

LES RELATIONS INDUSTRIE-COMMERCE EN FRANCE : ÉVALUATION DES CONSÉQUENCES DE L'APPLICATION DE LA LOI CHATEL⁽¹⁾

EN QUÊTE DE THÉORIES

Les multiples lois qui ont réglementé, en France, les relations entre le commerce et l'industrie paraissent avoir abouti à un partage de la rente économique entre les industriels et les distributeurs, au détriment du pouvoir d'achat des consommateurs.

Par **Olivier MEVEL**, Maître de conférences, Université de Brest / Laboratoire ICI - IUT de Brest
et **Yvan LERAY**, Maître de conférences Université de Brest / Laboratoire ICI - IUT de Brest.

Le 15 octobre 2007, la Commission pour la libération de la croissance française, dirigée par M. Attali, a remis au Président de la République un rapport d'étape qui préconisait, ni plus ni moins, la suppression des Lois Royer, Raffarin et Galland, la liberté quasi-totale d'installation des commerces ou encore l'élimination du seuil de revente à perte (dit SRP) (2).

En effet direct de ces réflexions politiques, il découle que la Loi Chatel du 3 janvier 2008 est devenue la huitième réforme du canal de distribution, depuis l'ordonnance Balladur de 1986 sur la libéralisation des prix et, qu'une fois de plus, le droit de la consommation et de la concurrence a été appelé au chevet des relations

industrie-commerce. La promulgation rapide de la loi nouvelle laisse à penser que les sept précédentes réformes ont toutes échoué et qu'il y a dorénavant urgence à agir par le biais d'une loi qui corresponde à la volonté des pouvoirs publics de favoriser clairement une concurrence plus aboutie entre les enseignes de distribution, afin de stimuler le pouvoir d'achat des consommateurs.

Or, force est de constater l'absence de lisibilité du cadre légal révisé, l'existence d'interrogations sur l'application effective des objectifs visés et l'incertitude induite par cette situation chez les différents acteurs du canal de distribution, y compris chez ceux d'entre eux qui souhaitent appliquer loyalement une réglementation sou-

(1) Remerciements aux évaluateurs de la revue *Gérer et Comprendre*, pour leur lecture critique et constructive.

(2) Les articles L. 442-2, L. 442-3, L. 442-4 du Code de commerce

posent le principe de l'interdiction de revendre ou d'annoncer la revente au-dessous du prix d'achat effectif (prix unitaire figurant sur la facture, majoré des taxes sur le chiffre d'affaires, des taxes spécifiques afférentes à cette revente et du prix du transport), notion qui détermine le seuil de revente à perte (SRP) d'un article.

vent très complexe. L'observation sur une longue période des contraintes nées de la mise en œuvre conjointe d'un ensemble de lois (Loi Royer, Loi Raffarin, Loi Galland, Loi Dutreil, Loi Chatel) et d'outils économique et/ou juridiques (Conditions Générales de Vente – CGV – et Seuil de Revente à Perte – SRP) donne à penser que cet édifice juridique n'a absolument pas été envisagé par le législateur comme le fondement d'un tout économique construit.

Aussi cet article vise-t-il à évaluer les effets et les conséquences induits par la Loi Chatel sur les relations industrie-commerce, c'est-à-dire sur les acteurs du canal de distribution, élargis aux consommateurs. En nous appuyant sur une présentation concrète de ces relations structurées autour d'un oligopole bilatéral à frange non concurrentielle, il nous paraît intéressant de remettre en perspective les orientations de la Commission Attali, afin d'afficher un premier élément de conclusion sur l'application du dispositif Chatel.

Dans un second temps, nous mettrons en évidence les effets explicités et les conséquences de l'application de la Loi Chatel. En retenant l'étude du cas spécifique de l'évolution des prix depuis le SRP Dutreil jusqu'au SRP Chatel, il ressort que la portée des conclusions de la Commission Attali est, somme toute, relative, tant d'un point de vue économique (pour les acteurs du canal de distribution) que comportemental (sur le pouvoir d'achat du consommateur).

Aussi l'utilisation de la méthode des *scenarii* nous conduit-elle à évaluer, *ceteris paribus*, les conséquences de l'application de la Loi Chatel sur les différents acteurs et parties prenantes aux relations industrie-commerce (industriels, distributeurs, marché). Il ressort de cette scénarisation, variabilisée autour de quatre facteurs exogènes remarquables introduits par le législateur (Loi Raffarin, Loi Galland, SRP, négociabilité des CGV), que le législateur ne pouvait que rapidement se poser la question de la nécessité d'une nouvelle réforme du canal industrie-commerce. Cette neuvième réforme sera, finalement, rendue effective au travers de l'adoption, par l'Assemblée, de la Loi de modernisation de l'économie (LME) du 4 août 2008.

LE CONTEXTE DES RELATIONS INDUSTRIE-COMMERCE EN FRANCE

Dans cette première partie, nous évoquerons quelques points de repères relatifs à la spécificité et à la concentration des six enseignes du secteur de la grande distribution alimentaire, dont les relations avec le monde industriel semblent sanctuarisées autour de quelques grandes lois. Puis nous rappellerons le travail de la Commission Attali, afin d'en mettre en perspective les propositions, dans le difficile contexte relationnel actuel entre les différents acteurs du canal.

Principaux points de repères

Depuis plus de quarante ans, les réseaux des principales enseignes de GMS (3) n'ont cessé de se développer dans le paysage commercial français (MOATTI, 2001), au travers de deux positionnements stratégiques bien distincts : celui des enseignes indépendantes et celui des enseignes intégrées (JACQUIAU, 2000). Parmi les enseignes intégrées, on retrouve les grands intervenants du marché du commerce de détail, à savoir Carrefour, Auchan, Casino et Cora.

D'autre part, on distingue les indépendants franchisés centralisés (Intermarché), qui pratiquent une stratégie d'intégration, toutes gammes de produits confondues, des indépendants associés à une centrale d'achat coopérative (E. Leclerc et Système U), qui procèdent d'une stratégie de délocalisation de la décision auprès de centrales d'achat régionales autonomes et indépendantes. Alors que les enseignes intégrées homogénéisent plus ou moins l'assortiment dans leurs points de vente, sans toujours, toutefois, tenir compte des spécificités régionales (CLIQUET *et al.*, 2002), les enseignes indépendantes offrent une plus grande liberté de choix des fournisseurs, des assortiments et des prix. Mais ces avantages vont aussi parfois à l'encontre d'une juste homogénéisation des gammes proposées aux consommateurs, ainsi qu'à l'encontre d'une concentration logistique et optimale des approvisionnements, qui pourtant concourent souvent à l'obtention de prix compétitifs pour les consommateurs.

