

PepsiCo affirme «avoir arrêté» de fournir Carrefour avant que le distributeur ne retire les produits de ses rayons

Par [Emma Confrère](#)

Publié il y a 3 heures,

Mis à jour il y a 2 heures

Si Carrefour pointe une «hausse de prix inacceptable», l'industriel se défend d'avoir cessé de fournir le groupe «faute d'accord sur un nouveau contrat».

C'est un imbroglio qui s'ajoute aux négociations tarifaires déjà compliquées entre les distributeurs et les industriels de l'alimentaire. Jeudi, [Carrefour](#) a retiré de ses rayons les produits [PepsiCo](#), informant ses clients via des affiches rouges : «*Nous ne vendons plus cette marque pour cause de hausse de prix inacceptable.*» En plus de la France, ces affiches se sont invitées en Belgique, en Espagne et en Italie.

Si Carrefour s'excuse «*pour la gêne occasionnée*», le groupe se dit «*engagé pour faire baisser les prix*» pour les consommateurs. Au total, ce sont des milliers de produits qui sont concernés par ce retrait, dont ceux des marques Lay's, Bénédict, Pepsi, Quaker, Doritos, Alvalle, Lipton et 7up. Mais PepsiCo ne l'entend pas de cette oreille et a fourni une explication différente au [Wall Street Journal](#) mardi : «*Malheureusement Carrefour a déformé le déroulé des événements.*»

L'industriel explique ainsi que «*faute d'accord sur un nouveau contrat*», il a «*arrêté de fournir Carrefour à la fin de l'année*» 2023. Selon une source proche du dossier, le distributeur et PepsiCo négocieraient depuis six mois et ce dernier aurait prévenu le groupe français que si les deux parties n'avaient pas de contrat en place d'ici la fin 2023, PepsiCo cesserait de fournir Carrefour et les stocks seraient épuisés d'ici le 31 décembre. Pour le porte-parole de PepsiCo, les négociations ne se limitent pas à la fixation des prix : «*Nous ne pouvons pas entretenir des relations clients qui ne sont plus rentables.*»

«On est en droit de demander des baisses de prix»

Si PepsiCo adopte ce ton, c'est aussi par rapport à ce que le marché européen n'est pas très important pour le géant alimentaire. Les magasins Carrefour de France, d'Italie, d'Espagne et de Belgique ne représentent que 0,25% du chiffre d'affaires mondial de l'industriel, selon Callum Elliott, une analyste chez Bernstein. Mais PepsiCo souhaite tout de même «*bientôt trouver un accord sur les modalités du contrat*» pour que ses «*produits puissent être de retour dans les rayons pour les consommateurs*».

Chez Carrefour, qui semble avoir décidé de faire de ce divorce en rayons un exemple, on maintient avoir été à l'initiative de l'arrêt de la décision commerciale, tout en respectant un délai de préavis obligatoire en cas de désaccord commercial. «*PepsiCo joue sur les mots. C'est bien*

nous qui avons pris l'initiative de cette décision, explique un porte-parole du groupe. Du reste, cela reste toujours à l'initiative du distributeur quand c'est pendant les négociations annuelles.»

Difficile donc, de savoir qui dit vrai.

L'enjeu est d'autant plus important pour les distributeurs que le gouvernement a avancé l'échéance des négociations commerciales en janvier, au lieu du mois de mars, afin de faire baisser plus rapidement les prix dans les rayons. Il ne reste plus que dix jours aux entreprises agroalimentaires réalisant moins de 350 millions de chiffre d'affaires pour parvenir à un accord avec les centrales d'achat de la distribution. Si certaines ont joué le jeu, d'autres se montrent plus réticentes pour abaisser leurs marges.

Lundi, le proutident des Mousquetaires, Thierry Cotillard, pointait lui la marque Lotus, avec laquelle il entretient «*un combat*». «*On est en droit de demander des baisses de prix*», a-t-il lancé sur RTL, pointant une baisse du prix du papier. Le patron a mis en garde les autres industriels qui n'appliqueraient pas une réduction de leurs tarifs : «*Ce sont des multinationales qui ont des assortiments pléthoriques donc on pourrait réduire la voilure.*» Reste à voir qui pliera en premier et si les consommateurs verront (vraiment) les baisses de prix de leurs courses sur les tapis de caisses.

La rédaction vous conseille

- **«C'est le nouveau commerce de proximité» : pain, huîtres, pizzas... Bienvenue dans la France des distributeurs automatiques**
- **Carrefour de nouveau à l'offensive à l'international**
- **Alexandre Bompard, PDG de Carrefour : «Les industriels demandent des hausses de tarifs délirantes»**

Sujets

[Carrefour](#)[Pepsico](#)[Grande distribution](#)