Avis 26-A-01 du 10 février 2026

relatif aux marges des grossistes-importateurs et des distributeurs de produits alimentaires de première nécessité en Martinique

Posted on: 10 février 2026 | Secteur :

DISTRIBUTION

OUTRE-MER

Présentation de l'avis

Résumé

Le 29 janvier 2025, en application des dispositions de l'article L. 462 1 du code de commerce, le Gouvernement a, par l'intermédiaire des ministres chargés de l'économie et des outre mer, saisi l'Autorité de la concurrence (ci après « l'Autorité ») d'une demande d'avis concernant les marges des grossistes importateurs et des distributeurs de la chaîne de distribution des produits alimentaires en Martinique.

La saisine intervient dans le contexte de vie chère en Martinique et indique que, « [m]*algré les réformes mises en place, l'observation du niveau des prix des produits alimentaires en Martinique montre des écarts persistant* [sic] *avec ceux pratiqués dans l'Hexagone (de l'ordre de + 40 % selon la dernière étude de l'INSEE de 2022) au détriment du pouvoir d'achat des ménages, de la compétitivité des entreprises et de la croissance dans ces territoires ultramarins* ».

Pour répondre aux contestations de la population, un Protocole d'objectifs et de moyens de lutte contre la vie chère a été signé le 16 octobre 2024 (ci après « le Protocole ») par l'État, la Collectivité territoriale de Martinique (ci après la « CTM ») et différents opérateurs présents en Martinique. Ce Protocole prévoit

que soit examinée, au cours d'une période d'observation de 36 mois, la mise en œuvre d'un ensemble d'actions autour de trois axes dont celui intitulé « [a]*gir en faveur de la baisse des prix de l'ensemble des produits de l'alimentation en Martinique* ». C'est dans ce cadre que l'État, afin de « *renforcer la transparence sur les prix et les marges des importateurs grossistes et des distributeurs* », s'est engagé, aux termes de l'article 22 dudit Protocole, à saisir l'Autorité.

Le Gouvernement demande donc à l'Autorité, « *dans le prolongement des avis n° 09?A?45 du 8 septembre 2009 relatif aux mécanismes d'importation et de distribution des produits de grande consommation dans les départements d'outre-mer et n° 19?A?12 du 4 juillet 2019 concernant le fonctionnement de la concurrence en outre?mer, de bien vouloir procéder à l'analyse de la formation des prix et des marges tout au long de la chaîne de valeur de la grande distribution alimentaire en Martinique* ». Dans ce cadre, l'Autorité devra « *analyser une possible accumulation des marges en partant de l'amont de la chaîne de valeur ainsi que la manière dont elles sont répercutées en s'intéressant notamment aux groupes* ».

Dans son avis n° 09 A 45 du 8 septembre 2009 relatif aux mécanismes d'importation et de distribution des produits de grande consommation dans les départements d'outre mer (ci après l'« avis de 2009 » ou l'« avis n° 09 A 45 »), l'Autorité relevait que « *les structures des marchés domiens* [(soit les départements de la Guadeloupe, de la Martinique, de la Guyane, de La Réunion ainsi que Saint-Pierre-et-Miquelon n'ayant pas fait l'objet d'une étude particulière)]*, notamment au stade du détail ou de certaines productions locales, et les comportements des opérateurs à chacun des stades de l'approvisionnement des territoires domiens* […] *ne favorisaient pas le dynamisme de la concurrence* ». Dans son avis n° 19 A 12 du 4 juillet 2019 concernant le fonctionnement de la concurrence en outre mer (ci après l'« avis de 2019 » ou l'« avis n° 19 A 12 »), l'Autorité a constaté que, malgré « *un certain nombre de dispositions législatives* […] *qui visaient à remédier aux problèmes spécifiques à la concurrence en outre?Mer* », il subsistait une « *persistance d'écarts de prix significatifs entre les DROM et la métropole* » tout en notant que, « *si certains niveaux de marge ou de rentabilité peuvent apparaître élevés ou supérieurs à ceux constatés en métropole, le poids de chacun des intermédiaires, pris isolément, est trop faible en moyenne pour que les sur?marges éventuellement réalisées à un stade de la chaîne de valeur puissent être rendues responsables de l'essentiel des différentiels de prix* ».