La régulation des relations entre les distributeurs et les industriels a toujours posé question en France et les nombreux chocs institutionnels qui ont frappé les acteurs du canal industrie-commerce témoignent d'une préoccupation sécuritaire des différents Gouvernements depuis la fin de la Seconde guerre mondiale (FERRIER, 2007). La très grande influence du cadre réglementaire s'est propagée aux modalités de négociation et de partage de la valeur ajoutée, tandis que la régulation du canal s'est progressivement réduite à la seule dualité producteurs-distributeurs (FILSER *et al.*, 2001). Le canal a ainsi vu l'empilement progressif et conjoncturel de huit réformes majeures, depuis l'ordonnance Balladur de 1986 jusqu'à la Loi Chatel, en passant par les Lois Galland et Raffarin de 1996. La Loi Raffarin apparaît régulièrement dans l'actualité en tant que sujet de polémique ; en effet, elle est notamment accusée par les uns de ne pas freiner suffisamment l'urbanisme commercial et l'expansion du grand commerce alimentaire, tandis que les autres voient plutôt en elle une loi qui dresse des barrières à l'entrée, décourageant d'éventuels nouveaux concurrents, en contradiction avec le principe de la liberté d'établissement (ASKENAZY et WEIDENFELD, 2007).

Cet interventionnisme massif du législatif et de l'exécutif a eu pour conséquence la structuration, en aval du

(3) Grandes et Moyennes Surfaces.

canal, d'un oligopole de la distribution autour de six super-centrales d'achats. De fait, la situation française se caractérise par une très grande concentration des acteurs de la distribution, qui, ensemble, commercialisent plus de 80% des produits alimentaires (PICART, 2003). Les opérations de concentration dans le secteur de la distribution trouvent également leurs pendant chez les industriels, où un second oligopole s'est constitué, étant entendu qu'une trentaine de firmes multinationales concourent à plus de 80% du chiffre d'affaires de la grande distribution française, 700 petites et moyennes entreprises et 3 000 coopératives de l'agroalimentaire se partageant les 20 % restants (JACQUIAU, 2000). Nous avons déjà pu qualifier cette situation de marché comme étant celle d'un oligopole bilatéral à frange non concurrentielle, au regard de la faible intensité concurrentielle qui règne en France entre les principaux acteurs du commerce de détail, en raison des effets produits par un cadre réglementaire contraignant (MEVEL et LERAY, 2007).

Depuis douze ans, le principe de non négociabilité des tarifs et des conditions générales de vente (CGV) a débouché sur un cadre économique relativement peu concurrentiel entre les six principaux distributeurs, ceux-ci s'entendant alors pour partager la rente (4) avec les industriels. Ce faisant, les prix ont monté mécaniquement et, au sens du rapport Canivet (2004), trois éléments se sont combinés, qui expliquent la hausse des prix : un degré toujours plus élevé de concentration du secteur de la grande distribution, un

environnement réglementaire très protecteur pour les enseignes et, enfin, une hausse ininterrompue de la coopération commerciale, notamment des marges arrière (5) (Figure 1, page suivante).

Aujourd'hui encore, les différents acteurs du secteur du commerce, qu'ils soient industriels, distributeurs ou pouvoirs publics, continuent de se renvoyer la balle en

ce qui concerne leur responsabilité dans la hausse continue des prix des produits depuis 1997. Pour autant, et même si les distributeurs constatent une érosion de leurs marges globales tout en perpétuant une politique de marges arrière de plus en plus élevée (Figure 2), la situation des industriels membres de l'oligopole semble demeurer très confortable. De nombreuses PMI et coopératives ayant fait le choix de travailler avec la grande distribution non spécialisée touchent également aujourd'hui les dividendes de leur subordination économique aux enseignes, au travers de l'acceptation par le distributeur de leurs marques propres en linéaires, mais aussi au travers des volumes de commandes

de marques de distributeurs (MDD) auxquelles elles sont largement associées. Les profits des industriels se sont maintenus (voire raffermis) sur la période, à l'abri de conditions générales de vente opposables, en vertu du principe, toujours réaffirmé par la loi, de non-discrimination des distributeurs par les fournisseurs. Cependant, la pénurie des linéaires et des débouchés, organisée par les Lois Royer et Raffarin, ne laisse guère à l'industriel (PME/PMI)



« Une trentaine de firmes multinationales concourent à plus de 80% du chiffre d'affaires de la grande distribution française, 700 petites et moyennes entreprises et 3 000 coopératives de l'agroalimentaire se partageant les 20 % restants ». Couverture de catalogue, par R. Cadore (1931).

© Collection KHARBINE-TAPABOR

(4) F Lemaitre (2007), Commerce : la boîte de Pandore d'Attali, Le Monde, 1^{er} novembre.

(5) Les marges arrière sont des montants versés par les fournisseurs aux distributeurs, au titre de la coopération commerciale, en échange

d'avantages marketing (campagnes d'affichage, prospectus, têtes de gondoles, animation des étalages, publicité radio,...) ou au titre de services distincts (informations sur les ventes en magasin). Ces marges arrière peuvent osciller entre 20 % et 80 % du prix de vente hors taxes du produit.

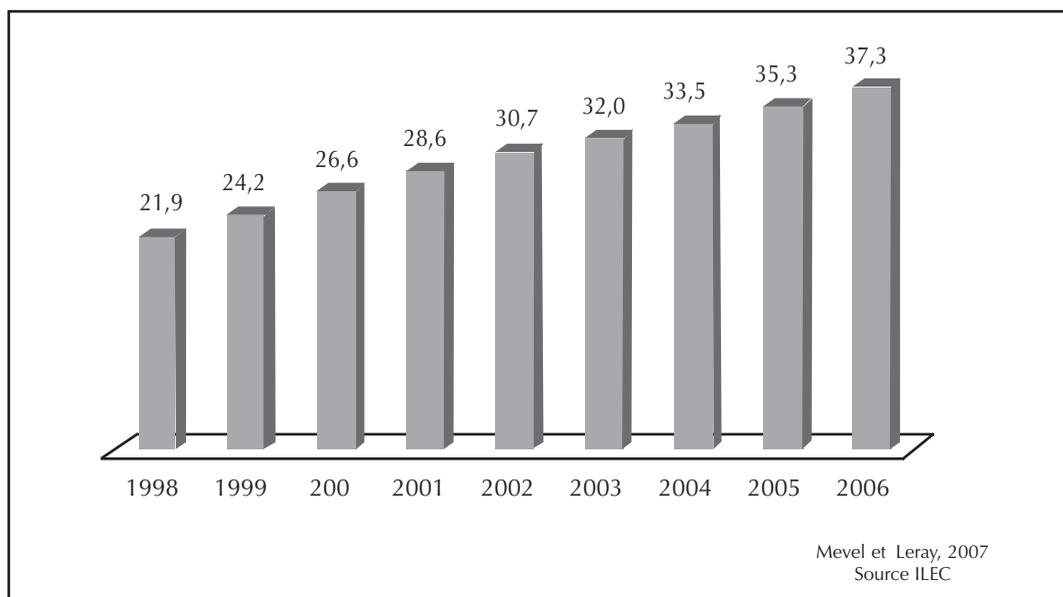


Figure 1 : Évolution du niveau des marges arrière sur la période 1998 – 2006 en % du prix net facturé.

