



POUR ALLER PLUS LOIN

CITIZEN 7

Ces Films de Jeanne

LA FILMERIE

diaphana
DISTRIBUTION



Le film

Audrey, fille d'agriculteurs et cheffe de rayon dans un hypermarché en province, se voit propulsée à la centrale d'achat de son enseigne afin d'y défendre la filière bio et locale. Alors qu'elle fait équipe avec un négociateur aux méthodes redoutables, Audrey va devoir se battre pour faire exister ses convictions au sein d'un système impitoyable.

Un film de
Anthony Déchaux

Produit par
Les Films de
Jeanne et
La Filmerie

Sortie en salle :
18/03/2026
Durée : 1h36
Distribué par Diaphana

Continuer la réflexion autour du film

Comprendre les négociations commerciales

Chaque année, du 1er décembre au 28 février, les négociations commerciales entre fournisseurs et distributeurs déterminent les conditions de vente de milliers de produits alimentaires.

Ces discussions, invisibles du grand public, influencent directement la rémunération des producteurs, le prix en rayon et l'équilibre de toute la filière.

Pourquoi parle-t-on de “guerre des prix” ?

Parce que la concurrence entre enseignes se fait souvent sur le prix affiché au consommateur, ce qui peut entraîner une pression à la baisse tout au long de la chaîne alimentaire. Chaque année, au moment des négociations commerciales, industriels et distributeurs se livrent une guerre de communication et des prix. Les industriels cherchent à vendre leurs produits au prix le plus fort aux distributeurs qui cherchent à les acheter le moins cher possible. Industriels et distributeurs, au milieu de la chaîne alimentaire, ont une influence considérable sur les prix et négocient surtout dans le but de faire des profits. Cela entraîne une pression injuste sur les agriculteurs et les consommateurs qui n'ont pas ce pouvoir sur les prix.

*Sources : Observatoire de la formation des prix et des marges
Foodwatch*

La grande distribution fixe-t-elle les prix ?

Elle ne fixe pas seule les prix, mais elle joue un rôle central dans les négociations commerciales. Les enseignes défendent leur rôle dans la protection du pouvoir d'achat, tandis que producteurs et associations dénoncent parfois une pression excessive sur les prix.

Sources : UFC-Que Choisir, Foodwatch

Le consommateur peut-il vraiment influencer le système ?

Oui, mais son pouvoir reste contraint par le prix, l'offre disponible et l'information. Les associations soulignent que la responsabilité ne peut pas reposer uniquement sur les consommateurs : les politiques publiques et les pratiques commerciales jouent aussi un rôle. Pour les associations de consommateur, c'est d'abord la responsabilité du secteur agroalimentaire (distributeurs et industriels) – qui décident des prix des produits – et des responsables politiques – qui ont les moyens de mettre en place des règles claires et contraignantes – d'influencer le système alimentaire. Le pouvoir d'action des consommatrices et consommateurs est contraint par le prix, l'offre alimentaire disponible et l'information sur les produits.

Il est cependant possible en tant que citoyen et citoyenne, d'avoir un impact : en agissant par la signature de pétition, l'interpellation des industriels et des politiques, en se rapprochant des collectifs de consommateurs, et en se renseignant sur les alternatives existantes.

Sources : UFC-Que Choisir, Foodwatch

Le prix du lait : entre loi et réalité



Le film met en lumière la tension autour du prix du lait, produit emblématique de la filière agricole française.

Depuis 2018, les lois dites “EGAlim” visent à mieux protéger la rémunération des agriculteurs en intégrant les coûts de production dans les négociations commerciales.

Pourtant, dans les faits : les discussions restent tendues, les marges sont compressées, et de nombreux producteurs estiment leur rémunération encore insuffisante.

