

A qui profitent vraiment les promotions de la rentrée ?

GÉRARD LE PULL

LUNDI, 29 AOÛT, 2016
HUMANITE.FR



Photo AFP

Les enseignes de la distribution profitent d'une fréquentation accrue de leurs magasins à l'occasion de la rentrée scolaire pour en mettre plein la vue aux consommateurs, notamment dans les rayons dédiés à l'alimentation. Payées par les fournisseurs, ces promotions ne coûtent généralement rien aux distributeurs. Il n'en va pas de même pour les producteurs, surtout en cet été de crise des débouchés concernant notamment les produits laitiers, la viande et les œufs standards.

Alors que les producteurs de lait tentent en ce début de semaine de trouver de nouvelles modalités d'action pour contraindre Lactalis à quelques autres entreprises de la transformation à augmenter le prix du lait, nos boîtes aux lettres de consommateurs se remplissent des journaux publicitaires édités par les distributeurs pour nous inciter à acheter, via les promotions, de plus grandes quantités de nourriture, à commencer par la viande. Histoire de nous impressionner, le groupe Carrefour a même édité un journal Grande Format afin de mieux y étaler toutes les viandes et autres produits en promotion. Histoire aussi de nous faire oublier que ces promotions ne coûtent généralement rien aux enseignes dans la mesure où elles résultent de baisses de prix exceptionnelles obtenues des fournisseurs, lesquels font aussi payer la note aux paysans.

Que la viande soit bovine, porcine ou de volaille, le logo patriotique origine France est mis en avant par Carrefour. Quand on passe à la viande ovine l'astuce consiste à mettre en exergue l'information suivante : «origine France et /ou Royaume-Uni et/ou Irlande et /ou Espagne ». Bref, le consommateur ne sait plus d'où vient sa viande. Il est vrai que notre pays importe 600 agneaux pour 1.000 consommés. Nous en sommes là parce que les éleveurs français ont été

soumis à une rude concurrence dès l'entrée du Royaume Uni dans l'Union Européenne, soit plus de 40 ans avant le Brexit qui vient de se produire. A l'époque, ce pays avait obtenu une dérogation pour continuer d'importer pratiquement sans limites des agneaux congelés de Nouvelle Zélande, ces importations ayant été étendues depuis aux autres pays de l'Union.

Pour revenir à Carrefour, les produits à base de viande portent la mention « élaborés en France », ce qui veut dire que la matière première vient d'ailleurs. Il en va ainsi des tomates farcies, du taboulé au chorizo, des acras de morue, de friands à la viande, des « grignottes » de poulet à la mexicaine tandis que les crevettes cuites proviennent de trois pays d'Amérique du sud.

Quand le colis de 6 kilos de viande bovine est à 6,90€ le kilo avec une majorité de pièces à griller, la tentation peut être grande de saisir l'occasion, quitte à congeler tout partie de cet achat opportuniste. Il en va de même pour la rouelle de jambon frais avec os à 2,90€ le kilo, comme pour les côtes de porc à 2,99€ le kilo. Pour l'essentiel, ces promotions ne font que modifier les dates d'achat de viande par les ménages sans en augmenter la consommation. Mais les réserves effectuées par les ménages en quête de bonnes affaires se traduisent ensuite par moins d'achats de viande et des pressions plus fortes à la baisse des cours pour les éleveurs. Surtout en ce moment de l'année, alors que le bas prix du lait et le manque d'herbe imputable à un mois d'août très sec et très chaud poussent des éleveurs à conduire plus d'animaux que prévu vers les abattoirs.

L'hebdomadaire agricole Paysans de Loire en date du 26 août met en exergue une difficulté qui touche cette fois les producteurs d'œufs dits « standards », lesquels réalisent actuellement 69% de la production nationale. Il s'agit d'une production en batterie où les poules sont enfermées dans des cages. Ce n'est pas ce que se fait de mieux s'agissant du « bien-être animal » quand il existe parallèlement des labels d'œufs bio et de poules pondeuses en liberté sans être en agriculture biologique. De plus en plus de consommateurs étant sensibles au bien-être des poules pondeuses, les enseignes de la distribution rivalisent aussi pour capter et fidéliser cette clientèle pour tous ses achats. C'est ainsi que le groupe Monoprix a annoncé en Avril dernier qu'il renonçait à acheter ces œufs standards pondus par des poules en cage. Du coup, d'autres enseignes sont tentées de faire la même chose de crainte de perdre une partie de leur clientèle au profit de Monoprix.

Mais, dans leurs élevages en batterie, les producteurs d'œufs standards ont fait de gros investissements amortissables sur quinze ans pour se mettre aux normes européennes avant janvier 2012 en augmentant l'espace vital de chaque pondeuse. Du coup, même si la filière se donne pour objectif de passer de 69% d'œufs produits en cage en 2015 à 50% en 2022 pour tenir compte de l'évolution de la demande, une accélération dans la politique de l'offre des enseignes en dispute permanente pour conquérir ou conserver des parts de marché peut mettre beaucoup de producteurs d'œufs en difficultés dans le laps de temps trop court.

Comme l'affirme le dicton : on ne fait pas d'omelette sans casser des œufs. Encore faut-il ne pas les casser trop vite et trop souvent dans le cas qui nous occupe.