

LE CONFLIT ENTRE LECLERC ET COCA-COLA EST DÉSORMAIS PUBLIC

Leclerc / Coca : la routine...

LES FAITS. Plusieurs médias grand public ont évoqué aujourd’hui le conflit qui oppose Leclerc à Coca-Cola et qui se traduit par une pénurie de soda dans quelques hypers.

Rien de nouveau, certes, mais la reprise en boucle du conflit qui oppose Leclerc à Coca-Cola donne à l'information un air apparent de fraîcheur. **Donc, oui, Leclerc et Coca-Cola sont fâchés**

Et bien fâchés ! Voilà en effet bientôt un mois que, faute d'un accord dans les temps impartis à la négociation, Leclerc a décidé de "sacrifier" Coca-Cola, affiché à 1,15 € en rayon (et révélé sur mon blog dès le 16 mars). Un prix 15 à 25 centimes en deçà du marché. Énorme pour une référence star. Et inacceptable pour Coca-Cola soucieux à la fois de son positionnement prix comme de la rentabilité de ses clients. A 1,15 € la bouteille de 1,5 l, nul besoin d'être informé pour comprendre que Leclerc est "à la planche". Et que **chaque fois qu'un concurrent baissera son PVC pour se rapprocher de Leclerc, il perdra en rentabilité.** Comme une enseigne est rarement proactive pour diffuser un produit à la rentabilité jugée insuffisante. Coca-Cola en pâtrira.

Logiquement, les premières ruptures sont vite survenues. Lederc a alors à la fois tenté de les éviter (en s'approvisionnant notamment en Europe de l'Est) et de les justifier en les revendant sur l'air "*Lederc défend votre pouvoir d'achat*". De quoi donner une visibilité nouvelle à un conflit déjà bien installé.

De l'eau dans le gaz entre Leclerc et Coca-Cola

Le distributeur et la multinationale sont en pleine guerre des prix. Résultat : certains Centres Leclerc ne sont plus approvisionnés en soda.

PAR DAPHNÉ DENNET
ETRANGERHODE

• **CHERS CLIENTS.** En raison d'un désaccord avec le fournisseur Coca-Cola, la société de distribution a également augmenté le prix de ses produits en 2018. L'enseigne E. Leclerc n'a pu trouver d'accord avec ce fournisseur et présente bon nombre de magasins pour les ruptures constatées sur ces produits. « Placez-érite en tête de gondole, cette phrase plane allégorique en colère bon nombre de clients de E. Leclerc. « Plus de Coca chez Leclerc, scandale », se lamentent certains Chizier sur Twitter. « Le magasin qui me Leclerc veut tromper avec moi, Leclerc, veut tromper avec moi, Leclerc », se plaint Mister Leclerc.

Comment expliquer que les boutiques des Centres Leclerc les meilleures moins cher ? Sofisticé plusieurs fois, Michel-Édouard Leclerc n'a pas répondu. Quant au distributeur, le groupe bruxellois E. Leclerc & Partners France, il est à peine plus discret. « Nous n'avons pas pu trouver d'accord avec les partenaires sur nos meilleures catégories commerciales, mais nous confirmons cependant que nous n'avons pas trouvé d'accord avec l'enseigne Leclerc. »

C'est la querelle entre le distributeur réputé pour proposer

Coca-Cola et Leclerc n'ont pas trouvé d'accord sur les prix lors des négociations commerciales annuelles.

les prix les plus bas et l'emballage de la meilleure qualité de la plus grande multinationale. Leur bras de fer dure depuis plusieurs mois. Il a débuté dès les négociations commerciales annuelles, entamées de décembre à fin février. Et la situation, qui se déroule d'habitude en extrême, n'a pas débouché sur un accord.

**UNE PÉNURIE
DEPUIS DEUX SEMAINES**
« Cela fait pres de deux semaines que la pénurie de Coca a débuté et elle s'accroît dans les

Centres Leclerc qui sont le moins de stock », confie un professionnel. Pourquoi ?

« Tout honneur parce que la centrale d'achats des établissements E. Leclerc a arrêté de passer les commandes aux magasins de Coca-Cola European Partners qui a dessert plus de 300 magasins de consommation pour l'ensemble des 13 pays d'Europe de l'Ouest.

Selon nos informations, la coopérative, qui compte plus de 1000 magasins, a décidé de changer d'approvisionneuse faute d'obtenir le prix qu'elle souhaitait, elle aurait décidé de s'approvisionner auprès d'un autre fournisseur. Cela a été fait dans un pays de l'Est. Leclerc a-t-il utilisé sa centrale d'achats européenne, Eurelec, située à Bruxelles, pour trouver un fournisseur de Coca à moindre coût ? Impossible de le dire

pour l'instant. Quoi qu'il en soit, Leclerc a donc dans le viseur la Répression des fraudes.

