

Grande Distribution, Règlementation et Offre Alimentaire

Claire Chambolle

20/07/2017



Introduction

- ▶ La grande distribution représente 65.5% des achats de produits alimentaires en 2015 (INSEE).

Introduction

- ▶ La grande distribution représente 65.5% des achats de produits alimentaires en 2015 (INSEE).

Trois questions essentielles autour de la grande distribution.

Introduction

- ▶ La grande distribution représente 65.5% des achats de produits alimentaires en 2015 (INSEE).

Trois questions essentielles autour de la grande distribution.

1. Les conditions d'une concurrence suffisante entre distributeurs sont-elles réunies?

Introduction

- ▶ La grande distribution représente 65.5% des achats de produits alimentaires en 2015 (INSEE).

Trois questions essentielles autour de la grande distribution.

1. Les conditions d'une concurrence suffisante entre distributeurs sont-elles réunies?
2. Le rapport de force entre la grande distribution et ses fournisseurs est-il équilibré?

Introduction

- ▶ La grande distribution représente 65.5% des achats de produits alimentaires en 2015 (INSEE).

Trois questions essentielles autour de la grande distribution.

1. Les conditions d'une concurrence suffisante entre distributeurs sont-elles réunies?
2. Le rapport de force entre la grande distribution et ses fournisseurs est-il équilibré?
3. Quel impact des évolutions récentes de la réglementation encadrant les relations commerciales?

Concurrence entre distributeurs

1. Concentration nationale ou locale ?
2. Comment agir sur la structure du commerce?

Concentration nationale ou locale?

- ▶ Au niveau national: 9 grands groupes de distribution.
Somme des parts de marchés des cinq premiers acteurs (CR5)=79,3% \Rightarrow Fort mais dans la moyenne au niveau européen.

Concentration nationale ou locale?

- ▶ Au niveau national: 9 grands groupes de distribution.
Somme des parts de marchés des cinq premiers acteurs (CR5)=79,3% \Rightarrow Fort mais dans la moyenne au niveau européen.
- ▶ Au niveau local, concentration beaucoup plus forte–
Paris: CR2=80%. *IHH* > 3000 en moyenne au niveau local.

Concentration nationale ou locale?

- ▶ Au niveau national: 9 grands groupes de distribution.
Somme des parts de marchés des cinq premiers acteurs (CR5)=79,3% \Rightarrow Fort mais dans la moyenne au niveau européen.
- ▶ Au niveau local, concentration beaucoup plus forte–
Paris: CR2=80%. *IHH* > 3000 en moyenne au niveau local.
- ▶ La concurrence s'exerce au niveau de la zone de chalandise.

Concentration nationale ou locale?

- ▶ Au niveau national: 9 grands groupes de distribution.
Somme des parts de marchés des cinq premiers acteurs (CR5)=79,3% \Rightarrow Fort mais dans la moyenne au niveau européen.
- ▶ Au niveau local, concentration beaucoup plus forte–
Paris: CR2=80%. *IHH* > 3000 en moyenne au niveau local.
- ▶ La concurrence s'exerce au niveau de la zone de chalandise.

Les études économiques mettent en évidence :

- La concentration accroît le niveau des prix. (Etudes portant sur les fusions et les changements de règles d'urbanisme commercial)

Concentration nationale ou locale?

- ▶ Au niveau national: 9 grands groupes de distribution.
Somme des parts de marchés des cinq premiers acteurs (CR5)=79,3% \Rightarrow Fort mais dans la moyenne au niveau européen.
- ▶ Au niveau local, concentration beaucoup plus forte–
Paris: CR2=80%. *IHH* > 3000 en moyenne au niveau local.
- ▶ La concurrence s'exerce au niveau de la zone de chalandise.

Les études économiques mettent en évidence :

- La concentration accroît le niveau des prix. (Etudes portant sur les fusions et les changements de règles d'urbanisme commercial)
- Structures locales trop concentrées pour garantir une concurrence suffisante.

Comment agir sur la structure du commerce?

Déconcentrer des zones trop concentrées?

Comment agir sur la structure du commerce?

Déconcentrer des zones trop concentrées?

- ▶ Injonctions structurelles: voie explorée dans le projet de loi croissance et activité en janvier 2015 mais non suivie. Incompatible avec le droit européen.

Comment agir sur la structure du commerce?

Déconcentrer des zones trop concentrées?

- ▶ Injonctions structurelles: voie explorée dans le projet de loi croissance et activité en janvier 2015 mais non suivie. Incompatible avec le droit européen.
- ▶ Contrats d'affiliation entre les magasins indépendants et les grandes enseignes de distribution (loi Macron)

Comment agir sur la structure du commerce?