- **Prix moyen du lait payé au producteur : 45 à 50 centimes / litre**
- **Prix nécessaire pour couvrir les coûts : 50 à 55 centimes / litre**
- **Part de la matière première agricole dans le prix final : souvent moins d'un tiers**

Les lois EGAlim visent à mieux intégrer les coûts de production, mais leur application reste inégale

Sources : Observatoire des prix, FNPL, UFC Que Choisir



ESTIMATION DE LA RÉPARTITION DU PRIX D'UN LITRE DE LAIT CONFORME AUX INDICATEURS DE LA LOI EGALIM, EN DISTINGUANT LES PARTS REVENANT AUX PRODUCTEURS, AUX INDUSTRIELS, AUX DISTRIBUTEURS ET À L'ÉTAT. VISE À ILLUSTRER LES MÉCANISMES ENCADRANT LA FORMATION DU PRIX DANS LA FILIÈRE LAITIÈRE.

Pour que les producteurs vivent DIGNEMENT de leur métier voilà combien il faut ajouter par an



+ 4,95 €/an
pour le lait



+ 3,24 €/an
pour les yaourts



+ 1,45 €/an
pour la crème
Par an et par personne

Calcul portant sur la rémunération du producteur. Ex : 540€ CQLP vs 439€ moyenne filière
* 49 litres (consommation annuelle) = 4.95 € de surcoût pour le lait

SURCOÛT ANNUEL ESTIMÉ PAR PERSONNE, BASÉ SUR LA CONSOMMATION MOYENNE FRANÇAISE. ILLUSTRE L'ÉCART ENTRE LA RÉMUNÉRATION ACTUELLE DES PRODUCTEURS ET UNE RÉMUNÉRATION CONSIDÉRÉE COMME ÉQUITABLE SELON LES INDICATEURS DE LA FILIÈRE (SOURCE CQLP). CE VISUEL VISE À RENDRE PLUS CONCRET L'IMPACT DE QUELQUES CENTIMES PAR PRODUIT SUR LA RÉMUNÉRATION AGRICOLE.

Quelles revendications aujourd'hui ?

Plusieurs organisations interrogent la répartition de la valeur dans la chaîne alimentaire. Quelques exemples.



L'association dénonce les profits excessifs et l'opacité des pratiques de la grande distribution et des industriels et demande des mesures claires et efficaces pour empêcher l'explosion de marges extravagantes sur les produits alimentaires essentiels, sains et durables.

Avec la campagne **“Pouvoir d'achat : 100 produits alimentaires du quotidien, bons pour la santé, à prix coûtant, c'est possible !”** Foodwatch, Familles rurales et le Secours Catholique ont mis sur la table une mesure urgente et concrète pour contribuer à une alimentation saine, durable, choisie et abordable pour toutes et tous : **une liste de 100 produits alimentaires prioritaires, bons pour la santé et vendus à prix coûtant dans les supermarchés, qui y sont obligés légalement.**

[POUR REJOINDRE LEURS ACTIONS](#)



Cette coalition plaide pour une transformation profonde des politiques agricoles et alimentaires afin de garantir **une rémunération juste pour les agriculteurs et agricultrices.**

Le Collectif Nourrir réunit 54 organisations paysannes et citoyennes françaises afin d'œuvrer à la **refonte du système agricole et alimentaire.** Ensemble, ils travaillent à la mise en place de politiques agricoles et alimentaires justes, démocratiques et écologiques, afin d'assurer notre souveraineté alimentaire, garantir le respect du droit à l'alimentation, permettre aux producteurs et productrices de vivre de leur métier, et favoriser les dynamiques du vivant.

Si l'Initiative citoyenne européenne pour le droit à l'alimentation aboutit, elle pourrait permettre de faire de ce droit une réalité concrète en Europe, et donc **garantir à tout le monde un accès digne à une alimentation choisie, saine et durable, produite dans le respect des paysan·nes.**

Pour faire de l'alimentation un droit en Europe, signez l'Initiative citoyenne européenne.