d'autre choix que celui d'accepter de passer sous les Fourches Caudines des demandes constantes d'augmentation des marges arrière des distributeurs, notamment s'il souhaite continuer à promouvoir ses produits auprès des consommateurs sous sa propre marque. L'accès aux linéaires reste, encore aujourd'hui, une problématique prépondérante, pour l'industriel.

On remarque ainsi (Figure 2), en retraçant et en superposant l'évolution indicielle des marges arrière des distributeurs à celle des tarifs pratiqués par les industriels (source ILEC, 2007) (6), une augmentation radicale des marges arrière des distributeurs sur les dix dernières années. Comme nous l'avons déjà évoqué (MÉVEL et LERAY, 2007), si l'accumulation des dispositifs a bien produit des effets en « trompe œil », lorsque nous nous penchons sur le tableau ci-dessus, nous constatons que, selon l'ILEC, les tarifs finaux des industriels ont finalement très peu augmenté en dix ans (de l'ordre de +5% entre 1998 et 2007 en euros courants et de -10% en euros constants), tandis que les marges arrière perçues par les distributeurs ont largement crû, sur la même période.

Tous ces éléments semblent converger, aux 3^e et 4^e trimestres de l'année 2007, pour que soit remis en cause l'ensemble du dispositif réglementaire Galland (7), qui régit le secteur du commerce depuis plus de dix ans. La Loi Galland a ainsi nourri des dérives tarifaires que le format de la Loi Dutreil, (8) qui lui a succédé, n'a pas su, lui non plus, résoudre et réguler en son temps. C'est dans ce contexte tendu qu'inter-

vient la remise au Gouvernement du rapport d'étape de la Commission Attali.

L'offensive de la Commission Attali

Le travail de la Commission Attali porte sur les réformes à engager, par le Gouvernement français, avant la fin de l'année 2007, sur le front du commerce et, plus précisément, sur le plan de la lutte contre les prix élevés qui assèchent le pouvoir d'achat des ménages (9).

La Commission est principalement « chargée de rechercher les moyens d'améliorer la compétitivité et la productivité de l'économie française, pour assurer une meilleure insertion de la France dans l'économie mondiale et européenne, d'analyser les obstacles auxquels se heurtent les projets d'investissement et de développement des entreprises, d'examiner les simplifications de procédures qui apparaissent nécessaires et les leviers permettant d'améliorer l'impact des politiques économiques et réglementaires sur les comportements des ménages et des entrepreneurs et sur la croissance ». Elle est aussi « chargée de faire des propositions en vue d'augmenter le pouvoir d'achat et d'améliorer le fonctionnement du marché des biens et des services, de renforcer le dynamisme et la mobilité de l'emploi, ainsi que le taux d'activité. Elle identifiera à cet effet les actions et réformes à mener, incluant des mécanismes innovants permettant d'emporter l'adhésion des acteurs concernés ».

À l'aune de ces considérations, il n'est pas surprenant de constater que les conclusions rédigées par la

(6) ILEC : Institut de liaison des études économiques – indices base 100 en 1998 aux premiers effets de l'application de la Loi Galland (1997).

(7) Loi du 1^{er} juillet 1996 relative à la loyauté et à l'équilibre des relations commerciales.

(8) Loi du 2 août 2005.

(9) Journal Officiel du 28 août 2007.

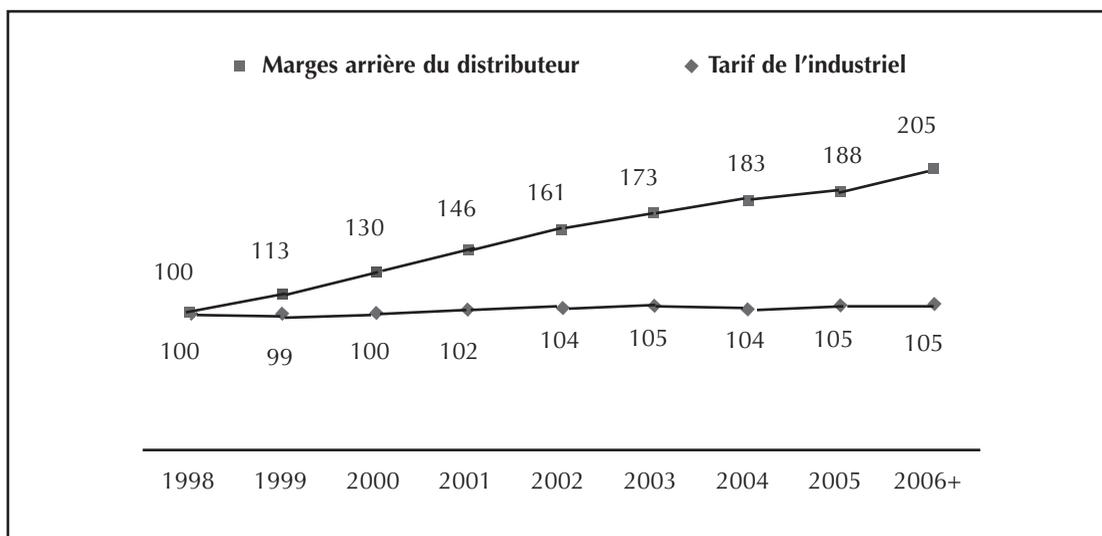


Figure 2 : Évolution des indices des marges arrière et des tarifs industriels depuis 1998 (base 100 : 1998).

Commission ont fait souffler un vent de libéralisme sur le canal industrie-commerce, en prônant la dérégulation globale du secteur. Cela revient donc à prôner la liberté quasi-totale d'installation des commerces par l'abrogation des Lois Royer-Raffarin et Galland, la baisse des seuils de notification en matière de concentration des enseignes ou encore la réduction des délais de paiement entre les enseignes et leurs fournisseurs.