Celle-ci a même débuté dans un contrôle lancé dans son siège social de Bruxelles. Il a été vérifié qu'il n'a rien changé pour faire tourner la loi française en sa faveur. Il a également entrepris d'approvisionner depuis sa base de Bruxelles. Il a également mis en place une nouvelle marge. C'est ce qui explique que certains Centres Leclerc commercialement dépendent des bouteilles rouges aux bouteilles blanches.

Si la situation perdure, elle pourra porter préjudice à Coca-Cola. Cela devrait être le cas pour Eurelec, principal producteur et distributeur de boissons rafraîchissantes sans alcool en France. Le groupe emploie sur cinq sites 2800 personnes, dont 400 à la chaîne de production et de la logistique.

**UNE JOURNÉE DE RENCONTRES
ET D'ÉCHANGES AVEC DES ARTISTES
ET DES PENSEURS DÉCAPANTS.**

Un conflit qui n'a rien d'exceptionnel

Quelques utopistes dussent-ils en souffrir, **il y a une forme de routine dans le conflit Leclerc / Coca. Ou dit autrement, rien de vraiment nouveau.** Dans le cadre général de la négociation d'abord... Qui pouvait imaginer sérieusement que quelques réunions même habilement mises en scènes rue de Varenne (les États Généraux de l'Alimentation pour les mal-comprendants) auraient transformé les "négos" en étreintes lascives Pire... L'attention particulière attendue envers les "petits fournisseurs" a naturellement ré-orienté l'agressivité latente des acheteurs vers les plus gros comptes. Et, là, le géant

d'Atlanta se pose forcément en tête de gondoles des fournisseurs (réellement ou supposément) omnipotents. Une cible parfaite, à défaut d'être légitime.

Rien de bien nouveau non plus dans les postures des protagonistes. La routine ! Pour Coca-Cola, résister à Leclerc pour imposer son tarif c'est légitimer sa politique commerciale vis-à-vis de l'ensemble du marché. **Pour Leclerc, Coca-Cola n'est qu'un énième scalp qu'il faut décrocher pour nourrir le positionnement consumériste de l'enseigne.** Car, d'évidence, Leclerc a intérêt à une large publicité du conflit. Impressionner la ménagère par tant de résistance, quitte à priver ses enfants de leur soda préféré : rien

ne plaît davantage chez Leclerc. Chevalier blanc, rôle d'une vie...

Une fois public – ce qui est donc désormais le cas – le conflit a atteint son objectif et la sortie de crise peut s'enclencher. Ça aussi, c'est... la routine. Car, économiquement, ni Coca-Cola ni Leclerc ne peuvent trouver intérêt à faire durer la situation, surtout à quelques semaines de la Coupe du Monde (un événement "Coca" au même titre que les JO par exemple). Pour Leclerc, se passer officiellement de Coca-Cola pour s'apprivoisionner en parallèle, c'est aussi renoncer au soutien publi-promotionnel qui va avec. Ce qui, pour le coup, serait tout sauf... la routine !

Olivier Dauvers

BIENTÔT DISPONIBLE

STORE CHART France

édition 2018



L'Affiche et le Book

Pratiques, efficaces et structurés,
l'Affiche et le Book
STORE CHART FRANCE
sont **DEUX OUTILS** indispensables
pour tout connaître de
la distribution alimentaire.

Et toujours avoir **les chiffres clés** du
secteur et des enseignes sous la main !

Tarifs HT 2018

Affiche	150 €
Book:	
- "papier" à l'unité	70 €
- numérique (pdf, multidiffusion, spécial force de vente)	790 €
Pack (Affiche + 3 Books "papier")	310 €

Dégressif et autres formules sur demande

DEUX OUTILS COMPLÉMENTAIRES

- > Une AFFICHE grand format (100 x 160 cm) pour visualiser et comprendre toute la distribution alimentaire d'un seul coup d'oeil.
- > Un BOOK format A5 avec tous les compléments chiffrés indispensables pour approfondir ses connaissances. A emporter partout grâce à son format pratique et tout terrain. Existe aussi en version numérique (pdf, multidiffusion), idéale pour votre force de vente.

Commande et demande d'extrait :
florence.taillefer@editionsdauvers.fr

Une publication

éditions
DAUVERS