

Les relations entre les IAA et les GMS

Eléments d'analyse sur les marges arrière

Stéphane CAPRICE

(Toulouse School of Economics, GREMAQ-INRA)

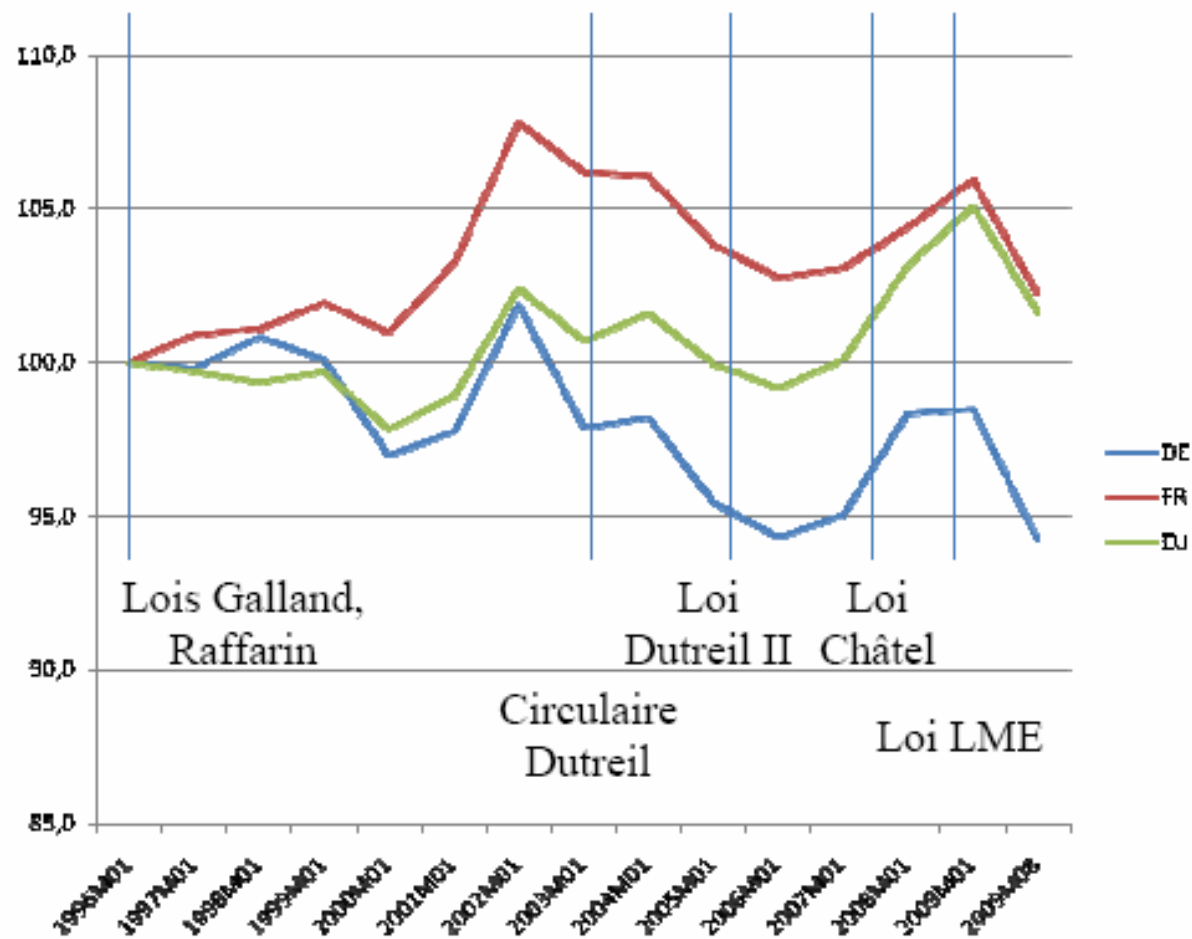
Quelques définitions

Tarif linéaire / tarif non linéaire :

Le premier est formé d'un prix de gros unitaire identique pour chaque unité de bien achetée. Le deuxième associe à chaque unité un prix de gros différent. La forme la plus simple de tarif non linéaire est la tarification binôme. Le tarif comporte une partie fixe et un prix de gros unitaire. Le prix unitaire réellement payé est alors décroissant avec la quantité achetée.

Marges arrière (ou rétro-commissions) :

Il s'agit de l'ensemble des remises, ristournes et rémunérations de coopération commerciale consenties hors facture par un fournisseur à un distributeur. Elles ne pouvaient pas, avant la réforme Dutreil II, être prises en compte dans le calcul du seuil de revente à perte.



