

14. Promouvoir des relations commerciales équitables

A quels défis devons-nous répondre ?

Les pratiques commerciales équitables sont une condition sine qua non à une alimentation abordable, innovante, de qualité et durable. Malheureusement, les rapports de force dans la chaîne alimentaire sont sérieusement déséquilibrés. Quelque 7 500 entreprises alimentaires, dont 95 % sont des PME, doivent s'adresser à seulement 13 chaînes de supermarchés, organisées en 7 centrales d'achat afin de proposer leurs produits à plus de 11,5 millions de consommateurs (chiffres 2019 Statbel, cité par le SALV). Les acheteurs de denrées alimentaires peuvent de ce fait exercer une forte pression sur les producteurs et imposer des pratiques et des conditions déloyales aux producteurs. Les producteurs n'osent guère réagir par rapport à leurs droits contractuels ou légaux envers les distributeurs de peur de perdre leurs contrats (ledit *fear-factor*)¹.

Les producteurs ont besoin d'outils et de garanties supplémentaires pour rééquilibrer la chaîne, obtenir des prix et des pratiques commerciales corrects, et ainsi maintenir leur présence sur le marché belge.

Que demandons-nous aux décideurs politiques pour la prochaine législature ?

Dans le cadre de la loi UTP :

1. Unfair is unfair, no matter the size : supprimez le seuil de 350 millions d'euros de chiffre d'affaires annuel prévu par la loi sur les pratiques commerciales déloyales (UTP) afin que tous les producteurs de produits alimentaires, grands et petits, bénéficient de la même protection contre les pratiques commerciales déloyales prévue dans la loi UTP. L'effet domino au sein de la chaîne alimentaire fait en sorte que la pression exercée par les chaînes de supermarchés se répercute d'un maillon à l'autre de la chaîne, quelle que soit la taille des entreprises. Par ailleurs, les petits acteurs bénéficient des actions juridiques menées par les grands acteurs contre les abus des chaînes de supermarchés.
2. Interdisez le déréférencement abusif de produits. Il ressort d'une enquête de Fevia que le retrait de produits des rayons ou la menace d'y recourir lorsque les producteurs ne veulent pas accepter des conditions moins favorables, se présente fréquemment. Ceci va à l'encontre du principe en faveur de relations

¹ Le terme Fear Factor est également repris dans la directive UTP et le SPF Économie y fait également référence dans son rapport d'activité de 2022.

commerciales justes et équilibrées. Les supermarchés profitent de leur pouvoir de négociation disproportionné, c'est pourquoi il faut un encadrement clair du déréférencement abusif des produits.

3. Interdisez les pénalités (logistiques) excessives. Les fournisseurs sont de plus en plus confrontés à des pénalités injustifiées et excessives en cas de retard de livraison des produits, au point de se demander si les chaînes de supermarchés n'utilisent pas ces pénalités comme modèle de rémunération alternatif. Les clauses relatives à ces pénalités sont floues, prévoient des amendes particulièrement élevées, les dommages ne doivent pas être démontrés, les amendes ne sont pas (suffisamment) justifiées et automatiquement déduites du montant dû, ont un caractère punitif...
4. Interdisez l'exclusion contractuelle de la clause d'imprévisibilité prévue dans le nouvel article 5.74 du code civil. L'inflation élevée et les crises successives ont fait grimper les prix des denrées alimentaires. Les producteurs alimentaires ont le plus grand mal à répercuter cette augmentation au maillon suivant de la chaîne, notamment aux détaillants. En raison des contrats annuels habituels, le prix de vente est fixé pour un an, sans possibilité de renégociation (déséquilibre dans la position de négociation, clauses de révision des prix peu claires et non réciproques...). Nos entreprises alimentaires ont besoin d'outils clairs pour, en cas de circonstances exceptionnelles, amener les chaînes de supermarchés à la table des négociations.

Il faut créer, sur le modèle du « groceries adjudicator » au Royaume-Uni, un organisme indépendant qui rétablisse l'équilibre, promeuve des relations commerciales équitables entre les producteurs de produits alimentaires et les chaînes de supermarchés et intervienne en cas de problème.

Que faisons-nous en tant qu'industrie alimentaire ?

Fevia informe ses membres au moyen du guide sur les relations commerciales équitables. Ainsi, nous les informons sur la manière de préserver leurs droits et sur leurs obligations à respecter. Par ailleurs, nous facilitons l'accès à des conseils juridiques et au soutien d'experts pour les membres qui en ont besoin.

BFA, Agrofront, Fevia, BABM, Unizo, UCM et Comeos ont pris l'initiative de rédiger ensemble un code de conduite pour des relations équitables entre fournisseurs et acheteurs et d'y souscrire. Cette Supply Chain Initiative a été signée par les partenaires en 2010.

En outre, nous interrogeons nos membres sur les pratiques déloyales auxquelles ils sont confrontés et sur l'efficacité et l'efficacités de la récente loi belge UTP.

Quelles sont nos demandes aux décideurs politiques, par niveau de pouvoir ?

Flandre	Wallonie	Fédéral	Union européenne
		<ul style="list-style-type: none"> • Inclure le dérèglement abusif des produits comme pratique commerciale déloyale. • Interdire les pénalités logistiques excessives et fixer un cadre en la matière. • Interdire l'exclusion contractuelle de la clause d'imprévisibilité. • Supprimer le seuil de 350 millions d'euros de chiffre d'affaires annuel prévu par la loi sur les pratiques commerciales déloyales (UTP). 	
		<p>Créez un organisme indépendant (« groceries adjudicator ») qui rétablisse l'équilibre dans la chaîne alimentaire, donne plus de pouvoir aux PME et promeuve des relations commerciales équitables.</p>	

		Encouragez une coopération structurelle et régulière entre Fevia et l'Inspection économique pour identifier les tendances et les problèmes du secteur et préparer l'évaluation annuelle de la loi belge sur les UTP.	
		L'Autorité belge de la Concurrence, qui a identifié l'industrie alimentaire comme un secteur prioritaire, doit prêter davantage attention à la situation des producteurs, et pas seulement à celle des consommateurs.	

Personnes de contact



Marie Daeninck
Legal and Trade Advisor
+32 478 54 07 98
md@fevia.be



Carole Dembour
Senior Advisor
Economic Affairs
+32 473 74 71 79
cad@fevia.be