



Maison de l'Agriculture – 52 avenue des Iles - 74994 Annecy Cedex 9

Annecy, le 21 octobre 2006

GRANDES et MOYENNES SURFACES : SOUS SURVEILLANCE SYNDICALE...

Depuis le mois de juin 2000, un réseau d'enquêteurs initié par la FDSEA et les Jeunes Agriculteurs de Haute-Savoie sillonne le département afin de relever les prix des produits laitiers hauts savoyards (Reblochon laitier, Tomme de Savoie, Abondance laitier et Emmental de Savoie) dans la grande distribution, mais aussi d'autres produits moins « régionaux » tels que le lait UHT, l'Emmental préemballé et râpé ou encore la bûchette de chèvre.

L'observatoire s'intéresse aux « premiers prix », pour lesquels des fiches contenant toutes les informations nécessaires à l'identification du produit sont élaborées. Le prix au kilo de chaque référence est bien entendu l'information la plus intéressante.

En tout, c'est une quinzaine d'enseignes, représentant plus d'une vingtaine de magasins haut-savoyards, qui sont régulièrement visités, lors de campagnes de relevés qui durent une semaine entière et dont la fréquence nous permet d'avoir une vision sur une année. Carrefour, Champion, Intermarché et Super U sont les magasins les plus visités.

La base de données ainsi constituée depuis maintenant 6 ans rassemble plus de 1200 données prix, à partir de laquelle des analyses peuvent être menées.

- L'augmentation de 4% du prix du Reblochon laitier entre 2001 et 2006 peut apparaître raisonnable comparée aux autres fromages. Cela cache en réalité d'importantes variations annuelles et saisonnières (forte baisse automne 2002, hausse en 2003 et dégradation sur l'année 2005).
- Les 3 autres fromages enquêtés (Abondance laitier, Tomme de Savoie et Emmental de Savoie) affichent une augmentation de 10% à 14%, avec là aussi, des variations saisonnières significatives (voir courbes).

Variation 2001/2006 du prix moyen consommateur (gamme 1^{er} prix) sur le département (toutes enseignes) :

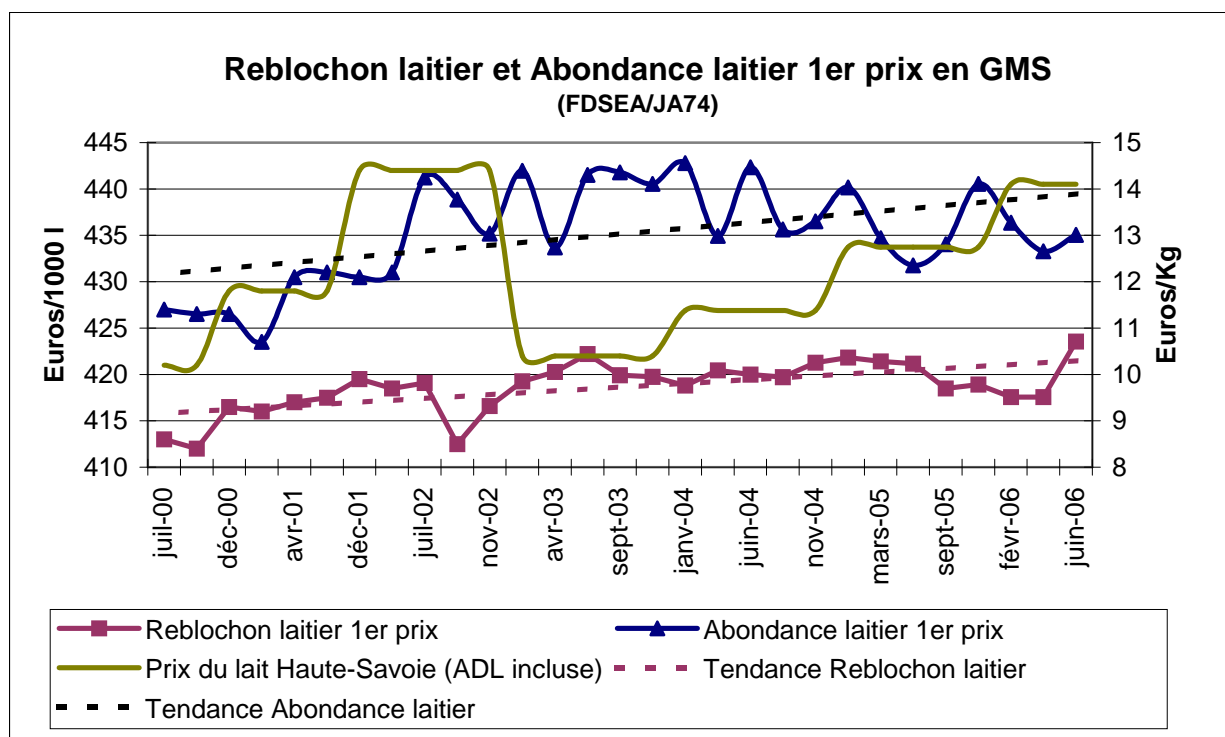
Produit	Prix consommateur - moyenne année 2001	Prix consommateur - moyenne année 2006	Variation 2001/2006
Reblochon laitier 1 ^{er} prix	9.5 euros	9.9 euros	+ 4%
Abondance laitier 1 ^{er} prix	11.8 euros	13 euros	+ 10%
Tomme de Savoie 1 ^{er} prix	9 euros	10.3 euros	+ 14%
Emmental de Savoie 1 ^{er} prix	9.7 euros	11 euros	+ 14%

