

Comité de suivi des prix BCBa
24 février 2010 – 11H – Préfecture – Salle Schoelcher

Etaient présents :

Julia Demar et Eddy Ortolé pour le collectif

Alex Alivon pour le syndicat de la distribution et des grossistes alimentaires et
Christophe Bermont Carrefour Genipa, Georges Castandet Hyper U, Fabrice de
Lavigne groupe Despointes, Emmanuel de Pompignan Carrefour Dillon, Pascal Huck
leader price, Hervé Krieger Cora, Luc Lavergne Groupe Lancry, David Loche groupe
Lancry

Jean-Michel Warnier DGCCRF

Objectif : Mettre au point, les modalités de pérennité et d'évolution de l'accord.

Contexte : la 3eme vague de contrôles de la DRCCRF vient juste de commencer avec une attention particulière portée aux produits frais locaux ou importés et aux produits surgelés faisant l'objet d'engagements particuliers. Les résultats seront examinés lors de la prochaine réunion du comité de suivi.

L'ordre du jour est le suivant :

- 1) conséquences des reprises en cours des magasins du groupe CORA**
- 2) Fonctionnement du site et mise à jour des listes et prix**
- 3) Point sur les problèmes d'évolutions des prix**
- 4) Point sur les problèmes de ruptures provisoires (1 semaine) ou définitive (remplacement des produits)**
- 5) Autres besoins d'évolution**

1) conséquences des reprises en cours des magasins du groupe CORA

Sur le site BCBa les enseignes CORA et MATCH sont désactivés mais pas remplacées

CORA Cluny reste à vendre

MATCH Trinité et MATCH Fort-de-France sont vendus

Match Ste-Marie est vendu

Match Ducos reste à vendre

21 ecomax sont vendus

La question est posée de l'adhésion à l'accord (et sous quelle forme) des repreneurs notamment dans l'hypothèse où la centrale d'achat et donc les références seraient nouvelles.

La DGCCRF précise que dans cette hypothèse, ils ne sont juridiquement tenus à aucune obligation ce qui peut être différent pour des enseignes, références déjà parties à l'accord.

Le SGDA comme le collectif s'accordent sur 2 points qui sont en définitive actés :

- a) les nouveaux venus ou repreneurs, quels qu'ils soient, devraient « adhérer » à l'accord

- b) il est de la compétence de la DGCCRF de déterminer, au cas par cas, avec les repreneurs dans quelles conditions leurs listes de produits et leurs prix peuvent être considérés comme conforme à l'accord BCBA.

2) Fonctionnement du site et mise à jour des listes et prix

Pour la DGCCRF le site ne donne pas l'impression d'une actualisation régulière. Les dates figurant sur les pages des enseignes lorsqu'il y en a sont anciennes, les remplacements n'apparaissent pas ou peu.

Pour le SDGA, le site vient d'être administrativement renouvelé avec le webmaster et il appartient aux enseignes de faire mettre à jour.

Pour l'ensemble des enseignes, il semble que la mise à jour soit faite.

Sur proposition du collectif, il est convenu de faire figurer systématiquement une date de dernière mise à jour.

La qualité des pages est inégale. Certaines enseignes doivent faire un effort de présentation, au moins de correspondance entre colonnes produits et colonnes prix.

En ce qui concerne les évolutions cf. les deux points suivants.

3) Point sur les problèmes d'évolutions des prix

Concernant les répercussions de hausses de prix d'achat, les deux parties conviennent que le mécanisme de répercussion après notification au collectif et accord de celui-ci fonctionne bien. Les notifications en parallèle à la DRCCRF pour information sont faites (pour certaines directement aux agents ayant en charge le magasin du point de vue des prix BCBA). Elles semblent toutefois relativement peu nombreuses.

La grande distribution évoque le problème de certaines hausses 2009 qui n'ont pas été répercutée (par auto-censure) et qui font pour certaines qu'on se rapproche du seuil de revente à perte.

C'est l'occasion de réaffirmer la prééminence absolue du seuil de revente à perte mais aussi du droit à répercussion qui est contractuel.

C'est l'occasion aussi pour le collectif d'affirmer qu'il existe au bénéfice des distributeurs d'autres marges de manœuvres telles que la baisse de l'octroi de mer intervenue sur des familles de produits et pas seulement sur les produits BCBA. Il demande que soit contrôlée la bonne répercussion sur l'ensemble de chaque famille. Outre que les distributeurs disent répercuter sur l'ensemble de la famille, et même s'il serait contraire à l'esprit de l'accord de ne pas répercuter, la DGCCRF rappelle qu'il n'y a pas là d'obligation contractuelle et qu'il ne faut pas perdre de vue que cette quasi réglementation des prix est la plus contraignante et la plus large qui ait jamais existé, même dans les années les plus rigoureuses des prix administrés avec notamment une conception très extensive de la notion de produits sensibles. Tout élargissement ou complexification par la bande doit donc être évité.

La grande distribution signale d'ailleurs que s'il fallait prendre en compte tous les effets induits, il faudrait également comptabiliser en charge supplémentaire le fait d'avoir, par effet domino, l'obligation économique d'aligner, à due proportion, les produits identiques au BCBA mais de conditionnement différents ou abandonner leur commercialisation (telle marque en conditionnement 12 dans BCBA entraîne la baisse de la même marque en 24.).

Sur ces points, le collectif fait noter qu'il sera sans doute amené à y revenir et qu'il n'y a pas de consensus.

4) Point sur les problèmes de ruptures provisoires (1 semaine) ou définitive (remplacement des produits)

Comme pour les évolutions de prix, le système fonctionne bien.

La notification en parallèle à la DRCCRF est actée à nouveau.

SCAGEX signale toute fois des difficultés passagères de réapprovisionnement sur 28 produits (qui feront l'objet temporairement d'une comptabilisation séparée de la DRCCRF du point de vue de la disponibilité dans les magasins).

5) Aucun autre besoins d'évolution (exemple réduction de certaines listes ?) n'est évoqué.

Les participants conviennent de se revoir le 31 mars même lieu même heure et plus généralement au moins tous les derniers mercredi de chaque trimestre.

La séance est levée à 12H45.