Déconcentrer des zones trop concentrées?

- ▶ Injonctions structurelles: voie explorée dans le projet de loi croissance et activité en janvier 2015 mais non suivie. Incompatible avec le droit européen.
- ▶ Contrats d'affiliation entre les magasins indépendants et les grandes enseignes de distribution (loi Macron)

Favoriser l'entrée pour intensifier la concurrence locale?

Comment agir sur la structure du commerce?

Déconcentrer des zones trop concentrées?

- ▶ Injonctions structurelles: voie explorée dans le projet de loi croissance et activité en janvier 2015 mais non suivie. Incompatible avec le droit européen.
- ▶ Contrats d'affiliation entre les magasins indépendants et les grandes enseignes de distribution (loi Macron)

Favoriser l'entrée pour intensifier la concurrence locale?

- ▶ Les règles d'urbanisme commercial: barrières à l'entrée
 - Effets négatifs des loi Royer et Raffarin sur les prix et l'emploi.
 - Nouveau relèvement des seuils?

Comment agir sur la structure du commerce?

Déconcentrer des zones trop concentrées?

- ▶ Injonctions structurelles: voie explorée dans le projet de loi croissance et activité en janvier 2015 mais non suivie. Incompatible avec le droit européen.
- ▶ Contrats d'affiliation entre les magasins indépendants et les grandes enseignes de distribution (loi Macron)

Favoriser l'entrée pour intensifier la concurrence locale?

- ▶ Les règles d'urbanisme commercial: barrières à l'entrée
 - Effets négatifs des loi Royer et Raffarin sur les prix et l'emploi.
 - Nouveau relèvement des seuils?
- ▶ Droit de la concurrence: entrées modulables en fonction de l'identité de l'entrant?

Comment agir sur la structure du commerce?

Déconcentrer des zones trop concentrées?

- ▶ Injonctions structurelles: voie explorée dans le projet de loi croissance et activité en janvier 2015 mais non suivie. Incompatible avec le droit européen.
- ▶ Contrats d'affiliation entre les magasins indépendants et les grandes enseignes de distribution (loi Macron)

Favoriser l'entrée pour intensifier la concurrence locale?

- ▶ Les règles d'urbanisme commercial: barrières à l'entrée
 - Effets négatifs des loi Royer et Raffarin sur les prix et l'emploi.
 - Nouveau relèvement des seuils?
- ▶ Droit de la concurrence: entrées modulables en fonction de l'identité de l'entrant?
- ▶ L'entrée de nouveaux acteurs: Costco, Amazon

Rapport de force entre la grande distribution et ses fournisseurs

1. Des rapports de forces hétérogènes
2. Les centrales d'achat
3. Quelles protections contre la puissance d'achat?

Des rapports de forces hétérogènes

En amont, le secteur des industries agro-alimentaires est composé de plus de 17 500 entreprises et à 98% de PME;

Des rapports de forces hétérogènes

En amont, le secteur des industries agro-alimentaires est composé de plus de 17 500 entreprises et à 98% de PME;

- ▶ Quelques grands groupes industriels (Danone, Lactalis, Bonduelle,...) représentent à eux seuls plus de 40% de la valeur ajoutée de l'industrie alimentaire.
 - ▶ Grandes marques à forte notoriété ⇒ Rapports de force "équilibré";

Des rapports de forces hétérogènes

En amont, le secteur des industries agro-alimentaires est composé de plus de 17 500 entreprises et à 98% de PME;

- ▶ Quelques grands groupes industriels (Danone, Lactalis, Bonduelle,...) représentent à eux seuls plus de 40% de la valeur ajoutée de l'industrie alimentaire.
 - ▶ Grandes marques à forte notoriété \Rightarrow Rapports de force "équilibré";
- ▶ Nombreuses PME sans marque forte \Rightarrow Rapport de force très favorable à la grande distribution.
 - ▶ Stratégies de différenciation et de valorisation (Etude sur le lait Bio)
 - ▶ Organisation sous forme de coopératives (Tereos, Terrena, Sodial...)