[INITIATIVE CITOYENNE EUROPÉENNE](#)

Au plus près des agriculteur·ices

Les CIVAM (Centres d'initiatives pour valoriser l'agriculture et le milieu rural) sont des **groupes d'agricultrices, d'agriculteurs et d'acteurs du monde rural qui travaillent de manière collective à la transition agro-écologique.**

Les Civam constituent un réseau de près de 130 associations qui œuvrent depuis 60 ans pour des campagnes vivantes. Ils agissent **pour une agriculture plus économe et autonome**, une alimentation relocalisée au cœur des territoires et des politiques agricoles, pour **l'accueil de nouvelles populations et pour la préservation des ressources.**

Produire durable pour permettre à chacun d'avoir accès à une alimentation choisie fait aussi partie de l'ADN des Civam. Une quarantaine de groupes œuvrent aujourd'hui **pour refaire du lien entre les producteurs et les citoyens** : structurer des filières territoriales, accompagner la restauration collective ou encore animer des collectifs de citoyens sur les questions agricoles et alimentaires.



[DÉCOUVRIR LE RÉSEAU](#)

L'association Solidarité Paysans **défend et accompagne les agriculteurs et agricultrices en difficulté dans toute la France.**

Par le réseau de solidarités qu'elle a créé depuis plus de 30 ans, l'association accompagne chaque année **plusieurs milliers de fermes confrontées à des problèmes économiques, juridiques ou sociaux.**

Le **mal être des paysans** est une réalité de plus en plus connue. Il continue toutefois à s'aggraver, avec **près de 18% des agriculteurs vivant sous le seuil de pauvreté et des inégalités de revenus grandissantes.**

Face à cela, Solidarité Paysans défend en premier lieu **l'urgence de politiques publiques qui protègent les fermes et visent au maintien d'un maximum d'agriculteurs.**

Elle défend également des solutions qui encouragent **l'autonomie des fermes, des prix rémunérateurs et la transformation du modèle agricole**, afin de concilier l'exigence d'un revenu digne pour les producteurs et l'ambition d'une alimentation accessible, saine et durable.

Solidarité Paysans est co-auteur en 2025 avec plusieurs associations **de l'étude sur l'Injuste Prix de l'alimentation**

[ETUDE SUR L'INJUSTE PRIX DE L'ALIMENTATION](#)



Pour des supermarchés plus durables ?



GRANDE DISTRIBUTION

Alliée ou frein à une alimentation saine et durable pour tous ?

ÉVALUATION DES ENSEIGNES
EN FRANCE, BENCHMARK EUROPÉEN ET
RECOMMANDATIONS POUR LES ACTEURS

réseau
action
climat france

réseau
action
climat france

La production de notre alimentation est à l'origine de nombreux impacts sur l'environnement et contribue fortement à la crise climatique.

En France, les grandes surfaces comptent pour 78 % des ventes de produits alimentaires consommés à domicile. La qualité de notre alimentation dépend fortement des pratiques des supermarchés, qui ont un rôle clé à jouer dans la transition vers une alimentation plus saine, durable et accessible.

La campagne "Pour des supermarchés durables", portée notamment par le Réseau Action Climat et plusieurs organisations de consommateurs, de santé et d'environnement, appelle les enseignes à favoriser l'accès à une alimentation plus saine et durable. Aujourd'hui, seulement 1 promotion sur 10 concerne des produits bons pour la santé et l'environnement, comme les fruits, légumes ou légumineuses.

L'objectif : rendre ces produits plus accessibles à toutes et tous, tout en soutenant une rémunération juste pour les agriculteurs.

[DÉCOUVRIR LE RAPPORT](#)

Quelques modèles alternatifs

Face aux tensions des négociations, certains modèles cherchent à sécuriser autrement la rémunération des producteurs. Ces modèles ne remplacent pas la grande distribution, mais proposent d'autres formes de répartition de la valeur.

AMAP - MIRAMAP

Les Associations pour le Maintien d'une Agriculture Paysanne reposent sur un engagement direct entre producteur·ices et consommateur·ices, souvent via un paiement à l'avance.