À la suite des premières conclusions du rapport d'étape déposé par la Commission Attali, les débats se sont engagés, sur un ton très vif, entre les parties, puisque, devant être adoptées en l'état, les mesures présentées par la Commission ne pouvaient laisser indifférent aucun professionnel du secteur. Depuis l'abrogation des Lois Royer et Raffarin jusqu'à la liberté totale en matière de négociabilité commerciale des conditions générales de vente (CGV), en passant par la justification de la pleine liberté tarifaire avec l'abandon du seuil de revente à perte (SRP), la Commission ne propose au Gouvernement rien de plus ni de moins que de faire exploser le cadre réglementaire qui corsète aujourd'hui tout un secteur, avec, comme conséquences les plus visibles, des prix élevés dans les magasins des distributeurs et un pouvoir d'achat en berne chez les consommateurs. Le seul point sur lequel les pouvoirs publics, les industriels et les distributeurs semblent s'entendre est relatif au fait de relancer la croissance, l'emploi et le pouvoir d'achat du consommateur par la mise en chantier d'une profonde réforme du droit de la concurrence.

Les préconisations de la Commission Attali ont été soumises à la machinerie gouvernementale, d'où est rapidement ressorti le texte relatif à ce qui est devenu la Loi Chatel du 3 janvier 2008, sans qu'aient été posées, pour autant, certaines interrogations de fond sur les effets de multiples lois qui ont réglementé les relations industrie-commerce : constitution d'un oligopole bilatéral à frange non concurrentielle, qui voit désormais six centrales d'achat de la grande distribution alimen-

taire s'opposer à une trentaine de firmes multinationales et commercialiser plus de 80% des produits alimentaires et partage d'une rente économique entre les industriels et les distributeurs, au détriment du pouvoir d'achat des consommateurs français.

L'APPLICATION DE LA LOI CHATEL

Après avoir déchiffré les orientations proposées par la Loi Chatel (2.1), il est proposé d'éclaircir les implications du contenu de cette loi, au prisme d'une analyse des modifications de l'effet de seuil de revente à perte (2.2).

Le contenu de la Loi Chatel

La Loi Chatel pour le développement de la concurrence au service des consommateurs se contente globalement de jouer sur la réintégration complète des marges arrière dans le prix de vente final du produit. Le principe de la Loi Chatel est clairement affiché dès le deuxième alinéa de l'article L.442.2 du Code du commerce : « Le prix d'achat effectif est le prix unitaire net figurant sur la facture d'achat, minoré du montant de l'ensemble des autres avantages financiers consentis par le vendeur, exprimé en pourcentage du prix unitaire net du produit et majoré des taxes sur le chiffre d'affaires, des taxes spécifiques à cette revente et du prix de transport ».

Cela signifie que les distributeurs peuvent déduire de leurs prix de vente l'intégralité des commissions que leur versent leurs fournisseurs au titre de la coopération commerciale (promotions) et de la rémunération des services distincts (informations statistiques sur les ventes,...). À grands traits, cela signifie que les distributeurs peuvent, dorénavant, choisir de vendre certaines références à prix coûtant. La première conséquence de la Loi Chatel intéresse donc directement la réforme du calcul du seuil de

revente à perte (SRP), mais la loi ne s'en accompagne pas pour autant de la suppression des marges arrière, ni de la possibilité de négocier les prix avec les fournisseurs. Tout le formalisme juridique et tout le dispositif pénal permettant de sanctionner la revente à perte et les marges arrière illégales restent donc en place.

La deuxième conséquence de la Loi Chatel est de faire émerger une convention écrite, un contrat unique, qui retrace l'ensemble de la négociation commerciale (conditions générales de vente, contrats de service, coopération commerciale ou services distincts) au 1^{er} mars de l'année. Si cette mesure est de nature à faciliter le travail de l'Administration dans du contrôle de l'application de la loi, elle est aussi, sans nul doute, de nature à accroître les coûts de transaction (WILLIAMSON, 1985) que supportent chacune des parties, en renforçant les coûts de coordination et les coûts de production des contrats mis en œuvre par les industriels et les distributeurs.

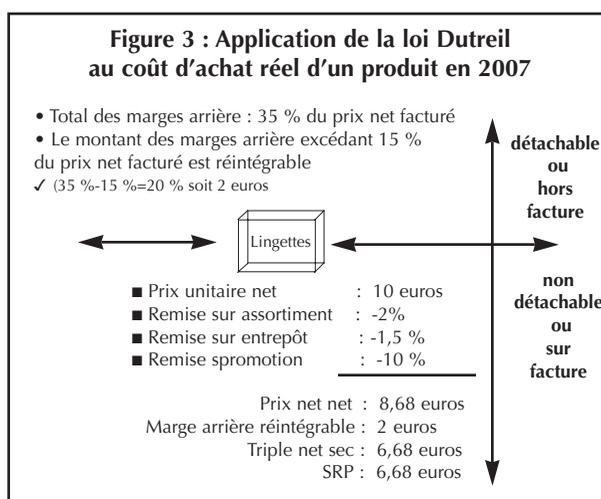
Ainsi, la Loi Chatel confirme que la Loi Dutreil n'était effectivement qu'une loi de transition, nécessaire avant de proposer à la grande distribution une réglementation et une évolution du cadre juridique lui permettant de négocier le prix triple net (10) « *sec* », dans des conditions suffisantes de clairvoyance lui assurant une rentabilité convenable. La Loi Dutreil a introduit une plus grande subtilité dans les négociations commerciales, en donnant au fournisseur la possibilité de proposer trois rangs de négociations commerciales aux enseignes de distribution : les conditions générales de vente écrites, qui sont les bases de la négociation (cela constitue l'offre du fournisseur), les conditions catégorielles de vente (l'offre peut être déclinée en catégorie pour les clients présentant des spécificités particulières en matière de canaux de distribution), les conditions particulières de vente (négociation directe avec le client). En contrepartie, le distributeur peut proposer de la coopération commerciale (promotions) et des services distincts (données statistiques sur le consommateur). La Loi Chatel a conservé tout le dispositif par lequel la structure de l'offre gouverne la structure des prix. Mais, ce faisant, la loi reconnaît aussi que le distributeur ne réalise toujours pas de profit à la revente (marges avant), mais bien en coopération commerciale et en services distincts (les marges arrière).

Le législateur a sensiblement modifié le calcul du SRP, mais l'opacité semble demeurer, dans les négociations commerciales, et les enseignes ont poursuivi le basculement de la coopération commerciale vers les services distincts, ainsi que la transformation d'une partie des services distincts en conditions particulières de vente (CPV), c'est-à-dire en remises et ristournes sur factures. La Loi Chatel a pourtant introduit l'abaissement du seuil de revente à perte, ce qui, théoriquement, aurait dû amener davantage de concurrence et faire baisser

mécaniquement les prix. Or, nous n'avons pas observé de baisse des prix sur la période, ce qui nous engage à tenter de comprendre pourquoi ?

