vinetur

Le président de la CFTC ordonne un examen de la prime du Midwest dans le prix de l’aluminium

L’examen pourrait modifier le coût des canettes, les contrats d’approvisionnement et les stratégies de couverture des fabricants de boissons

lundi 16 novembre 2026



Beer Business Daily a rapporté lundi 16 novembre que Michael Selig, président de la Commodity Futures Trading Commission (CFTC), avait ordonné un examen des mécanismes de fixation du prix de l’aluminium, notamment de la prime du Midwest, et

demandé que soient étudiées des pistes de réforme.

Cette décision porte sur un sujet que les brasseurs et les autres grands consommateurs d'aluminium soulèvent depuis des années. La prime du Midwest est un supplément couramment ajouté aux prix de référence de l'aluminium pour tenir compte du coût de livraison du métal en Amérique du Nord. Dans les faits, elle est devenue une composante importante du prix payé pour l'aluminium utilisé dans de nombreux contrats d'approvisionnement physique, notamment pour le métal qui sert à fabriquer des canettes de boissons.

Pour les entreprises brassicoles, l'enjeu dépasse largement la structure des marchés de matières premières. L'aluminium représente un poste majeur des coûts d'emballage, en particulier pour les brasseurs qui utilisent beaucoup de canettes. Une modification du calcul ou de l'utilisation de cette prime pourrait, à terme, influer sur le coût des canettes, les contrats d'achat et les stratégies de couverture dans l'ensemble du secteur des boissons, notamment pour la bière, les cocktails en canette et d'autres boissons conditionnées dans des emballages en aluminium.

Selon Beer Business Daily, Selig a évoqué la question lors de la réunion annuelle du Beer Institute. La publication a présenté cette évolution comme un tournant important dans un débat qui dure depuis des décennies et qui a peu progressé pour les brasseurs et les autres acheteurs industriels. Beer Business Daily a également rapporté que Mary Jane Saunders, conseillère juridique de longue date du Beer Institute, avait qualifié cette évolution de « grande avancée pour nous » après les propos de Selig.

Le Beer Institute soutient depuis longtemps que cette prime augmente les coûts des brasseurs sans toujours être liée aux fondamentaux économiques de la production ou de la consommation d'aluminium. Les critiques du système de fixation des prix estiment que la prime peut être influencée par des facteurs tels que l'entreposage, la logistique, les conditions de financement et la structure du marché, et pas seulement par l'offre et la demande actuelles de métal. Ces critiques préoccupent les brasseurs, car les coûts d'emballage peuvent rapidement augmenter lorsque le prix de l'aluminium grimpe, et les grands producteurs achètent souvent leurs canettes et couvrent leur exposition plusieurs mois à l'avance.

Le rôle de la CFTC est important, car l'agence supervise les marchés américains de produits dérivés, où le risque lié à l'aluminium est souvent géré au moyen de contrats à terme et d'instruments connexes. Un examen mené par la commission pourrait attirer l'attention sur la formation des prix de référence, leur utilisation dans les contrats par les acteurs du marché et la possibilité que certains éléments du système de fixation des prix créent des distorsions pour les entreprises qui utilisent l'aluminium dans l'économie réelle. L'article de Beer Business Daily ne précisait ni le calendrier de l'examen ni la forme que pourraient prendre d'éventuelles propositions de réforme.

Cette incertitude compte pour les entreprises de boissons, car même une modification technique limitée pourrait avoir des effets étendus. Les brasseurs et les autres producteurs de boissons n'achètent pas leurs canettes uniquement au comptant. Beaucoup travaillent dans le cadre de contrats d'approvisionnement à long terme, avec des fabricants de canettes et des programmes de couverture liés d'une manière ou d'une autre aux indices de référence reconnus pour l'aluminium. Si la prime du Midwest évolue, les effets pourraient ne pas être immédiats ni uniformes, mais cette évolution pourrait influer sur la manière dont les fournisseurs fixent le prix des canettes et dont les entreprises de boissons gèrent leur exposition aux fluctuations du coût du métal.

La question a déjà retenu l'attention à Washington, notamment lorsque des restrictions commerciales, des ruptures d'approvisionnement ou des tensions logistiques ont fait grimper le coût de l'aluminium aux États-Unis au-dessus des indices de référence mondiaux. Pour les fabricants, ces hausses peuvent être difficiles à absorber, en particulier dans les secteurs à forts volumes et à faibles marges. Dans la bière, où l'emballage représente une part importante du coût unitaire, même de modestes variations du prix de l'aluminium peuvent compter lorsqu'elles sont multipliées par des millions de canettes.

Les propos de Selig laissent penser que la question est désormais examinée plus directement au plus haut niveau de la CFTC que par le passé. On ignore encore si cela débouchera sur une procédure formelle d'élaboration de règles, une étude de marché ou des recommandations visant à modifier les pratiques de fixation des prix. Pour les entreprises brassicoles, les fabricants de canettes et les autres producteurs de boissons, cet examen ouvre la possibilité qu'un coût intégré au marché de l'aluminium

et contesté depuis longtemps fasse l’objet d’un contrôle réglementaire plus approfondi.