Ce système **réduit les intermédiaires et stabilise les revenus**. Concrètement, chaque adhérent·e reçoit chaque semaine une part de la production, selon les saisons et les récoltes. En contrepartie, le groupe partage les aléas agricoles avec le·la paysan·ne.

C'est un modèle fondé sur la **confiance, la transparence et la solidarité locale**.

[TROUVER UNE AMAP](#)



Financement participatif agricole

Face aux difficultés d'accès au crédit et aux **besoins d'investissement liés à la transition agricole**, certain·es agriculteurs se tournent vers le **financement participatif**. Des plateformes comme Miimosa permettent de mobiliser des citoyen·nes **autour de projets concrets** (installation, conversion, matériel), tout en renforçant le lien direct entre producteurs et consommateurs. Sans remplacer les financements publics, **ce modèle constitue un levier complémentaire pour sécuriser des projets agricoles** et impliquer davantage les citoyens dans le système alimentaire.

Agri-Éthique

Le label Agri-Éthique est un **label français de commerce équitable** créé en 2013 pour **sécuriser la rémunération des agriculteurs sur le territoire national**.

Il repose sur des contrats pluriannuels entre producteurs, transformateurs et distributeurs, **fixant des volumes et des prix permettant de mieux couvrir les coûts de production et de limiter la volatilité des marchés**. Au-delà du prix, la démarche vise aussi à préserver l'emploi local et à encourager des **pratiques agricoles plus responsables**.



Le rôle des consommateur·ices



L'UFC-Que Choisir demande des mesures concrètes pour garantir un revenu décent aux agriculteurs, au moyen d'un rééquilibrage des négociations commerciales. L'association propose notamment de définir des indices de prix interprofessionnels fiables reflétant l'ensemble des coûts de production ; de renforcer les contrats entre distributeurs et fournisseurs ; de rendre publiques les marges et conditions de négociation, et d'appliquer des sanctions en cas de non-respect de la loi.

L'UFC-Que Choisir considère également que la défense du revenu agricole doit aller de pair avec celle des consommateurs. Elle plaide pour une transparence totale sur la formation des prix et les marges réalisées par les industriels et la grande distribution, ainsi que pour l'abandon du relèvement du seuil de revente à perte. Enfin, elle encourage les consommateurs à privilégier les circuits courts par rapport aux supermarchés, notamment via une carte interactive mise à leur disposition.

[CARTE INTERACTIVE](#)

15 mars - Journée mondiale des droits des consommateurs

Le 15 mars est la Journée mondiale des droits des consommateurs.

Elle marque le lancement, par l'UFC-Que Choisir, de l'opération « Printemps des consommateurs », une opération qui promeut :

- Les droits des consommateurs.
- La consommation responsable, respectueuse des enjeux sanitaires, sociétaux et environnementaux.
- La qualité des produits et la transparence des prix.

Organiser une projection-débat autour de cette date et de cette opération peut être l'occasion d'aborder les enjeux soulevés par le film sous l'angle du dialogue entre producteurs, distributeurs et consommateurs.

TIPS : CLIQUEZ SUR
LES LOGOS DES
ASSOCIATIONS POUR
ACCÉDER À LEURS
SITES WEB

Ressources utiles & associations

POUR ALLER PLUS LOIN

réseau
action
climat france

foodwatch 

 Mouvement
Inter-Régional
des AMAP

Collectif
NOURRIR 
Nous produisons, nous mangeons, nous décidons


SYNABIO


RÉSEAU
CIVAM
CAMPAGNES
VIVANTES

Agri
éthique
France
COMMERCE
ÉQUITABLE

UFCV
QUE
CHOISIR


Solidarité
PAYSANS


FAIRTRADE
MAX HAVELAAR

en
VÉRITÉ 



FONDATION
POUR LA NATURE
ET L'HOMME

Contacts

Julie Manoukian

julie@citizen7.fr | +33 6 08 18 43 90

Maëlys Léonard

impact@citizen7.fr

www.citizen7.fr

CITIZEN 7