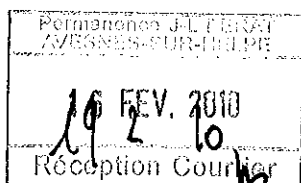


Auchan

Présidence
40, avenue de Flandres
BP 139
59 964 Croix cedex



Monsieur Jean-Luc PERAT
Député
Assemblée Nationale
126, rue de l'Université
75355 Paris 07 SP

(Signature)

↳ d'avis de la réponse + etc (se)

Croix, le 8 février 2010

*me
le député
m*

Monsieur le Député,

Suite à la publication d'une étude par l'UFC Que Choisir et via une question écrite, vous avez appelé l'attention de monsieur le ministre de l'alimentation, de l'agriculture et de la pêche sur les prix des aliments peu transformés. Sur la base des conclusions de cette étude, vous dénoncez les marges réalisées par les industriels et les distributeurs sur ces mêmes produits.

Partageant votre souhait de voir les producteurs agricoles français recevoir une juste rémunération tout en agissant en faveur du pouvoir d'achat des consommateurs, je souhaite vous apporter les éléments d'information suivants.

Tout d'abord, je tiens à vous indiquer **qu'Auchan France s'approvisionne très majoritairement en France** pour ce qui concerne les produits agricoles. 100% du porc vendu dans les magasins de l'enseigne est français ainsi que 100% du lait de marque Auchan et 98% de la volaille. Pour favoriser la consommation de ces produits, l'enseigne s'efforce de les vendre à un prix permettant leur accès au plus grand nombre. **Auchan France a ainsi baissé en 2009 les prix de produits frais de 2,82%.**

En ce qui concerne les marges réalisées par l'enseigne sur les produits réputés peu transformés, les conclusions d'UFC Que Choisir sont quelque peu hâtives.

En premier lieu, l'enquête **compare des éléments qui ne peuvent pas l'être**. Entre le porc acheté au producteur et la côtelette vendue en magasin, il y a la **différence entre un animal sur pied et une côtelette**, l'animal ayant dû être découpé, la carcasse écartée, la côtelette a ensuite été transportée, emballée, entreposée et exposée à la vente. La notion de « différentiel » entre le prix agricole et le prix constaté en magasin est donc erronée.

Ensuite, l'étude fait le choix de ne relever que des prix « isolés ». L'UFC Que Choisir a en effet relevé les prix de la « côte de porc échine » en barquette de 2 mais pas des barquettes présentant des promotions ni de celles conditionnées en plus grand nombre sur lesquelles les marges sont nulles. Or ces **promotions constituent plus de 60%** des ventes de porc pour Auchan France.

L'enquête UFC ne rend donc pas compte de la réalité du bénéfice réalisé par rayon ou catégorie : en ce qui concerne le porc par exemple, la **marge nette réalisée est de 3%**, une marge constante depuis plusieurs années

Pour répondre aux problématiques d'augmentation des prix des produits alimentaires, la DGCCRF et le ministère de l'agriculture ont créé l'**Observatoire des prix et des marges** qui publie tous les mois, et depuis mars 2008 des données globales sur l'évolution des prix.

Début 2009, des groupes de travail spécifiques ont été mis en place pour s'intéresser particulièrement au porc, au lait et aux fruits et légumes. Les résultats de ces études ont été publiés sur le site de l'observatoire (DGCCRF) et, comme le soulignent les ministres compétents, contredisent les affirmations d'UFC Que choisir.

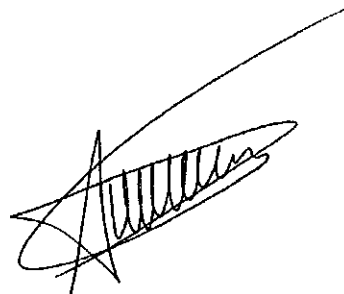
Pour Hervé Novelli, «**L'Observatoire ne démontre aucun scandale**», il a par ailleurs souligné en juillet 2009 que depuis début 2007 « les prix du lait de consommation, du beurre et des yaourts sont plutôt stables. Les distributeurs n'ont pas répercuté toute la hausse de la matière première entamée fin 2007, ni toute la baisse intervenue fin 2008. ».

Pour Bruno Le Maire, « Les marges réalisées par les industriels des produits laitiers et les distributeurs n'ont pas significativement évolué, et elles sont équitables ». Il indique également dans le Figaro en date du 29 juillet 2009 que « Les résultats de l'Observatoire prouvent que **l'origine de la crise est bien le marché international** ».

Pour conclure et s'agissant des marges réalisées par Auchan France sur l'ensemble des produits vendus en magasin, permettez-moi de vous indiquer que **lorsque un client achète pour 50€ de marchandises, le bénéfice réel de l'entreprise n'est que de 1€, la marge nette étant de 2%**.

Comme vous pouvez le constater, la juste rémunération des producteurs agricoles et la répercussion des baisses des cours sur les prix de vente aux consommateurs font partie des engagements d'Auchan France pour participer à l'élaboration d'une consommation durable et responsable.

Restant à votre disposition pour vous apporter des précisions si vous le jugez nécessaire, je vous prie de croire, Monsieur le Député, à l'assurance de toute ma considération.



Arnaud Mulliez
Président d'Auchan France