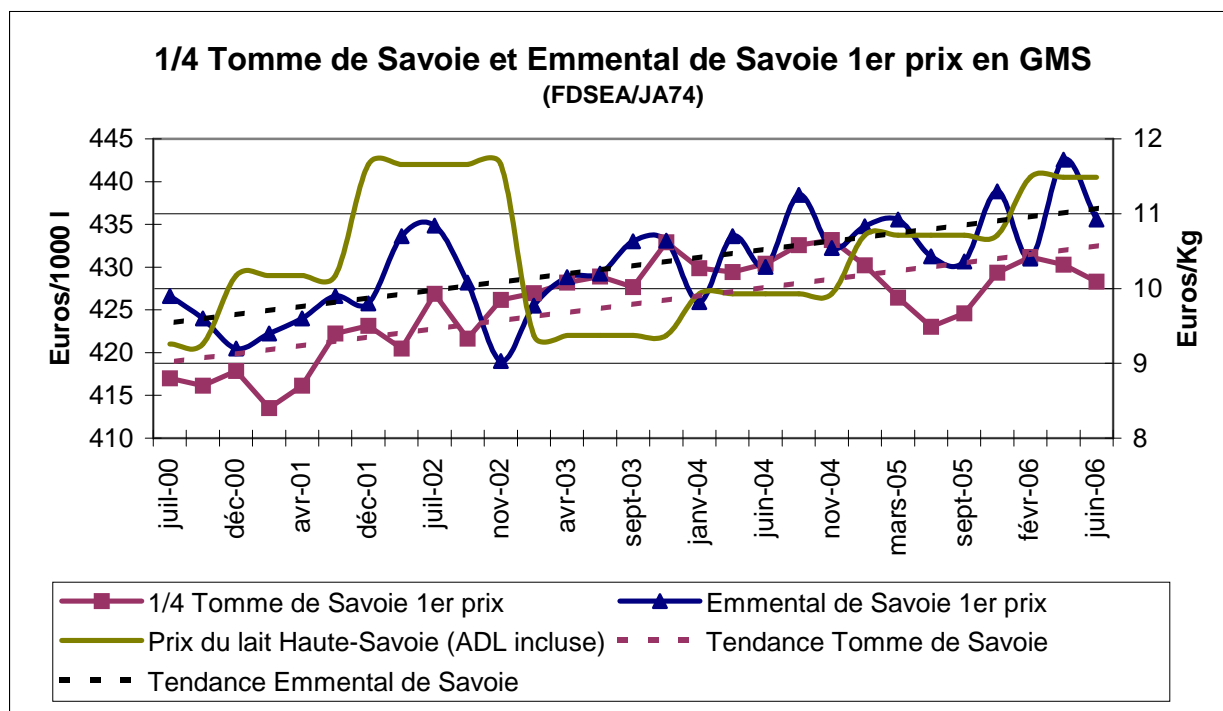
FDSEA/JA Haute-Savoie oct 2006

Variation 2000/2006 du prix moyen consommateur sur le département (toutes enseignes) :

Les courbes d'évolution des prix moyens de 2000 à 2006 montrent sans conteste l'effet du passage à l'Euro en janvier 2002 sur l'augmentation des prix de nos fromages. Pour mémoire, les pouvoirs publics avaient compris ce que le changement de monnaie pouvait constituer comme opportunité d'inflation pour les distributeurs, en imposant un gel des prix à la consommation de novembre 2001 à avril 2002.

Bien que cette période de gel ait été globalement respectée, les relevés de prix l'attestent, il ne fait aucun doute qu'elle avait été anticipée dès le printemps 2001, puis « rattrapée » à partir du printemps-été 2002. L'effet du passage à l'Euro représente donc une augmentation des prix de + 15 % en moyenne pour les fromages savoyards en l'espace de 18 mois (jusqu'à + 25% pour l'Abondance).