Des rapports de forces hétérogènes

En amont, le secteur des industries agro-alimentaires est composé de plus de 17 500 entreprises et à 98% de PME;

- ▶ Quelques grands groupes industriels (Danone, Lactalis, Bonduelle,...) représentent à eux seuls plus de 40% de la valeur ajoutée de l'industrie alimentaire.
 - ▶ Grandes marques à forte notoriété \Rightarrow Rapports de force "équilibré";
- ▶ Nombreuses PME sans marque forte \Rightarrow Rapport de force très favorable à la grande distribution.
 - ▶ Stratégies de différenciation et de valorisation (Etude sur le lait Bio)
 - ▶ Organisation sous forme de coopératives (Tereos, Terrena, Sodial...)
- ▶ Négociations annuelles avec les centrales d'achat

Les centrales d'achat

- ▶ Nouvelles alliances à l'achat en 2014 Auchan-Système U, Casino-Intermarché et Carrefour-Cora

Les centrales d'achat

- ▶ Nouvelles alliances à l'achat en 2014 Auchan-Système U, Casino-Intermarché et Carrefour-Cora
- ▶ Concentration à l'achat très forte: les négociations de la grande distribution se font essentiellement au niveau national: CR4=92.5%.

Les centrales d'achat

- ▶ Nouvelles alliances à l'achat en 2014 Auchan-Système U, Casino-Intermarché et Carrefour-Cora
- ▶ Concentration à l'achat très forte: les négociations de la grande distribution se font essentiellement au niveau national: CR4=92.5%.
- ▶ L'analyse économique- Avis de l'autorité de la concurrence
 - ▶ POUR: Alliances à l'achat \Rightarrow \nearrow puissance d'achat \Rightarrow \searrow le coût d'approvisionnement, Concurrence entre distributeurs \Rightarrow \searrow prix!

Les centrales d'achat

- ▶ Nouvelles alliances à l'achat en 2014 Auchan-Système U, Casino-Intermarché et Carrefour-Cora
- ▶ Concentration à l'achat très forte: les négociations de la grande distribution se font essentiellement au niveau national: CR4=92.5%.
- ▶ L'analyse économique- Avis de l'autorité de la concurrence
 - ▶ POUR: Alliances à l'achat \Rightarrow \nearrow puissance d'achat \Rightarrow \searrow le coût d'approvisionnement, Concurrence entre distributeurs \Rightarrow \searrow prix!
 - ▶ CONTRE: \nearrow des fournisseurs en situation de dépendance économique, \searrow variété des produits offerts et des innovations, \nearrow collusion entre distributeurs, effet "waterbed".

Les centrales d'achat

- ▶ Nouvelles alliances à l'achat en 2014 Auchan-Système U, Casino-Intermarché et Carrefour-Cora
- ▶ Concentration à l'achat très forte: les négociations de la grande distribution se font essentiellement au niveau national: CR4=92.5%.
- ▶ L'analyse économique- Avis de l'autorité de la concurrence
 - ▶ POUR: Alliances à l'achat \Rightarrow \nearrow puissance d'achat \Rightarrow \searrow le coût d'approvisionnement, Concurrence entre distributeurs \Rightarrow \searrow prix!
 - ▶ CONTRE: \nearrow des fournisseurs en situation de dépendance économique, \searrow variété des produits offerts et des innovations, \nearrow collusion entre distributeurs, effet "waterbed".

Attention

- Marges arrière: \searrow coût \nRightarrow \searrow prix!
- Concurrence locale doit être suffisante.
- Le fournisseur ne peut faire jouer la concurrence entre les membres d'une centrale

Quelles protections contre la puissance d'achat?

- ▶ Obligation (L.462-10) "*de communiquer tout accord entre des entreprises[...] visant à négocier de manière groupée l'achat ou le référencement de produits*" (2015).
- ▶ Les alliances à l'achat font l'objet d'un avis de l'autorité de la concurrence mais pas d'un contrôle en tant que tel.

Quelles protections contre la puissance d'achat?

- ▶ Obligation (L.462-10) "*de communiquer tout accord entre des entreprises[...] visant à négocier de manière groupée l'achat ou le référencement de produits*" (2015).
- ▶ Les alliances à l'achat font l'objet d'un avis de l'autorité de la concurrence mais pas d'un contrôle en tant que tel.
- ▶ Réfléchir à mettre en place des dispositifs de contrôle effectifs de ces alliances à l'achat. Rapprochements plus dangereux qu'il n'y paraît:
 - ▶ Pas forcément bénéfiques pour les consommateurs.
 - ▶ Renforcent la puissance d'achat des distributeurs.

Quelles protections contre la puissance d'achat?

- ▶ Obligation (L.462-10) "*de communiquer tout accord entre des entreprises[...] visant à négocier de manière groupée l'achat ou le référencement de produits*" (2015).
- ▶ Les alliances à l'achat font l'objet d'un avis de l'autorité de la concurrence mais pas d'un contrôle en tant que tel.
- ▶ Réfléchir à mettre en place des dispositifs de contrôle effectifs de ces alliances à l'achat. Rapprochements plus dangereux qu'il n'y paraît:
 - ▶ Pas forcément bénéfiques pour les consommateurs.
 - ▶ Renforcent la puissance d'achat des distributeurs.
- ▶ La notion de dépendance économique ne protège pas bien les petits fournisseurs.