Evolution du prix des produits alimentaires en France, en Allemagne, et dans l'Union Européenne (corrige de l'inflation générale)

Source : Eurostat, indices harmonisés des prix à la consommation

Historique de la réglementation du secteur de la distribution

Lois Galland, Raffarin (1996)

Définition du SRP, contraintes sur l'urbanisme commercial (300m²)

Circulaire Dutreil (2003)

Introduction partielle de la discrimination tarifaire

Loi Dutreil II (2005), Loi Châtel (2007)

Nouvelle définition du SRP

« Loi de Modernisation de l'Economie » (2008)

Discrimination tarifaire, réforme urbanisme commercial (1000m²)

Loi Galland et marges arrière

La loi Galland a offert un moyen détourné aux producteurs et aux principaux distributeurs de fixer un prix plancher uniforme.

Décisions du Conseil de la Concurrence (confirmées pour l'essentiel en appel et cassation)

05-D-70, cassettes vidéos, Buena Vista France, Carrefour, Casino, SDO

07-D-50, jouets, fournisseurs (Hasbro, Lego, ...), distributeurs (Carrefour, Maxi Toys, ...)

Analyses économétriques

Secteur de l'eau embouteillée, boissons sucrées (TSE, Gremaq-INRA)

Mécanisme d'entente verticale,
facilité par la règle d'interdiction de revente à perte (SRP, Loi Galland)

Loi Dutreil II (2005), Loi Châtel (2007)

Nouvelle définition du SRP

	-1996	1996 Loi Galland		1996-06	2006-	2008
Prix tarif.....100			...100			
<i>Remises incondition. (15)</i>			(5)			
Prix net facture.....85		87 PVC 85 SRP	...95	95 PVC	90 PVC	
<i>Remises condition. (15)</i>	80 PVC		(15)	-SRP	79 SRP	85 PVC
Prix net net.....70	70 SRP		...80			
<i>Coopération commerc. (10)</i>			(20)			
Prix net net net.....60			...60			60 SRP
Marge dist. (dont marge arrière, non introduitible dans le SRP)	20 (10)	27 (25)		35 (35)	30 (19)	25(0)

PVC, Prix de Vente Consommateur ; SRP, Seuil de Revente à Perte

Calcul du nouveau seuil de revente à perte, année 2006, soit 20% du prix unitaire facturé après remises inconditionnelles, 19 ; le SRP se déduit de ce montant maximal (60+19=79). Sur les 30 de marges arrière, 11 ont été intégrées dans le SRP.

Puissance d'achat et marges arrière

Guidelines in the applicability of Article 81 of the EC Treaty to horizontal cooperation agreements (2001/C3/02), paragraph 126.

« Toutefois, l'une des principales préoccupations suscitées par une situation de puissance d'achat est que la baisse des prix ne soit pas répercutée en aval sur les clients, et qu'elle entraîne une augmentation des coûts pour les concurrents des acheteurs sur les marchés de vente des produits, dans la mesure où (...) les fournisseurs tenteront de compenser les réductions de prix consenties à un groupe de clients en augmentant les prix facturés aux autres clients (...) »

UK Groceries market investigation, Appendix 5.4, paragraph 42

« (...) the use of contracts with multi-part tariffs in the UK grocery sector tends to militate against the possibility of the waterbed effect operating in a material fashion. »