Comparaison entre le SRP Dutreil et le SRP Chatel

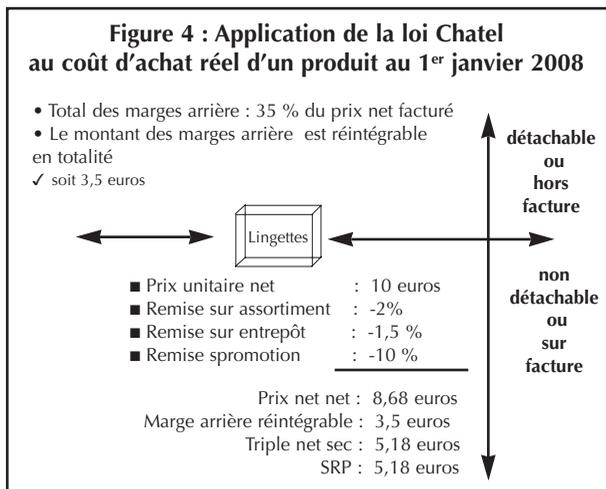
La Loi Dutreil prévoyait la possibilité de répercuter des marges arrière dans le prix de vente aux consommateurs, à hauteur de 15% en 2006 et de 20% en 2007 (Figure 3), ce qui signifie également que les prix de vente aux consommateurs auraient pu baisser mécaniquement de 5% au 1^{er} semestre 2007. Or, en 2007, sous l'impact de la Loi Dutreil, les prix des grandes marques ont reflué seulement de 3,2%.



Un phénomène nouveau, relatif à l'application de la Loi Chatel, est que celle-ci vient autoriser le distributeur à intégrer dans son prix de vente l'ensemble des avantages acquis (triple net) lors de la négociation auprès de l'industriel. Là où la Loi Galland empêchait les distributeurs de défalquer des prix les marges arrière, la Loi Chatel permet d'intégrer tous les avantages financiers consentis par l'industriel dans le calcul du seuil de revente à perte. L'adoption par le législateur du concept de triple net, abordé en son temps par la commission Canivet (2004), aurait, là encore, pu amener les prix à refluer mécaniquement de 15 %, au 1^{er} semestre 2008 (Figure 4). Or il n'en a rien été, et les grandes marques ont continué de fixer librement le prix de vente de leurs produits, tandis que les enseignes de distribution évoluaient dans un univers toujours aussi peu concurrentiel. Dans un tel contexte, les prix de vente (11) ne pouvaient que poursuivre leur hausse. Dès lors, l'effet escompté d'une diminution du seuil de revente à perte est étouffé par la hausse des marges arrière ou par l'absence de toute volonté, chez le distributeur, d'intégrer des marges arrière supplémentaires dans le prix de vente final.

(10) Prix d'achat net de toute remise, ristourne, rabais et marges arrière.

(11) Sur ce point, les données INSEE affichent (Rapport du 15 janvier 2008) une hausse des prix au détail de + 0,4 % en décembre 2007 et de + 2,6 % entre décembre 2006 et décembre 2007.



Dans le cas des produits laitiers, nous avons observé qu'à l'heure où le hard-discount retrouvait des couleurs (12), la bagarre entre les enseignes a démarré sur les

de 6 %. Les hausses tarifaires (de 5 % à 15 % en 2008) présentées par les industriels des produits laitiers ne laissent pas d'inquiéter les distributeurs, dans le cadre d'un risque de dé-consommation (14) « à l'allemande » affectant les yaourts, après une augmentation trop forte des prix.

Le commerce de détail est un marché pertinent (15), où la variation du prix d'un bien A induit un comportement d'achat sur un autre bien B. Un comportement de croissance, si le prix du bien A augmente, et de décroissance, si son prix diminue. La notion économique classique d'élasticité croisée de la demande par rapport au prix est, ici, mise en avant dans le cas d'une dé-consommation « à l'allemande ». En effet, le lait, la charcuterie-traiteur ou les pâtes fraîches appartiennent à un même marché pertinent, celui des produits frais, et ce, même si ce sont des produits de nature et de qualité différentes : la variation du prix du lait va modifier le comportement de l'offre et notamment des référé-



« Les coûts de production du lait ont baissé de 10 % sur la période 2000-2006, alors que, sur cette même période, le prix de vente du lait a progressé de 6 % ». Dans un supermarché, à Altillac (Limousin), en mai 2008.

catalogues, puisque l'objectif, pour le distributeur, reste de pouvoir afficher le meilleur prix de vente possible. Selon l'ANIA (13), les coûts de production du lait ont baissé de 10 % sur la période 2000-2006, alors que sur cette même période, le prix de vente du lait a progressé

rences et des prix proposés pour les salaisons ou d'autres produits des industriels de la charcuterie-traiteur ou des pâtes fraîches.

Dans un univers du lait et des produits ultra-frais très directement concerné par des hausses tarifaires en

(12) + 1% de parts de marché en octobre 2007. Le hard discount pesant 14,1 % sur le marché des PGC et produits frais LS en hyper, supermarchés et hard-discount au 4 novembre 2007(source TNS Worldpanel).

(13) Association nationale des industries agroalimentaires.

(14) La dé-consommation fait référence à une rupture, à un reflux de la demande des consommateurs vis-à-vis d'une référence, au profit d'une autre référence de même qualité et d'une autre nature, dans le même domaine ou dans un autre univers de consommation.

(15) Voir, pour la définition d'un marché pertinent : Dang N'Guyen (1998).

2008, à la moindre alerte et au moindre signal négatif émis par des arbitrages des consommateurs entre les différentes catégories de produits (en faveur du rayon charcuterie-traiteur, par exemple), les distributeurs n'ont pas hésité à réduire les espaces laitiers, dans les linéaires, au profit de produits à plus fortes marges.

Au terme de ce chapitre, on saisit l'effet limité sur la baisse des prix de la Loi Chatel, qui a cependant accru la complexité du cadre réglementaire sous-tendant les relations industrie-commerce en France.

ÉVALUATION DES EFFETS D'UNE REMISE EN CAUSE DU SOCLE LÉGAL DES RELATIONS INDUSTRIE-COMMERCE

Ce point cherchera à approfondir les conditions précédant à une réelle remise en cause du socle légal, en adoptant le principe de la scénarisation (Figure 5) de quatre facteurs exogènes : le cadre offert par les Lois Galland et Chatel, l'abrogation (ou non) de la Loi Raffarin, l'abrogation (ou non) du principe de négociabilité des conditions générales de vente, l'abandon (ou non) du seuil de revente à perte.