Quelles protections contre la puissance d'achat?

- ▶ Obligation (L.462-10) "*de communiquer tout accord entre des entreprises[...] visant à négocier de manière groupée l'achat ou le référencement de produits*" (2015).
- ▶ Les alliances à l'achat font l'objet d'un avis de l'autorité de la concurrence mais pas d'un contrôle en tant que tel.
- ▶ Réfléchir à mettre en place des dispositifs de contrôle effectifs de ces alliances à l'achat. Rapprochements plus dangereux qu'il n'y paraît:
 - ▶ Pas forcément bénéfiques pour les consommateurs.
 - ▶ Renforcent la puissance d'achat des distributeurs.
- ▶ La notion de dépendance économique ne protège pas bien les petits fournisseurs.
- ▶ Exclure les PME (producteurs de MDD et de produits frais) du périmètre des négociations.

L'évolution de la réglementation des comportements

1. La loi Galland et ses dérivés
2. La superposition des réformes
3. Les réformes ont rétabli une concurrence effective entre distributeurs.

La loi Galland et ses dérivés

- ▶ Loi Galland (juillet 1996) dont l'objectif est de "Rétablir la loyauté et l'équilibre des relations commerciales " précise l'interdiction de revendre à perte en définissant le seuil (SRP) au prix d'achat effectif

La loi Galland et ses dérivés

- ▶ Loi Galland (juillet 1996) dont l'objectif est de "Rétablir la loyauté et l'équilibre des relations commerciales " précise l'interdiction de revendre à perte en définissant le seuil (SRP) au prix d'achat effectif
- ▶ Conditions générales de vente (CGV) publiques et non discriminatoires, degré de différenciation autorisé mais pas utilisé.

La loi Galland et ses dérivés

- ▶ Loi Galland (juillet 1996) dont l'objectif est de "Rétablir la loyauté et l'équilibre des relations commerciales " précise l'interdiction de revendre à perte en définissant le seuil (SRP) au prix d'achat effectif
- ▶ Conditions générales de vente (CGV) publiques et non discriminatoires, degré de différenciation autorisé mais pas utilisé.

CGV non discriminatoires + SRP de la loi Galland

=

Autorisation légale pour les fournisseurs à fixer un **prix de revente plancher uniforme** aux distributeurs.

La loi Galland et ses dérivés

- ▶ Les producteurs fixent un SRP très élevé \Rightarrow tous les distributeurs butent sur la contrainte du SRP \Rightarrow Fin de la concurrence entre distributeurs.

La loi Galland et ses dérivés

- ▶ Les producteurs fixent un SRP très élevé \Rightarrow tous les distributeurs butent sur la contrainte du SRP \Rightarrow Fin de la concurrence entre distributeurs.
 - ▶ La corrélation prix concentration locale disparaît (Biscourp et al.)

La loi Galland et ses dérivés

- ▶ Les producteurs fixent un SRP très élevé \Rightarrow tous les distributeurs butent sur la contrainte du SRP \Rightarrow Fin de la concurrence entre distributeurs.
 - ▶ La corrélation prix concentration locale disparaît (Biscourp et al.)
- ▶ Les distributeurs négocient en échange des marges arrière de plus en plus fortes.
 - \rightarrow Marges arrière = jusqu'à 60% pour certains produits (ILEC)

La loi Galland et ses dérivés

- ▶ Les producteurs fixent un SRP très élevé \Rightarrow tous les distributeurs butent sur la contrainte du SRP \Rightarrow Fin de la concurrence entre distributeurs.
 - ▶ La corrélation prix concentration locale disparaît (Biscourp et al.)
- ▶ Les distributeurs négocient en échange des marges arrière de plus en plus fortes.
 - \rightarrow Marges arrière = jusqu'à 60% pour certains produits (ILEC)
 - ▶ La grande distribution et ses fournisseurs sont en mesure de se partager des profits élevés.

