

Grande Distribution et Offre alimentaire

Claire Chambolle

Présentation le 20/07/2017

Introduction

- ▶ La grande distribution représente près de 70% des ventes de produits alimentaire.

Introduction

- ▶ La grande distribution représente près de 70% des ventes de produits alimentaire.

Trois questions essentielles autour de la grande distribution.

Introduction

- ▶ La grande distribution représente près de 70% des ventes de produits alimentaire.

Trois questions essentielles autour de la grande distribution.

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

Introduction

- ▶ La grande distribution représente près de 70% des ventes de produits alimentaire.

Trois questions essentielles autour de la grande distribution.

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

Introduction

- ▶ La grande distribution représente près de 70% des ventes de produits alimentaire.

Trois questions essentielles autour de la grande distribution.

1. Les conditions d'une concurrence effective entre distributeurs sont-elles réunies?
2. Le rapport de force de la grande distribution vis-à-vis de ses fournisseurs est-il équilibré?
3. Quel est l'impact de l'évolution des réglementations des relations commerciales?

Concurrence entre distributeurs

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

Concentration nationale ou locale?

- ▶ Au niveau national: 9 distributeurs, Somme des parts de marchés des cinq premiers acteurs (CR5)=78,9% \Rightarrow Fort mais dans la moyenne au niveau européen.

Concentration nationale ou locale?

- ▶ Au niveau national: 9 distributeurs, Somme des parts de marchés des cinq premiers acteurs (CR5)=78,9% \Rightarrow Fort mais dans la moyenne au niveau européen.
- ▶ Au niveau local, concentration beaucoup plus forte-
Paris: CR2=80%.

Concentration nationale ou locale?

- ▶ Au niveau national: 9 distributeurs, Somme des parts de marchés des cinq premiers acteurs (CR5)=78,9% \Rightarrow Fort mais dans la moyenne au niveau européen.
- ▶ Au niveau local, concentration beaucoup plus forte–
Paris: CR2=80%.
- ▶ La concurrence s'exerce au niveau de la zone de chalandise.

Concentration nationale ou locale?

- ▶ Au niveau national: 9 distributeurs, Somme des parts de marchés des cinq premiers acteurs (CR5)=78,9% \Rightarrow Fort mais dans la moyenne au niveau européen.
- ▶ Au niveau local, concentration beaucoup plus forte– Paris: CR2=80%.
- ▶ 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 commerciale)

Concentration nationale ou locale?

- ▶ Au niveau national: 9 distributeurs, Somme des parts de marchés des cinq premiers acteurs (CR5)=78,9% \Rightarrow Fort mais dans la moyenne au niveau européen.
- ▶ Au niveau local, concentration beaucoup plus forte– Paris: CR2=80%.
- ▶ 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 commerciale)
- Structures locales insuffisamment concurrentielles pour garantir une concurrence effective sur le long terme.

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? (Test de concurrence-UK)

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? (Test de concurrence-UK)
- ▶ 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-alimentaire est composé de 16 000 entreprises et à 98% de PME;

Des rapports de forces hétérogènes

En amont, le secteur des industries agro-alimentaire est composé de 16 000 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;

Des rapports de forces hétérogènes

En amont, le secteur des industries agro-alimentaire est composé de 16 000 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 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-alimentaire est composé de 16 000 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 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
 - ▶ Convention unique

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

- ▶ 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%.

- ▶ 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!

- ▶ 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".

- ▶ 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 discriminer entre les membres d'une centrales.

- ▶ 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.
- ▶ La notion de dépendance économique ne protège pas bien les petits fournisseurs.

- ▶ 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.
- ▶ La notion de dépendance économique ne protège pas bien les petits fournisseurs.
- ▶ Réfléchir à mettre en place des dispositifs de contrôle effectifs de ces alliances à l'achat. Rapprochements plus dangereux qu'il n'y paraît.

L'évolution de la réglementation des relations commerciales

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.
- ▶ Les distributeurs acceptent en échange de marges arrières de plus en plus forte.
 - \rightarrow Marges arrière moyennes exprimées en % du prix d'achat effectif de 21.9% en 1998 à 33.5% en 2004.
 - \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.
- ▶ Les distributeurs acceptent en échange de marges arrières de plus en plus forte.
 - \rightarrow Marges arrière moyennes exprimées en % du prix d'achat effectif de 21.9% en 1998 à 33.5% en 2004.
 - \rightarrow Marges arrière= jusqu'à 60% pour certains produits (ILEC)
- ▶ 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.
- ▶ Les distributeurs acceptent en échange de marges arrières de plus en plus forte.
 - \rightarrow Marges arrière moyennes exprimées en % du prix d'achat effectif de 21.9% en 1998 à 33.5% en 2004.
 - \rightarrow Marges arrière= jusqu'à 60% pour certains produits (ILEC)
- ▶ La corrélation prix concentration locale disparaît (Biscourp et al.)
- ▶ La 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

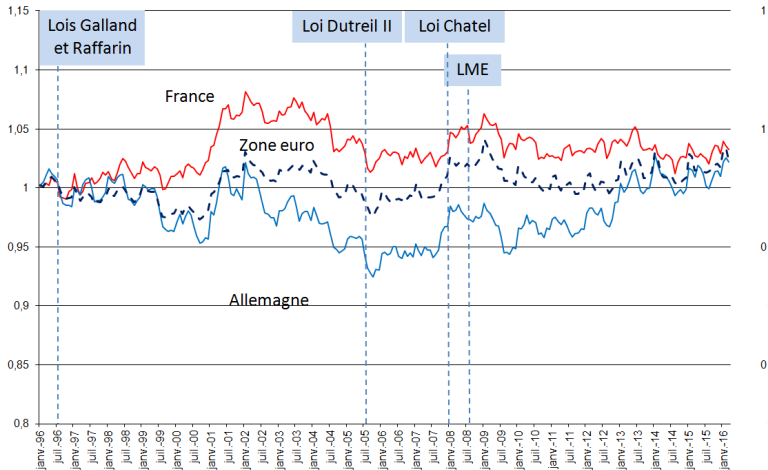
Les réformes du SRP

- ▶ 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)

IPA / IPC comparée dans la zone euro



Les réformes ont rétabli une concurrence effective entre distributeurs

- ▶ Biscourp (2014) montre que la corrélation HHI-Prix a réapparu suite aux réformes.

Les réformes ont rétabli une concurrence effective entre distributeurs

- ▶ Biscourp (2014) montre que la corrélation HHI-Prix a réapparu suite aux réformes.
- ▶ Rapport sur la LME en décembre 2016 montre un effet moyen à la baisse entre 2 et 2.5% des prix des produits alimentaires à la suite de le LME. (80% des catégories de produits alimentaires 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 HHI-Prix a réapparu suite aux réformes.
- ▶ Rapport sur la LME en décembre 2016 montre un effet moyen à la baisse entre 2 et 2.5% des prix des produits alimentaires à la suite de le LME. (80% des catégories de produits alimentaires 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 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 de l'encadrement des relations commerciales: Objectif atteint pour les consommateurs!

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 de l'encadrement des relations commerciales: Objectif atteint pour les consommateurs!
 - ▶ Quel bilan pour le partage de la valeur au sein de la relation IAA/ grande distribution? Climat plus difficile pour les plus défavorisés
 - ▶ risque d'éviction
 - ▶ découragement de l'innovation