Quelles seraient, pour les acteurs, les conséquences attendues d'une abrogation de la Loi Raffarin ? Quelles seraient les conséquences attendues, pour le canal industrie-commerce, de la remise en cause de la négociabilité des conditions générales de vente, conjointement à l'abrogation de la Loi Raffarin ? Quelles seraient les conséquences attendues d'un abandon du seuil de revente à perte, conjointement à l'abandon concomitant de l'impérativité des conditions générales de vente, dans le cadre de l'abrogation (ou non) de la Loi Raffarin ? Voilà des questions essentielles, auxquelles il nous semble intéressant de tenter de répondre, en envisageant les six scénarios ci-après.

D'un oligopole bilatéral à frange non concurrentielle à un oligopole monolatéral ?

Le premier scénario (figure 5) renvoie à une application commune des Lois Chatel et Raffarin, dans laquelle chacun des membres de l'oligopole bilatéral à frange non concurrentielle tente de défendre sa position contre toute évolution majeure. En ce sens, la législation actuelle a favorisé la concentration d'un secteur qui a vu, en mars 2007 (16), les quatre premiers groupes de distribution (Carrefour, E. Leclerc, Auchan et Intermarché) totaliser plus de 65 % de parts de marché et deux centrales d'achat approvisionner 52 % de la surface totale de vente des hypermarchés. En 2008, les

industriels ont continué d'imposer des tarifs désolidarisés de la réalité économique à des distributeurs inquiets de voir leur marge globale s'étioler en raison du renchérissement progressif des coûts de gestion des magasins (rénovation des magasins, mise en place d'univers dédiés dans les linéaires, frais de personnel, tracts publicitaires, communication...), avec pour conséquence immédiate une poursuite de la hausse des marges arrière, consécutivement aux demandes et aux pressions des distributeurs (les industriels se contentant alors de répercuter ces augmentations sur le prix de cession, ce qui a contribué à disjoindre le prix de vente final du produit de son prix économique réel).

C'est cette mécanique inflationniste qui, tout en préservant la rente de marché de l'oligopole, érode progressivement le pouvoir d'achat des consommateurs. Courant 2008, alors que, mécaniquement, les prix auraient dû baisser de 15 %, nous constatons au contraire une forte remontée des prix, ce qui donne corps à une première conclusion : la loi Chatel a été inefficace car les enseignes ne pouvaient pas tout vendre au seuil de revente à perte, c'est-à-dire à prix coûtant.

Ce scénario augurerait d'une continuation, voire d'une accentuation, du pouvoir de marché de l'oligopole bilatéral à frange non concurrentielle, qui demeure organisé principalement autour de la pénurie des linéaires et de la répercussion des hausses de marges arrière sur le consommateur final. Il est à noter que les négociations tarifaires 2008 ont été extrêmement tendues, les enseignes ne souhaitant absolument pas financer la baisse des prix à partir de la dégradation de leurs marges en 2008, comme cela avait d'ailleurs pu se produire, pour certaines (17) d'entre elles, en 2007.

Le deuxième scénario introduit l'abrogation des Lois Royer et Raffarin, mettant ainsi fin aux procédures d'autorisation actuelles en matière d'ouverture et d'agrandissement de magasins de plus de 300 m² par les Commissions d'équipement commercial départementales et nationales. Ce scénario envisage, pour partie, le retour des relations industrie-commerce dans le droit commun. L'idée d'une libération de l'urbanisme commercial a reçu le soutien d'Arnaud Mulliez (Auchan), qui y voit la possibilité d'une concurrence accrue entre les enseignes (18), mais aussi – surtout – la disparition d'une loi qui a figé (et protégé en partie) les parts de marché de chacun des membres de l'oligopole de la distribution.

La disparition des Lois Royer et Raffarin mettrait fin à la pénurie de linéaires en France et, outre qu'elle permettrait à Auchan de s'attaquer aux bastions de Carrefour et Casino en région parisienne, ou encore à

(16) Source : LSA, TNS Secodip (mars 2007).

(17) Pour Auchan, notamment. Voir *Points de vente* n°1016.

(18) Reuters : Auchan veut changer les relations distributeurs/fournisseurs- 15/10/2007 à 15 h 03 mn.

(19) Loi du 5 août 2008.

| Scenarii | Distributeurs | Industriel | Marché et consommateurs |
|---|--|--|--|
| 1- Loi Raffarin et Loi Chatel appliquées simultanément | Faible intensité concurrentielle , inflation des marges arrière, contournement du SRP Chatel, fidélisation par les NIP | Matières premières en hausse + financement des marges arrière = hausses tarifaires, aucune amélioration de l'emploi | Poursuite de l'oligopole bilatéral à frange non concurrentielle , pénurie de linéaires = pouvoir d'achat en berne, hausse des prix |
| 2- Loi Raffarin abrogée et Loi Chatel appliquée | Intensité concurrentielle en hausse , retour du marketing et des 4P, négociations difficiles et/ou partenariat avec des industriels | La Loi Chatel agit comme un bouclier (SRP, impérativité des CGV, non discrimination des enseignes), emploi en hausse | Vers un oligopole bilatéral à frange concurrentielle , nouveaux entrants, fin de la pénurie des linéaires et baisse des prix |
| 3- Loi Raffarin appliquée tandis que Loi Chatel est amendée au profit de la négociabilité des CGV | Aucune intensité concurrentielle , triomphe absolu de l'oligopole de la distribution sur les industriels, avènement progressif d'un cartel | Des négociations très difficiles, des déréférencements à la chaîne, recul des résultats, recul de l'emploi | Vers un oligopole monolatéral , l'emploi recule, mais finance à court terme des baisses de prix, vers une hausse des prix à moyen terme |
| 4- Loi Raffarin abrogée et Loi Chatel amendée au profit de la négociabilité des CGV | Intensité concurrentielle en forte hausse , les négociations s'équilibrent, les marges arrière refluent au profit d'une négociation sur facture (remises, ristournes), obligation de pilotage performance, retour du marketing | Des négociations plus favorables, discrimination des fournisseurs, amélioration des résultats, tentation de regroupement des industriels pour profiter des ristournes, amélioration nette de l'emploi | Vers un oligopole bilatéral concurrentiel , nouveaux entrants, baisse très nette des prix , le consommateur discrimine les GMS |
| 5- Loi Raffarin appliquée et Loi Chatel amendée sur la négociabilité des CGV et sur le SRP | Faible intensité concurrentielle , risque de phénomènes d'entente entre les enseignes, cartellisation du secteur de la distribution | Le distributeur mène les négociations, impossibilité de discrimination des distributeurs, très fort recul de l'emploi | Vers un oligopole pur, un cartel, voire un monopole de fait , aucun nouvel entrant, les prix baissent beaucoup, financés par un fort recul de l'emploi |
| 6- Loi Raffarin abrogée et Loi Chatel amendée du point de vue des CGV et du SRP | Démantèlement de l'oligopole bilatéral à frange non concurrentielle , émergence d'un état de concurrence monopolistique , retour au droit commun et au marketing, pilotage de la performance, retour à une réalité économique des prix, très nette amélioration de l'emploi et du moral des ménages. | | |