La superposition des réformes

Les réformes du SRP

- ▶ Loi Dutreil II (2005) Réintégration de la part des marges arrière > 15% du prix d'achat facturé dans le SRP
- ▶ Loi Chatel (2008) : SRP = Triple net

La superposition des réformes

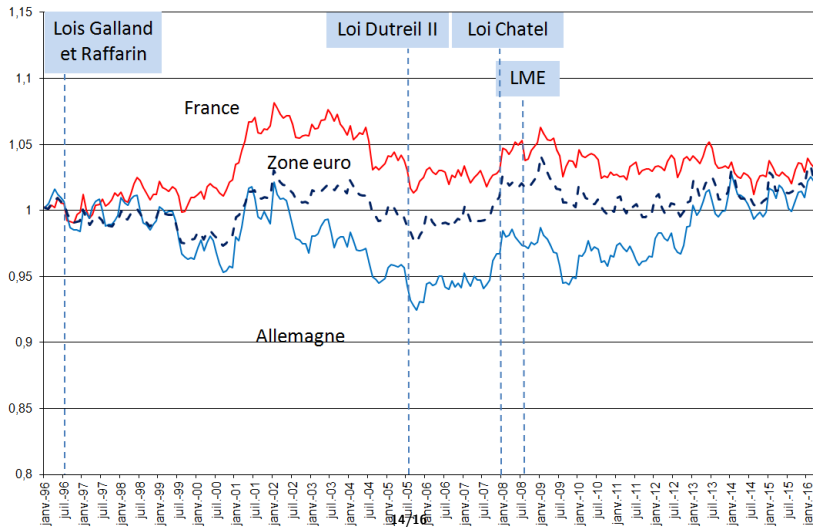
Les réformes du SRP

- ▶ Loi Dutreil II (2005) Réintégration de la part des marges arrière > 15% du prix d'achat facturé dans le SRP
- ▶ Loi Chatel (2008) : SRP = Triple net

La négociabilité des CGV

- ▶ Circulaire Dutreil (2003) : Différenciation tarifaire dans les conditions particulières de vente
- ▶ Rendre licite un plus grand degré de différenciation tarifaire => Loi de Modernisation Economique (2008)

Evolution des prix relatifs des biens alimentaires comparée dans la zone euro



Les réformes ont rétabli une concurrence effective entre distributeurs

- ▶ Biscourp (2014) montre que la corrélation entre la concentration locale et les prix a réapparu suite aux réformes.

Les réformes ont rétabli une concurrence effective entre distributeurs

- ▶ Biscourp (2014) montre que la corrélation entre la concentration locale et les prix a réapparu suite aux réformes.
- ▶ Rapport Allain-Chambolle-Turolla sur la LME en décembre 2016 montre
 - ▶ Un effet moyen à la baisse de 2.33% des prix des MN alimentaires à la suite de la LME.
 - ▶ 80% des catégories de produits alimentaires comprenant des MN et des MDD ont vu baisser leur prix à la suite de la LME.

Les réformes ont rétabli une concurrence effective entre distributeurs

- ▶ Biscourp (2014) montre que la corrélation entre la concentration locale et les prix a réapparu suite aux réformes.
- ▶ Rapport Allain-Chambolle-Turolla sur la LME en décembre 2016 montre
 - ▶ Un effet moyen à la baisse de 2.33% des prix des MN alimentaires à la suite de la LME.
 - ▶ 80% des catégories de produits alimentaires comprenant des MN et des MDD ont vu baisser leur prix à la suite de la LME.
- ▶ Pas d'analyse précise de l'impact de ces mesures sur le rapport de force entre la grande distribution et ses fournisseurs.

Conclusion

1. Favoriser l'entrée et mener une réflexion sur l'identité de l'entrant pour garantir l'exercice d'une concurrence locale.

Conclusion

1. Favoriser l'entrée et mener une réflexion sur l'identité de l'entrant pour garantir l'exercice d'une concurrence locale.
2. Contrôle effectif de la constitution de centrales d'achats pour protéger les fournisseurs les plus défavorisés dans le rapport de force.

Conclusion

1. Favoriser l'entrée et mener une réflexion sur l'identité de l'entrant pour garantir l'exercice d'une concurrence locale.
2. Contrôle effectif de la constitution de centrales d'achats pour protéger les fournisseurs les plus défavorisés dans le rapport de force.
3. Réformes législatives: Objectif atteint pour les consommateurs en termes de pouvoir d'achat!

Conclusion

1. Favoriser l'entrée et mener une réflexion sur l'identité de l'entrant pour garantir l'exercice d'une concurrence locale.
2. Contrôle effectif de la constitution de centrales d'achats pour protéger les fournisseurs les plus défavorisés dans le rapport de force.
3. Réformes législatives: Objectif atteint pour les consommateurs en termes de pouvoir d'achat!
 - ▶ Quel bilan pour le partage de la valeur au sein de la relation Agriculteurs/IAA/ grande distribution? Climat plus difficile pour les plus défavorisés.
 - ▶ Risque d'éviction.
 - ▶ Découragement de l'investissement et de l'innovation.