L'analyse des données révèle également l'échec des tentatives du gouvernement pour faire baisser sensiblement les prix à la consommation : que ce soient la circulaire Dutreil en 2003 ou encore les accords Sarkozy de 2004, aucune démarche n'a permis une baisse durable du prix des fromages savoyards à la consommation.

La comparaison avec la courbe d'évolution du prix du lait haut-savoyard sur la même période se révèle intéressante : jusqu'à la fin 2002, l'augmentation des prix coïncidait avec la croissance du prix du lait payé aux producteurs. Début 2003, un décrochement est constaté, avec le prix des produits augmentant sans aucun rapport avec celui du prix du lait. Cette tendance s'est amplifiée en 2003, 2004 et début 2005 même avec l'intégration de l'ADL dans le prix du lait, avant de s'atténuer à partir du second semestre 2005.

Les enseignes hard-discount toujours moins chères en gamme 1^{er} prix :

Enseigne	Produit	Prix moyen au kilo en 2005 (1 ^{er} prix)	Ecart Prix/moyenne année 2005
LES PRIX BAS			
HARD-DISCOUNT (Leader Price, Lidl et ED)	Reblochon laitier	8.41 euros	-22%
	Tomme de Savoie	9.05 euros	-18%
	Abondance	11.04 euros	-20%
	Emmental de Savoie	Non référencé	

FDSEA/JA Haute-Savoie oct 2006

Sans surprise, ce sont les enseignes hard-discount (LEADER PRICE, LIDL et ED) qui affichent les prix les plus bas (20% moins chers que la moyenne), en écrasant les prix notamment sur le Reblochon (-22%).

A noter que les hard-discounter ne référencent jamais l'Emmental de Savoie au profit du standard, voire du Grand Cru. Les produits distribués chez CARREFOUR, GEANT, AUCHAN se situent dans la moyenne des prix constatés.

Petite manif, grands effets : des partenariats grande distribution/agriculteurs se précisent

Comme souvent, il faut un bon coup de pied dans la fourmilière pour faire avancer les revendications. Suite aux actions syndicales FDSEA/JA de février 2004 et de mars 2006 contre la propagation des fromages à tartiflette dans notre département, des GMS parmi les plus importantes de Haute-Savoie s'engagent pour la mise en avant de nos produits savoyards : semaine nationale savoyarde, accent sur la formation du personnel à la valorisation de nos produits, actions promotionnelles et enfin, partenariat avec les chefs de rayons pour l'animation des linéaires fromages par les agriculteurs volontaires.

Cette dernière action sera opérationnelle à la première quinzaine de novembre et au préalable une formation sera dispensée aux futurs animateurs.

3 questions à Philippe MERMAZ, producteur de lait à Margencel

En tant qu'enquêteur, vous participez activement à l'Observatoire FDSEA/JA ?

PhM : Créé à l'initiative de la section des producteurs de lait FDSEA/JA dont je fais partie, je participe aux enquêtes en GMS depuis 2001. Je suis producteur de lait et je m'intéresse à la valorisation de nos fromages en grande distribution. La défense du revenu du producteur est un combat syndical et je pense que toute profession a besoin d'un observatoire des marchés.

Quel est pour vous l'intérêt d'un observatoire ?

PhM : L'observatoire est un outil précieux de compréhension des marchés et de suivi des enseignes haut-savoyardes qui commercialisent nos fromages. Les producteurs surveillent au plus près les comportements des enseignes tout en maintenant une pression constante sur les magasins. Les GMS savent qu'ils ne peuvent échapper à notre surveillance. Il n'y a pas de « pas vu pas pris ». Cela nous permet de déclencher des actions syndicales lorsque des anomalies sont enregistrées.

Le travail se limite donc à la surveillance et à l'action syndicale ?

PhM : Ce suivi est nécessaire mais cela ne suffit pas pour construire une véritable démarche de valorisation « gagnant-gagnant » autour de nos fromages. L'observatoire nous a permis de provoquer des rencontres avec les responsables d'enseignes et de les sensibiliser à nos préoccupations de partage de la valeur ajoutée. Des réunions régulières ont maintenant lieu, avec un « discours vérité » de la part des enseignes qui se savent surveillées par la profession. Cela ouvre des opportunités de partenariats, comme nous le vivons en ce moment sur le dossier des « fromages à tartiflette ».

Dossier réalisé par FDSEA/JA Haute-Savoie, octobre 2006.