U

cost of producing Q units

$$C(Q)$$

$$C'(Q) > 0$$

$$C''(Q) > 0$$

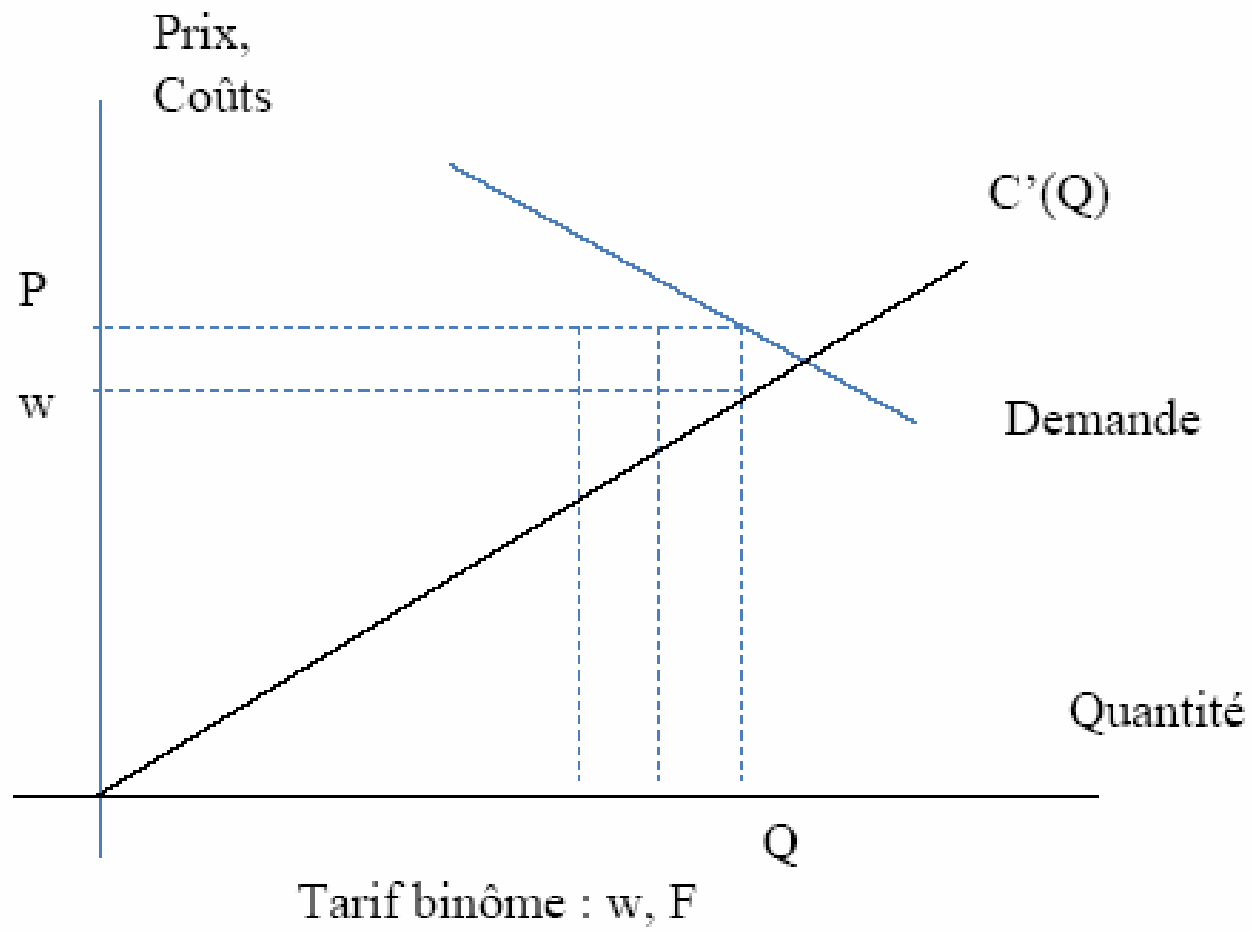


n outlets
competing in quantities

Inverse demand function:

$$P(Q_h), h = 1, \dots, m$$

m markets, m x n outlets



Quelques résultats

Les remises tarifaires obtenues suite à une fusion ne sont pas transmises aux consommateurs (tarification non linéaire).

Les fusions se traduisent par une augmentation des marges arrière.

L'accroissement des marges arrière peut expliquer la réalisation de fusions inefficientes en termes de coûts de distribution.

Ces fusions inefficientes sont d'autant plus probables que la concurrence à un niveau local est faible.

Retour à la « Loi de Modernisation de l'Economie » (2008)

Discrimination tarifaire, offrir aux distributeurs la possibilité de négocier les conditions d'approvisionnement.

Absence de débat autour de cette mesure, il est fort probable que les remises tarifaires obtenues par les distributeurs ne seront pas transmises aux consommateurs.

Réforme de l'urbanisme commercial (1000m²).

Absence de test de concentration au niveau local.

De plus, 85% des points de vente de 200m² à 1200m², souvent désignés à tort comme étant du « petit commerce » par opposition à la grande distribution sont également affiliés ou appartiennent aux principaux groupes de distribution.

Références

Bonnet, C., Caprice, S., Chambolle C. et P. Dubois, 2006, “Les relations entre producteurs et distributeurs, une analyse économique et économétrique de mécanismes inflationnistes sur les prix de détail”, Sciences Sociales, N°5-6, 2006.

Bedre Ö. et S. Caprice, 2009, “Inefficient buyer merger to obtain size discounts”, document de travail.

Bedre Ö. et S. Caprice, 2009, “Non-linear supply contracts and the effects of size discounts on retail prices”, document de travail.