

Baisse de 0,4 % des prix des marques agroalimentaires

© 17/04/2019 |  Terre-net Média

Les prix d'achat des produits alimentaires vendus sous marque nationale ont diminué de 0,4 % en 2019, selon un observatoire des négociations commerciales, alors même qu'une loi censée faire remonter les prix payés aux industriels et à leurs fournisseurs, les agriculteurs, a été votée en octobre.

Cet observatoire, réalisé par **la médiation des relations commerciales agricoles**, est basé sur des questionnaires adressés aux fédérations professionnelles de fournisseurs et de distributeurs. Il exclut les marques de distributeur.

L'observatoire, publié mercredi, constate « une convergence des appréciations émanant des fédérations industrielles et des enseignes de distribution », assure-t-il.

La baisse concerne **tous les produits alimentaires de marque nationale** confondus, exceptés **les produits laitiers** qui connaissent « une légère hausse des prix », et, dans une moindre mesure, les surgelés salés.

Concernant le climat de la négociation, le rapport constate également « 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 », ajoute-t-il.

Les **prix aux consommateurs** sont par contre globalement restés stables depuis fin janvier, selon une étude du cabinet Nielsen, exceptés les prix de certains produits alimentaires de grande consommation, notamment les rhums et les gins.

Le relèvement du seuil de revente à perte telle que voulue par la loi issue des Etats Généraux de l'Alimentation, qui a été mise en place le 1er février 2019, devait permettre aux distributeurs de ne plus vendre à perte et donc de relever le prix d'achat aux distributeurs.