Pour l'instruction du présent avis, l'Autorité s'est appuyée sur les services de l'État et en particulier sur ceux de la Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes (ci après « DGCCRF ») et a consulté l'Institut d'émission des départements d'outre mer (ci-après « l'IEDOM »). L'Autorité a également procédé à l'envoi de nombreux questionnaires et a auditionné en Martinique et dans l'Hexagone, les acteurs économiques actifs en Martinique, notamment : les distributeurs, les grossistes importateurs, des producteurs locaux, les armateurs, des opérateurs de la chaîne logistique et des fournisseurs hexagonaux. L'Autorité s'est également rapprochée des acteurs institutionnels locaux, notamment les services de la préfecture, la CTM, l'observatoire des prix, des marges et des revenus (ci après « OPMR ») et une association de consommateurs.

L'augmentation des écarts de prix à la consommation avec l'Hexagone

De manière générale, les données de niveaux de prix de l'Insee, disponibles pour l'année 2022, montrent une persistance d'écarts de prix significatifs entre la Martinique et l'Hexagone (13,8 % d'écart moyen) ainsi qu'une forte augmentation de ces écarts depuis 2010 (en hausse de 4 points entre 2010 et 2022). L'augmentation est cependant moins marquée entre 2015 et 2022 (+ 1,5 point sur 7 ans) qu'entre 2010 et 2015 (+ 2,6 points sur 5 ans).

Ces écarts de prix sont en grande partie imputables aux produits alimentaires, qui représentent l'un des premiers postes de consommation des ménages (40,2 % d'écart moyen (Fisher)).

À cet égard, comme dans son avis de 2019, l'Autorité encourage le développement et la mise à jour régulière d'outils et de moyens d'analyse permettant de mesurer l'évolution de ces écarts, et les écarts entre les prix régulés et non régulés, afin d'éclairer au mieux les pouvoirs publics et les consommateurs. Elle a ainsi fait des recommandations pour faciliter les comparaisons s'appuyant sur les enquêtes de l'Insee (recommandation n° 2).

Des outils de lutte contre la vie chère utiles mais insuffisants

Plusieurs outils de lutte contre la vie chère dans les outre mer, et en particulier en Martinique, ont été mis en place ces dernières années. Ainsi, la création des OPMR, le bouclier qualité prix (ci après « BQP ») et le BQP+ à la suite de la démarche « *Oudinot du pouvoir d'achat* » de 2022, de même que la signature du Protocole, ont contribué à lutter contre la vie chère en Martinique.

Si ces outils s'avèrent utiles, ils demeurent insuffisants. À cet égard, compte tenu de l'inadéquation entre les missions dévolues aux OPMR et les moyens qui leur sont alloués, l'Autorité recommande, dans la continuité de son avis de 2019, de doter l'OPMR de Martinique de moyens (financiers et humains) propres et nécessaires à son fonctionnement afin qu'il soit en mesure d'accomplir ses missions et d'éclairer utilement les pouvoirs publics (recommandation n° 1).

La persistance des spécificités martiniquaises affectant les prix à la consommation

Dans ses précédents avis de 2009 et 2019, l'Autorité avait indiqué que les écarts de prix entre l'Hexagone et les départements et régions d'outre-mer (ci après « DROM ») découlaient, pour une certaine mesure, des particularités géographiques et économiques de ces derniers et, notamment, de l'étroitesse de ces marchés ainsi que de leur dépendance à l'Hexagone pour leur approvisionnement, et des disparités de revenus.

Compte tenu de sa dépendance aux importations et d'un contexte international peu porteur pour ses exportations (comme le rhum et les bananes), la Martinique souffre ainsi toujours d'un déficit commercial fort et persistant.

L'importation de l'essentiel des produits

L'essentiel des produits consommés en Martinique reste importé par voie maritime depuis la France hexagonale. Or, il semble que la stratégie d'approvisionnement de la Martinique pourrait bénéficier d'une ouverture sur son bassin de vie régional, à savoir la zone de la Caraïbe, qui constitue un levier décisif pour dépasser la taille réduite du marché local, diversifier les importations, développer les exportations et diminuer les coûts logistiques (recommandation n° 3).

Depuis le retrait de la compagnie Maersk en 2022, la liaison entre l'Europe et les Antilles françaises est assurée par trois compagnies maritimes (CMA CGM, Marfret et Seatrade), CMA CGM étant un acteur incontournable sur le marché.

Si le projet de création d'un « hub Antilles », porté par, d'un côté, les ports de Martinique et de Guadeloupe et, de l'autre, la compagnie CMA CGM, pourrait être de nature à renforcer l'attractivité des lignes desservant la Martinique depuis l'Europe en créant de nouveaux débouchés et en diversifiant les sources d'approvisionnement dans la zone de la Caraïbe, l'Autorité recommande néanmoins d'être attentif aux conditions de création et de fonctionnement de ce hub pour veiller à ce qu'il ne conduise pas à l'éviction des concurrents de CMA CGM mais, au contraire, qu'il soit de nature à stimuler la concurrence entre armateurs, actuels et potentiels, dans la zone (recommandation n° 4).