Figure 5 : Scénarisation des effets de la Loi Chatel

ceux occupés par le Groupement E. Leclerc dans le Sud-ouest ou en Bretagne, elle serait de nature à faire voler en éclats les lignes de force qui structurent et lient actuellement entre eux les six membres de l'oligopole de la distribution. Une question essentielle reste posée : elle est de savoir si le Gouvernement devait agir dans le sens d'une suppression de tout niveau de seuil, ou plutôt d'un simple relèvement, dans le cadre d'une implantation ou d'un agrandissement de 600 m² voire de 1000 m² ou plus. La Loi (19) de Modernisation de l'Economie (LME) a choisi d'opter pour une voie médiane.

Pourtant, la suppression de tout niveau de seuil ne paraît pas irréaliste, à partir du moment où l'entrepreneur sait assumer son risque, dans le cadre de relations de marché bien comprises par tous les acteurs. De fait, la loi du

marché s'imposerait à tout ceux qui ont trop bâti ou tout simplement ouvert trop de magasins dans des endroits inappropriés et, marginalement, les mètres carrés en trop construits pèseraient alors très lourd sur la compétitivité-prix des distributeurs qui se seraient trompés dans leurs anticipations. Ce serait là le retour à un juste scénario où la propriété privée, en vertu de son caractère transférable et exclusif, produit le meilleur moyen de valorisation des ressources, si l'entrepreneur et les actionnaires assument un vrai risque managérial, au sens de la théorie des droits de propriété, en contrepartie de l'accès au marché des biens et services (FURUBOTN et PEJOVICH, 1972). Ce scénario aurait également le mérite de faire cesser des comportements de passagers clandestins (*free riding*), qui perdurent aujourd'hui chez les distributeurs (bastions régionaux), en raison d'une

trop grande imprécision des droits de propriété, ainsi que du montant (très élevé) des coûts de transaction (coordination) entretenus par un cadre réglementaire mal accepté par les enseignes. Ce second scénario aboutirait à la structuration d'un oligopole bilatéral à frange concurrentielle qui serait susceptible de révéler des modalités différentes de partage de la valeur ajoutée, plus favorables aux consommateurs et à l'emploi, l'évolution de la législation stimulant alors l'arrivée de nouvelles enseignes entrantes, mettant fin à la pénurie des linéaires et engageant les prix sur la voie de la sagesse.

Le **troisième scénario** semble être le scénario idéal pour les enseignes de la grande distribution, qui, tout en dénonçant les tarifs à la hausse présentés par les industriels pour 2008 et la dégradation consubstantielle de leurs marges en 2006 et 2007, ont encouragé les pouvoirs publics à libérer les négociations commerciales, de façon à leur permettre de négocier les tarifs des industriels. La réforme partielle des Lois Galland et Dutreil, dans le sens d'une négociation plus libre des tarifs et des conditions générales de vente des industriels, donnerait satisfaction à l'oligopole des distributeurs, contre celui des industriels. On peut d'ailleurs penser que l'autorisation des actions collectives par un groupe de consommateurs, en réparation des dommages causés par un seul prestataire (ou par deux prestataires, industriel et/ou distributeur, réunis par une même logique promotionnelle), présenterait l'avantage de contrebalancer en partie les conséquences attendues de l'application de ce scénario. Cependant, si la confiance des consommateurs demeure la clef essentielle de l'équilibre du marché, le renforcement de la position monopolistique des distributeurs prévu par ce scénario aura rapidement raison de toute velléité de baisse des prix chez l'un d'entre eux, au profit d'une entente. L'avènement d'un oligopole monolatéral, relativement inapte à lutter contre la baisse des prix et le maintien de l'emploi industriel, est donc un risque à mesurer pour le législateur, en cas de survie de ce troisième scénario.

Vers le démantèlement de l'oligopole bilatéral ?

Le **scénario 4** favorise une intensité concurrentielle en forte hausse, du côté des enseignes, ce qui laisse aussi sous-entendre que les négociations commerciales pourraient s'équilibrer et les marges arrière refluer, au profit d'une négociation des avantages acquis par le distributeur sur facture (remises, ristournes, rabais). Ce serait aussi le retour à un pilotage de la performance-prix et du marketing au sein des enseignes. Les négociations commerciales, plus favorables aux industriels, seraient compensées par la discrimination des fournisseurs par les enseignes, du point de vue de la qualité des produits et de la pertinence de l'offre promotionnelle. De ce scénario, on peut attendre une amélioration nette de l'emploi, dans le cadre d'un oligopole bilatéral plus concurrentiel, acceptant de nouveaux entrants, ce qui serait sans doute de nature à permettre une baisse très nette des prix.

Le **scénario 5** s'intéresse à l'abandon du seuil de revente à perte dans le cadre réglementaire institué par les Lois Galland, Dutreil et Chatel, qui aurait pour conséquence immédiate de favoriser la discrimination tarifaire par les industriels, selon les enseignes. Chaque enseigne pourrait alors fixer librement le prix d'un produit, d'une famille de produits ou d'une gamme très en-deçà de son prix d'achat (marges négatives) afin de créer un avantage - prix transitoire sur ses concurrents : il s'agirait, ni plus ni moins, de favoriser le grand retour des politiques de marketing dans le secteur de la distribution. De nombreux distributeurs se déclarent opposés à la suppression du seuil de revente à perte (SRP), qui permet, selon Auchan, de bien prendre en compte les réalités économiques, telle que la hausse du prix des matières premières, tandis que la Commission Attali préconise plutôt d'abandonner le seuil de revente à perte, afin d'alimenter la liberté tarifaire des enseignes.

L'abrogation du cadre juridique dans lequel évolue le seuil de revente à perte aurait pour effet immédiat de permettre aux distributeurs de pratiquer, s'ils le souhaitent, des prix que la Loi Galland qualifie d'« *anormalement bas* », ce qui pourrait avoir pour effet de déstructurer certains marchés en aveuglant de façon transitoire les consommateurs par des prix dénués de tout fondement économique. La loi a instauré la notion de « *prix abusivement bas* » dans son article 5, afin de lutter contre les prix « *prédateurs* ». Ainsi, « *sont prohibées les offres de prix ou pratiques de prix de vente aux consommateurs abusivement bas par rapport aux coûts de production, de transformation et de commercialisation* ». Nous estimons que ce scénario amènerait le canal industrie-commerce à constituer un oligopole pur ou un cartel, voire un monopsonne de fait de la distribution, qui s'attacherait à prévenir l'arrivée de tout nouvel entrant sur les bastions traditionnels de chaque membre de l'oligopole (le danger étant alors que les prix, financés à court terme par un fort recul de l'emploi industriel, ne baissent durablement).

