans un mouvement continu de déflation. Un mouvement qui a déjà causé des dégâts considérables.

### **Des conséquences sur l'emploi, l'innovation et les investissements**

Pour 95 % des adhérents de l'Ilec, qui représentaient 113000 emplois directs en 2015, la déflation a eu des conséquences négatives sur l'**emploi** : une entreprise sur deux a enregistré une baisse de ses effectifs en 2016, et pour deux sur cinq elle a été de l'ampleur d'un plan social ! Une sur trois a gelé les embauches depuis trois ans.



**« Il est essentiel que les marques reprennent la main sur leurs tarifs, y compris en l'absence de hausse des matières premières, et que soit mis fin à l'exception française du refus de la liberté tarifaire. »**  
*(Richard Panquiaux, directeur général de l'Ilec)*

L'Ilec, c'est aussi trois cent mille emplois indirects ou induits, occupés pour les trois quarts dans des entreprises de moins de 50 salariés : eux aussi sont affectés par la guerre des prix, parce qu'elle menace les relations de l'industrie avec ses propres fournisseurs, et parce que l'industrie distribue moins de revenus irriguant les autres secteurs.

En termes d'investissements, le tableau est préoccupant : un quart des sites de production des

adhérents de l'Ilec, qui en totalisaient quatre cents en 2015, n'a plus fait l'objet d'aucun investissement depuis trois ans ; sur 15 % d'entre eux les **investissements** ont dû être revus à la baisse, faute de possibilité de financement des extensions de lignes prévues.

L'**innovation** en a souffert, avec 25 % d'industriels qui ont réduit le rythme des lancements et 15 % qui ont dû ajourner celui d'innovations majeures.

La guerre des prix se traduit aussi par une pression sur les salaires, et par une **dégradation du climat social**. Elle a gravement déprécié le niveau de priorité accordé au marché français à l'intérieur des grands groupes industriels du secteur, ce qui ne peut que **nuire à la compétitivité des sites français**, concurrencés en Europe, et aggraver à terme les tensions sociales.

À l'origine de tous ces effets néfastes figure une exception française : le **refus de la liberté tarifaire**. >>

### **Un climat moins mauvais**

Cette exception française aurait-elle enfin fait la démonstration de son absurdité? Dans la forme, le climat des négociations industrie-commerce a été en 2017 moins tendu que les années précédentes. Il faut y voir entre autres un effet de la charte « *pour des relations commerciales plus respectueuses et apaisées* » que la FCD a publiée le 27 octobre 2016, qui s'est prolongé à l'issue des négociations par le souci qu'ont eu deux enseignes d'en assurer un suivi partagé.

Ce meilleur climat résulte aussi de l'impact des contrôles diligentés par l'administration, même si les possibilités de sanctions des pratiques illicites, revues à la hausse par la loi Macron du 6 août 2015, n'ont toujours pas été utilisées et si les montants d'amende demandés sont trop faibles pour avoir un caractère réellement dissuasif, de nature à restructurer en profondeur la relation entre les acteurs.

Du moins les industriels de l'Ilec ont constaté cette année une amélioration de la relation : meilleur respect de la date butoir et du formalisme, repli des mesures de déréférencement pendant les discussions...

### **Création de valeur et moindre destruction de valeur, impératifs communs**

Dans ce contexte moins dégradé, qu'une stricte application de la loi ne peut que renforcer, l'Ilec attend que le niveau de priorité des questions industrie-commerce pour l'administration de contrôle soit relevé. Il demande qu'une simplification légale de la notion d'abus de dépendance économique permette à l'Autorité de la concurrence d'exercer un contrôle par ce moyen, de nature à apaiser la relation.

Il prône **deux mesures d'urgence** :

- le **plafonnement du dégressif promotionnel** à 30 % pour tous les PGC, dans le but de stopper l'hémorragie alimentée par les surenchères promotionnelles

- **L'application effective de la notion de « déséquilibre significatif »** au contenu des accords « internationaux » ainsi qu'au résultat des négociations nationales en fin d'exercice (proportionnalité de l'amélioration des plans d'affaires à la dégradation des tarifs), condition de la reprise en main de leurs tarifs par les industriels

Parce que l'Ilec fait le constat que **l'ensemble des acteurs pâtit de la destruction de valeur** qui a encore affecté les marchés de la grande consommation cette année, il défend la conviction que la création de valeur passe par des projets plus collaboratifs, permettant d'exploiter des opportunités de développement mutuellement profitables aux industriels, à leurs clients et à leurs fournisseurs.

**« Une nouvelle période s'ouvre; il revient aux acteurs de la grande consommation de la mettre à profit tout de suite, pour rebattre les cartes et faire que nos marchés s'appuient demain sur l'intelligence collective plutôt que sur de stériles affrontements. »**  
**(Richard Panquialt)**

L'Ilec reste ouvert aux discussions autour d'une redéfinition du seuil de revente à perte. Dans le même esprit, il soutient pour l'amont les initiatives de contractualisation et d'amortissement des fluctuations des cours, dans un esprit de « marketing de l'offre », moyennant une clarification des questions de concurrence relatives aux regroupements des producteurs ou aux contrats tripartites.

### **À propos de l'Ilec**

Créé en 1959, l'Institut de liaisons et d'études des industries de consommation regroupe soixante-quinze entreprises fabriquant des produits de marque de grande consommation, de notoriété nationale et internationale, alimentaires et non alimentaires. Il a joué un rôle moteur en France dans le développement des études de panel, le codage des produits ou l'émergence des éco-organismes. L'activité du millier d'établissements français de ses adhérents représentait, en 2015, 113 000 emplois directs, à quoi s'ajoutent 417 000 emplois supplémentaires (équivalents temps plein) soutenus dans l'économie (emplois indirects, emplois induits, emplois au prorata de l'emploi commercial résultant de la capacité des marques à attirer les consommateurs en magasins).

### **Contacts Presse Ilec – Agence Pressario**

**Martine Savary** – [martine@pressario.fr](mailto:martine@pressario.fr) – **06 64 25 66 59**

**Hortense Grégoire** – [hortense.gregoire@pressario.fr](mailto:hortense.gregoire@pressario.fr) – **01 46 24 19 80**