La fiscalité locale (TVA et octroi de mer)

Conformément à ses engagements, dans le cadre du Protocole, l'État a procédé à l'exonération de TVA pour une assiette de 69 familles de produits, représentant 6 000 références de produits de grande consommation. Toutefois, conformément à la logique de neutralité budgétaire des engagements souscrits par l'État, d'autres produits non essentiels ont été retirés de la liste des produits bénéficiant d'exonérations et ont été assujettis au taux normal de TVA (8,5 %). Il s'agit des équipements et accessoires informatiques et des smartphones.

De la même manière et dans le cadre du même Protocole, la CTM s'est engagée à baisser l'octroi de mer (interne et externe) pour une liste de 54 familles de produits de grande consommation. Cet engagement a été chiffré par la CTM à 5,98 millions par an. Toutefois, conformément au principe de compensation par péréquation prévue dans le Protocole, l'Assemblée de Martinique a adopté plusieurs délibérations augmentant l'octroi de mer sur d'autres produits, le montant généré par cette hausse dépassant très largement le coût de l'engagement pris par la CTM dans le cadre du Protocole.

Selon la Cour des comptes, le montant de l'octroi de mer en Martinique était de 250 millions d'euros en 2014 alors qu'il s'élevait à 346 millions en 2022. Le montant de l'octroi de mer collecté par habitant a ainsi augmenté de près de

50 % entre 2014 et 2022, passant de 637 à 949 euros. L'octroi de mer souffre en outre d'une forte instabilité (ayant fait l'objet de 160 délibérations de la CTM sur la période 2014 2022).

À défaut d'une réforme plus ambitieuse de la fiscalité ultramarine, qui nécessiterait d'identifier des sources de revenus nouvelles pour les collectivités et des mesures alternatives de soutien à la production locale, l'Autorité recommande de rendre plus simples, plus prévisibles et plus transparents tant les différents taux d'octroi de mer appliqués à l'entrée des marchandises sur le territoire de la Martinique que les opérateurs assujettis. L'Autorité recommande également de réexaminer les taux d'octroi de mer applicables aux produits importés et de les supprimer s'il n'existe pas d'équivalent dans la production locale (recommandation n° 5).

L'analyse des frais d'approche

Compte tenu de l'insularité et l'éloignement de la Martinique par rapport à l'Hexagone, de nombreuses étapes et l'intervention d'une multitude d'opérateurs sont nécessaires pour assurer l'acheminement des marchandises sur le territoire. Ces étapes sont à l'origine de frais d'approche qui n'existent pas pour l'approvisionnement des magasins en France hexagonale. L'ensemble des distributeurs et grossistes importateurs interrogés ont ainsi fait état de plusieurs postes de coûts supplémentaires liés à l'éloignement. Il s'agit essentiellement des coûts de transport ainsi que des coûts logistiques et de stockage, auxquels s'ajoutent les coûts induits par la fiscalité.

Ainsi, depuis l'analyse qui avait été faite en 2019 par l'Autorité s'agissant de l'ensemble des DROM, la part des frais d'approche dans le coût d'achat des marchandises importées par les distributeurs en Martinique a progressé d'environ 19 %, passant de 28 % à 33,3 %. À cet égard, les activités logistiques et portuaires constituent les principaux postes de dépense (12,8 %), suivis de ceux du transport maritime (10,9 %), puis de l'octroi de mer (9,6 %).

Il convient toutefois de préciser que les données dont dispose l'Autorité ne vont pas au delà de l'exercice comptable 2024. Elles ne prennent donc pas en compte, ou seulement de manière marginale, les évolutions de l'octroi de mer

intervenues à la suite de la signature du Protocole.

Par ailleurs, l'Autorité partage le constat des opérateurs selon lequel une grande partie des frais d'approche (hors fiscalité) est forfaitaire, c'est à dire déterminée par rapport au volume ou au conteneur, quelle que soit la valeur de la marchandise transportée. Cela pénalise particulièrement les produits dont le rapport valeur/volume est faible, comme c'est le cas de la plupart des produits alimentaires. S'il appartient à chaque importateur de déterminer la manière de répercuter les coûts d'approche sur les prix des produits importés, l'Autorité recommande de privilégier une répercussion proportionnelle à la valeur des produits importés, plutôt que proportionnelle au volume, afin de limiter leur impact sur les produits dont le rapport valeur/volume est faible (recommandation n° 6).

