

Séminaire DGTPE-Concurrence du vendredi 17 octobre 2008

10h-13h

Salle du CASC (Centre d'activités sportives et culturelles)

Ministère de l'Économie, de l'Industrie et de l'Emploi
139, rue de Bercy-75012 PARIS

« Les relations entre producteurs et distributeurs »

Les lois destinées à encadrer le développement de la grande distribution et à encadrer les relations entre producteurs et distributeurs ont été nettement renforcées en 1996 avec l'adoption de la loi Raffarin (modifiant la loi Royer de 1973) et de la loi Galland. Les effets inflationnistes de ce système ont conduit à une réforme progressive qui s'est étalée de 2004 à 2008 (accords Sarkozy de baisse volontaire des prix, loi Dutreil, loi Chatel, loi de modernisation de l'économie).

Les premières réformes (jusqu'à la loi Chatel de janvier 2008) ont notamment porté sur la définition du seuil de revente à perte, afin de limiter l'essor des marges arrière et/ou leurs effets sur le prix de revente. Suite à la réflexion d'un groupe de travail sur la négociabilité des tarifs et des conditions générales de vente, la loi de modernisation de l'économie a quant à elle mis fin à l'interdiction de différenciation tarifaire.

En effet, le cadre réglementaire des conditions générales de vente (CGV) interdisait la différenciation des tarifs et imposait leur transparence. Les fournisseurs de la grande distribution n'avaient donc pas la possibilité de négocier librement des tarifs différents avec leurs clients. Cette contrainte légale a abouti à limiter les effets de la concurrence entre certains producteurs, mais aussi entre leurs clients, les distributeurs. Au total, l'obligation de transparence tarifaire dans les CGV tendait à restreindre la concurrence inter- et intra-marque au détriment du consommateur. Outre son effet anticoncurrentiel, l'obligation d'un tarif unique introduisait une asymétrie à la hausse des prix des fournisseurs. En effet, en cas de hausse, le fournisseur peut assurer à son client distributeur que tous ses concurrents sont logés à la même enseigne. Il lui est donc plus facile de faire accepter une hausse. Au contraire, pour baisser son prix il faut que le fournisseur assume de le baisser pour tous.

Depuis 1996, les distributeurs ont en partie contourné l'impossibilité de différenciation tarifaire par le mécanisme des marges arrière. Ces dernières permettent, en effet, d'obtenir des tarifs différenciés et opaques de la part des fournisseurs. Ce mécanisme n'est cependant utilisable que par les plus gros distributeurs, et se trouve limité normalement par la nécessité de préciser des services commerciaux que la marge arrière rémunère. Tant que les marges arrière n'étaient pas intégrées dans le seuil de revente à perte (avant les lois Dutreil et Chatel), toute ristourne obtenue par ce biais par les distributeurs ne pouvait être répercutée sur les prix au consommateur.

La réforme de la législation sur les CGV, et en particulier de la condition de transparence et d'unicité tarifaires, a pour objectif de supprimer une des principales raisons de l'utilisation intensive des marges arrière par les entreprises de la distribution. Elle doit également accroître la concurrence entre ceux des fournisseurs qui disposent d'un pouvoir de marché important, essentiellement les fabricants de produits de marque nationale, ainsi qu'entre les distributeurs.

On peut néanmoins se demander si, en rendant plus licites les pratiques de discrimination des producteurs à l'égard des distributeurs, la réforme des CGV ne risque pas de renforcer les problèmes d'exclusion des PME fournissant la grande distribution. Par ailleurs, faciliter l'entrée de nouveaux concurrents dans le secteur de la grande distribution sur les marchés locaux comme national, via la réforme, encore en place, de la réglementation de l'urbanisme commercial, apparaît constituer le complément indispensable de l'introduction de la différenciation tarifaire. Elle permettrait de relancer significativement la concurrence entre distributeurs de façon à ce que les baisses de tarifs fournisseurs, induites par la liberté de négociation tarifaire, puissent être répercutées aux consommateurs.

Quels sont finalement les effets de ces réformes pour les consommateurs ? De quels outils disposent les autorités de concurrence pour accélérer leurs effets pro-concurrentiels ? Quelle est l'articulation entre réforme des CGV et réforme de l'urbanisme commercial ?

Ces diverses questions seront examinées lors du débat entre **Thibaud Vergé** (chercheur au CREST – Laboratoire d'économie industrielle – et chercheur associé au Cepremap) et **Marie-Dominique Hagelsteen**, conseiller d'État, Président de la section des travaux publics, Président de la commission *La négociabilité des tarifs et des conditions générales de vente*, d'autre part. Le débat sera animé par **Anne Perrot**, Vice-présidente du Conseil de la concurrence.