

Après son enquête de 2009, l'UFC-Que Choisir du Nord – Pas de Calais relance le débat sur le scandale des prix alimentaires en rendant publique une étude sur le prix de deux produits peu transformés et largement consommés : la volaille et le lait.

Dans un contexte de retour de l'inflation des prix agricoles (blé : + 68 %, maïs : + 56 %, soja : + 35 %), l'UFC-Que Choisir Nord – Pas de Calais, forte de ses précédentes analyses sur la dé-corrélation entre baisse des prix agricoles et prix en rayon, a enquêté du 13 au 28 novembre 2010, dans 111 magasins du Nord – Pas de Calais sur l'impact de ses récentes hausses. Le constat est sans appel, alors que sur les deux dernières années les baisses considérables observées sur les prix agricoles ont été mal ou jamais répercutées en rayon, la remontée toute récente des prix des matières premières se voit déjà sur les étiquettes :

- Par rapport à notre enquête de l'année dernière, le lait subit une augmentation de 2 % qui se cumule à celle de 8 % relevée entre 2007 et 2009,
- Quant au poulet, il subit une hausse de 4 % qui vient s'ajouter aux 15 % de la dernière augmentation !

Si l'on approfondit par type de produit pour mesurer la part de responsabilité des intermédiaires, on constate que l'augmentation des prix en rayon est essentiellement due aux marques nationales :

- Le lait demi-écrémé 'Candia' a augmenté de 3 centimes d'euros en un an (+4%) quand les produits de marques de distributeurs (MDD) n'ont pas varié.
- Le filet de poulet 'Le Gaulois' a augmenté de 86 centimes d'euros en un an (+7%) quand les MDD ont augmenté de 14 centimes (+1%).

Une nouvelle fois industrie et distribution nous refont le coup lucratif de l'effet cliquet : ne jamais ou très peu répercuter les baisses de prix agricoles, mais toujours les hausses. Bref, à chaque variation des prix agricoles, consommateurs et agriculteurs sont dans un rapport perdant-perdant avec les deux intermédiaires qui sont les grands gagnants de cette inadmissible pratique de prix.

L'ampleur de cette marge engrangée au niveau national depuis 2000 par l'industrie et la distribution sur les deux produits étudiés constitue un véritable jackpot : 7,7 milliards d'euros pour le poulet et 1,6 milliards d'euros pour le lait.

Intégralement subie par les consommateurs, l'impact de ces marges, restant à ce jour sans justification, est d'autant plus scandaleux que le budget alimentaire avec 13,5% des dépenses est le 3ème poste budgétaire des ménages et reste une charge incompressible.

Alors que nous ne sommes qu'à l'aube d'une importante inflation des prix en rayon, et face à l'absence d'explications et d'arguments probants de la part des intermédiaires, l'UFC-Que Choisir demande aux parlementaires du Nord – Pas de Calais d'agir pour que :

- l'Observatoire des Prix et des marges se remette au travail pour identifier enfin les causes réelles de l'inflation des marges brutes de l'industrie et de la distribution,
- les Pouvoirs Publics instaurent sans délai un coefficient multiplicateur sur les prix des produits alimentaires bruts ou peu transformés.