Le **scénario 6**, ou « scénario Attali », affiche une rupture totale avec les règles et le cadre réglementaire actuels régissant les relations entre les acteurs du canal, mais il représente peut-être aussi le seul moyen de contenir la hausse des prix de vente à court terme afin de soutenir le pouvoir d'achat des consommateurs. Il s'agit, là encore, de favoriser le retour du canal industrie-commerce dans le droit commun, c'est-à-dire que l'application d'un tel scénario amènerait un acheteur et un vendeur à consacrer plus de temps à négocier des produits exclusifs, des opérations commerciales innovantes et des prix attractifs. Il semble raisonnable également de permettre aux enseignes d'acheter sans marges arrière, quitte à interdire cette pratique afin de permettre, enfin, aux prix des produits de baisser, sur les rayons.

Toutefois, afin de prévenir la tentation (naturelle) de reformation d'un monopole de la distribution dans cer-

taines zones de chalandise, il pourrait être opportun, pour le Gouvernement, d'abaisser les seuils de notification et d'autorisation de déclenchement des opérations de concentration, afin de décourager l'accroissement des parts de marché et la constitution de positions dominantes de certaines enseignes, déjà très présentes localement. Cette mesure, jumelée à un meilleur contrôle des abus de position dominante, autoriserait *de facto* la lutte contre les situations oligopolistiques ou monopolistiques, au niveau local. À cet égard, la proposition du rapport Attali associant à cette lutte une Haute autorité de la concurrence (les agents de la DGCCRF étant placés sous son autorité) apparaît intéressante, pour notifier, et faire cesser, les positions dominantes de certaines enseignes par la revente rapide des magasins.

Dans le cadre de ce scénario, et tout comme le propose le rapport Attali, il pourrait être délégué aux collectivités territoriales la possibilité d'un soutien financier (transitoire) au petit commerce, permettant d'engager une sorte de remembrement commercial en centre-ville, qui dédierait des rues entières au commerce de détail. Ce scénario confirmerait le démantèlement de l'oligopole bilatéral, tout en créant les conditions de l'accès des entreprises du canal industrie-commerce à une forme de concurrence monopolistique très favorable à l'emploi et à la modération tarifaire.

CONCLUSION

La scénarisation proposée ici jette quelques bases de ce que pourrait être une véritable réforme du canal industrie-commerce, étant entendu que la Loi Chatel n'était, en définitive, qu'un texte d'attente, qui ne s'engageait pas assez loin dans la remise en cause des repères législatifs. Il s'agit d'un sujet d'autant plus sensible que la hausse actuelle des coûts de transaction ne peut pas durablement rester sans effet sur le partage de la rente, à l'heure où les actionnaires des industries et des enseignes de distribution revendiquent un renforcement de la rémunération de leurs droits de propriété, face à l'extension des risques auxquels ils sont désormais exposés. Enfin, les managers des organisations, las d'être exposés à la pression intense qu'impose la conduite quotidienne des relations industrie-commerce, s'approprient eux aussi à faire reconsidérer leur rémunération ce qui, dans le contexte actuel, ne peut qu'aggraver les coûts d'agence supportés par les actionnaires.

Poursuite d'une politique de prix élevés de la part des industriels, coûts d'agence en hausse, du côté des industriels et des distributeurs, coûts de transaction élevés au sein du canal et rémunération plus conséquente des droits de propriétés des actionnaires des enseignes et des industries : le bilan attendu de la mise en œuvre de la Loi Chatel n'est pas très encourageant. Qu'en

sera-t-il de celui de la Loi de modernisation de l'économie (LME), d'ici quelques mois ? La neuvième réforme fondamentale du canal parviendra-t-elle à engager les distributeurs et les industriels sur la voie de la modération tarifaire ? Autant de questions décisives qui nécessiteront la mise en œuvre de recherches pointues, afin de comprendre les évolutions à venir en matière de partage de la valeur ajoutée et de structuration des relations industrie-commerce en France. ■

BIBLIOGRAPHIE

- ASKENAZY (P.) & WEIDENFELD (K.), *Les Soldes de la Loi Raffarin : Le contrôle du grand commerce alimentaire*, CEPREMAP, Paris, Éditions Rue d'Ulm, 2007.
- CANIVET (G.), Rapport de la mission donnée au groupe d'experts constitué le 22 juin 2004 par le ministre de l'Économie, des Finances et de l'Industrie, en exécution d'un accord signé le 17 juin 2004 entre différents professionnels du secteur de la production et de la distribution, Paris, La Documentation Française, 2004.
- CHATEL (L.) *et al.*, Rapport d'étape sur les relations commerciales, Mission d'information de la Commission des Affaires Economiques de l'Environnement et du Territoire, Assemblée Nationale, 2005.
- CLIQUET (G.), FADY (A.) & BASSET (G.), *Management de la distribution*, Paris, Dunod, 2002.
- DANG N'GUYEN (G.), *Économie industrielle appliquée*, Paris, Vuibert, Économie, 1998.
- FERRIER (D.), « Relations producteurs-distributeurs : enjeux juridiques et réponses pratiques », COMINDUS, 1^{re} journée de recherche sur les relations entre industrie et grande distribution alimentaire, Avignon, 2007.
- FILSER (M.), DES GARETS (V.), PACHE (G.), *La Distribution : organisation et stratégie*, Paris, Éditions Management et Société, 2001.
- JACQUIAU (J.), *Les Coulisses de la grande distribution*, Paris, Albin Michel, 2000.
- MEVEL (O.) & LERAY (Y.), « Les premiers résultats relatifs à l'application de la Loi Dutreil en France : une approche contractuelle au travers du cas d'une centrale d'achat de la grande distribution alimentaire », AIMS, XVI^e Conférence Internationale de Management Stratégique, Université du Québec, Montréal, 6 au 9 juin, 2007.
- MOATTI (P.), *L'Avenir de la grande distribution*, Paris, Odile Jacob, 2001.
- PICART (J.), « La mise en œuvre du contrôle des concentrations en France », COGECA-Conférence Française de la coopération agricole, Helsinki, 13 novembre, 2003.
- WILLIAMSON (O.E.), *The economic institutions of capitalism*, Free Press, 1985.