Loi « *Alimentaire* » et commerce en crise

Par Eric Gardner de Béville, membre du Cercle Montesquieu, recruteur et juriste international.

Le 25 septembre dernier, par 276 voix contre 49, le Sénat a décidé d'opposer une question préalable au vote de la loi, dite « *Alimentaire* », c'est-à-dire que le Sénat a rejeté le vote de la loi. Les débats démontrent un profond désaccord entre l'Assemblée nationale et le Sénat. L'essentiel s'est focalisé sur le sort de l'agriculteur. Laurent Duplomb a déclaré « *je me sens doublement méprisé : en tant que sénateur et en tant qu'agriculteur* ». « *Quel rendez-vous raté* ! » selon le sénateur Henri Cabanel. Pour le ministre Stéphane Travert « *nous avons essayé d'avancer, même si nous n'étions pas toujours d'accord* » tandis que la sénatrice Nicole Bonnefoy précisait « *derrière ce texte, il y a des vies humaines* ».

Il y a de graves difficultés dans les relations commerciales entre producteurs et revendeurs, dans les choix de qualité et suivi des produits alimentaires en France, et dans la juste protection de nos agriculteurs. Le projet de loi dite « *Alimentaire* » est une énième tentative pour mettre de l'ordre dans le « *grand* » commerce entre fournisseurs et distributeurs, avec, cette fois-ci, l'arrivée des agriculteurs, les nouveaux venus dans les lois du commerce. Le gouvernement Macron s'attaque non pas à la grande distribution et aux fournisseurs tout-puissants comme Coca-Cola, Lactalis, Nestlé ou L'Oréal, ou les distributeurs agressifs sur les prix comme Leclerc, Intermarché ou Lidl, mais à une alimentation en France qui doit être « *souveraine* », « *qualitative* » et « *durable* ». À l'image de la République fondée sur « *liberté, égalité, fraternité* », notre alimentation doit être basée sur « *souveraineté, qualité, durabilité* ». C'est ambitieux et ce sera difficile. Les relations fournisseurs/distributeurs ont toujours été tendues dans la grande distribution en France. C'est à se demander si fournisseurs et distributeurs ne veulent pas trouver un équilibre qui soit pour le bien des consommateurs, c'est-à-dire vous et moi. Est-il nécessaire que Coca-Cola et Leclerc se « *battent* » dans les coulisses de la négociation commerciale pour que le consommateur puisse avoir les produits à un prix raisonnable ? Faut-il accepter les reventes à perte répétées, voire systématiques, de certaines enseignes qui non seulement sont illégales mais entraînent une zizanie commerciale générale ? Doit-on laisser faire lorsque des promotions telles que Nutella chez Intermarché virent à l'agression physique comme à Beauvais en janvier 2018 ?

Eric Gardner de Béville

Le cœur du problème est que l'accent est mis de façon démesurée sur le « *bas prix* » ou le « *prix le plus bas* ». L'essentiel n'est pas le prix d'un produit mais sa qualité. « *La sole au prix du merlan, ça n'existe pas* » selon le dicton populaire plein de bon sens. Les prix trop bas entraînent une mauvaise qualité des produits. En France, voici cinquante ans que l'accent est mis sur les bas prix. Ceci n'est pas sans conséquences sur la qualité des produits...

La loi « *Alimentaire* » vise notamment à remettre l'accent sur l'importance de la qualité des produits alimentaires en France. Les produits du terroir que l'on achète sur les marchés de producteurs dans nos campagnes et que l'on retrouve aussi bien au bistrot du coin que sur les tables de la haute gastronomie française reconnue internationalement et indéniablement leader mondial, tout cela n'existe que s'il y a la qualité. Paul Bocuse disait « *il n'y a qu'une cuisine, la bonne !* ».

Le projet de loi « *Alimentaire* » va toutefois bien au-delà et vise aussi la préservation de la capacité de production agricole, la juste rémunération des agriculteurs, la lutte contre les prix abusivement bas et l'amélioration de la médiation agricole, le contrôle de la maltraitance animale et le recours à l'agriculture biologique, la réduction de la précarité alimentaire et des conséquences environnementales du gaspillage. Il est temps de trouver un équilibre.

LA LETTRE DES JURISTES D'AFFAIRES • Éditeur : **Juristes d'Affaires et Décideurs SNC** • Une filiale de INFO6TM • Siège social : 137, quai de Valmy 75010 Paris • RCS Paris : 823 067 483 • Président, Directeur de la publication : **François Grandidier** • Directeur de publication associé et directeur des rédactions : **Jacques Berlioz** • Responsable commerciale et éditrice : **Lucy Letellier** (01 81 69 80 68) • Rédactrice en chef : **Ondine Delaunay** (01 81 69 85 05) • Journalistes : **Pixel Image (Anne Portmann, Aurélia Gervais)** • Marketing, ventes et diffusion : **INFO6TM** - Chef de marché : **Christine Baudet** (01 81 69 80 03) • Maquette et rédaction graphique : **Pixel Image** • Service client : 01 40 05 23 15 - Ouverture : du lundi au vendredi de 9 h 00 à 12 h 30 et de 13 h 30 à 17 h 00 - abonnements@info6tm.com • INFO6TM - Service Abonnements - 23, rue Dupont-des-Loges - 57000 Metz • Commission paritaire : 0422 T 87011 • Dépôt légal : à parution • Toute reproduction, même partielle, est interdite.

IMPRESSION
- 36, route d'Archettes
- 88000 Épinal –
Imprimé en France.
Origine géographique du papier : Espagne, taux de fibres recyclées : 0,00 %, certification des fibres utilisées : PEFC, indicateur environnemental : P total : 0,02 kg/t.

PEFC 10-31-1260