A la demande de l'UFC Que Choisir, le Conseil rend un avis sur l'augmentation des marges arrière dans la grande distribution

Publié le 18 octobre 2004

Dans un avis rendu le 18 octobre 2004 à l'UFC-Que Choisir, le Conseil de la concurrence souligne les effets d'une telle augmentation sur la hausse des prix des produits de grande consommation et les risques de comportements contraires au libre jeu de la concurrence.

Le Conseil de la concurrence a été saisi par l'Union Fédérale des Consommateurs (UFC-Que Choisir) d'une demande d'avis relative aux conditions de la concurrence dans le secteur de la grande distribution non spécialisée. Cette association de consommateurs souhaite notamment savoir si le développement des marges arrière peut avoir pour effet de limiter le libre jeu de la concurrence par les prix, et ce au détriment des consommateurs.

A titre d'observation liminaire, le Conseil de la concurrence rappelle qu'une commission d'experts a été désignée à l'été 2004 par le gouvernement. Cette commission, présidée par M. Guy Canivet, est « chargée de faire le bilan de la législation existante et de proposer les mesures appropriées pour faciliter les relations entre les fournisseurs et les distributeurs […] ». Pour ce faire, elle prend en compte des intérêts publics plus larges que ceux qui relèvent de la compétence du Conseil de la concurrence. Ainsi, l'avis rendu par le Conseil de la concurrence ne se substitue en aucune manière au travail effectué par cette commission mais permet d'apporter l'éclairage particulier, sur le sujet, de l'autorité de concurrence qui souhaite contribuer utilement au débat engagé.

Le Conseil considère que la définition actuelle du seuil de revente à perte revêt un caractère conventionnel et ne correspond pas à un seuil économique.

On constate, depuis quelques années, un accroissement des marges arrière et une réduction simultanée des marges avant, cette évolution n'étant pas justifiée par un essor équivalent des prestations de service rendues au titre de la coopération commerciale. Ce phénomène est le reflet de la puissance d'achat des distributeurs face à leurs fournisseurs, résultant de la forte concentration du marché de la distribution, elle-même renforcée par l'existence d'une législation visant à limiter l'installation de nouvelles grandes surfaces.

Par ailleurs, les observations convergentes des pouvoirs publics et des associations de consommateurs font le constat, sur la même période, d'une hausse des prix de vente au consommateur des produits de grande consommation.

Le Conseil a pu constater, au travers de son activité contentieuse, que le développement excessif des marges arrière présente un risque de développement de certaines pratiques anticoncurrentielles, notamment l'imposition d'un prix de revente minimal, la collusion entre deux marques concurrentes ou, au contraire, l'éviction de concurrents par une entreprise en position dominante qui sature les linéaires. Ces comportements, en limitant la concurrence intra-marque ou inter-marque, favorisent la hausse des prix.

Il considère également que si la loi Galland n'est pas la cause unique des dérives constatées et si les dispositions de la loi sur l'équipement commercial les ont sans doute facilitées, il apparaît néanmoins que l'instauration d'un seuil de revente à perte, tel qu'il est défini par la loi Galland, entraîne une distinction artificielle entre deux types de marges : les marges pouvant faire baisser le prix de vente au consommateur et celles qui ne le peuvent pas. La règle fixée pour distinguer entre ces deux types de marges a été choisie en raison de la simplicité de sa constatation juridique mais n'a aucune justification économique. Ainsi, la définition actuelle du seuil de revente à perte revêt un caractère conventionnel qui, n'étant pas fondé sur une réalité économique, non seulement l'empêche de jouer véritablement son rôle mais surtout facilite de possibles comportements anticoncurrentiels.

Interrogé également par l'UFC-Que Choisir sur l'appréciation, au regard du droit

de la concurrence d'un accord ayant pour objet de fixer les marges arrière, le Conseil rappelle que, lorsqu'il est consulté en demande d'avis, il ne peut se prononcer que sur des questions de concurrence d'ordre général et doit se garder de toute appréciation qui pourrait préjuger d'une décision au contentieux.

En réponse à la question formulée par l'UFC-Que Choisir, il indique les conditions que doit remplir tout accord limitant la libre fixation des prix par les acteurs du marché pour être jugé, s'il contribue à un progrès économique bénéfique au consommateur, compatible avec les règles nationales et européennes du droit de la concurrence.

AVIS 04-A-18 DU 18 OCTOBRE 2004

relatif à une demande d'avis présentée par l'Union Fédérale des Consommateurs (UFC-Que Choisir) relative aux conditions de la concurrence dans le secteur de la grande distribution non spécialisée

Consulter le texte intégral

Contact(s)

Yannick Le Dorze
Adjoint à la directrice de la communication
01 55 04 02 14
Contacter par mail