L'analyse de la chaîne de distribution alimentaire

La place incontournable des grossistes?importateurs

Les grossistes importateurs sont des intermédiaires spécifiques aux territoires ultramarins. Ils procèdent à l'importation depuis l'Hexagone ou l'étranger de produits de marque nationale (pour l'essentiel), qu'ils revendent ensuite aux distributeurs. Leur rôle central s'explique par les services qu'ils rendent aux distributeurs locaux : ils prennent ainsi en charge des services logistiques, en particulier de stockage, et assurent une fonction de « force de vente » en proposant aux distributeurs des services de mise en rayon et d'animation commerciale.

Si l'article 5 de la loi Lurel du 20 novembre 2012 (codifié sous l'article L. 420 2 1 du code de commerce) interdit, dans les collectivités ultramarines, « *les accords ou pratiques concertées ayant pour objet ou pour effet d'accorder des droits exclusifs d'importation à une entreprise ou à un groupe d'entreprises* », il semblerait que ce texte soit appliqué de manière variable en Martinique.

L'Autorité recommande donc de renforcer le contrôle par la DGCCRF du respect de la loi Lurel, notamment lorsque les produits ne sont pas simultanément accessibles via les grossistes importateurs et les centrales d'achats hexagonales des distributeurs. À cette fin, et pour accélérer le traitement des dossiers, il serait

souhaitable de renforcer les pouvoirs de la DGCCRF en élevant ses plafonds de transaction (recommandation n° 7).

Une organisation des groupes de distribution reflétant la spécificité du circuit d'approvisionnement

Sept groupes interviennent sur le marché de la distribution aval et présentent des configurations très différentes. Les groupes GBH et Parfait, par ailleurs très diversifiés dans d'autres secteurs de l'économie, exploitent respectivement quatre et trois hypermarchés et disposent ainsi d'importantes surfaces de vente. Le groupe CréO exploite seize magasins sur le segment du ***hard discount***. Le groupe SAFO exploite six supermarchés et se distingue surtout par son schéma d'intégration verticale puisqu'il détient trois des plus importants grossistes importateurs de l'île. Enfin, les groupes Sainte Claire, Pamphile et GFHHH sont plus modestes en termes de chiffres d'affaires, d'emplois et de surfaces commerciales exploitées.

L'organisation des groupes tient compte de la spécificité du circuit d'approvisionnement et, en particulier, de la place incontournable des grossistes importateurs. Ainsi, les groupes GBH et Parfait disposent de structures commissionnaires à l'achat qui gèrent l'approvisionnement auprès des centrales d'achats hexagonales. Ils ont aussi mis en place des centrales de référencement en charge de l'approvisionnement auprès des grossistes importateurs et des producteurs locaux. Les groupes GBH, SAFO et CréO possèdent en outre un ou plusieurs grossistes importateurs. Il résulte de ces constats, d'une part, que les groupes sont peu comparables entre eux et, d'autre part, que l'existence des structures intermédiaires conduit à accroître les coûts de la distribution sur le territoire martiniquais.

Analyse des marges des groupes de distribution intégrés

L'Autorité met en évidence un écart significatif entre les niveaux de marge des hypermarchés et ceux des supermarchés. Les hypermarchés affichent des marges nettes positives (1,2 %) tandis que les supermarchés présentent en moyenne des marges nettes négatives (1,4 %), traduisant une rentabilité structurellement plus faible. Une forte hétérogénéité est cependant observée entre les supermarchés, les niveaux de marge variant sensiblement selon les

enseignes.

La comparaison des marges des supermarchés et hypermarchés martiniquais avec la moyenne nationale montre que les niveaux de marge commerciale et de marge brute globale sont du même ordre de grandeur. En revanche, les niveaux de valeur ajoutée, de marge d'exploitation et de marge nette y sont inférieurs[1].

S'agissant des hypermarchés et supermarchés de l'Hexagone, les marges commerciales des hypermarchés martiniquais sont supérieures à la moyenne hexagonale (+ 1,7 %) tandis que celles des supermarchés martiniquais sont plus faibles que celles des hypermarchés et supermarchés hexagonaux (3 %). Cette tendance se confirme au niveau de la valeur ajoutée, tandis qu'au niveau de la marge brute d'exploitation, les hypermarchés martiniquais réalisent des résultats comparables à l'Hexagone là où les supermarchés réalisent un résultat beaucoup plus faible (2,5 %). Ces résultats se vérifient également en comparaison des autres départements et collectivités d'outre-mer (ci-après les « DCOM ») puisque les hypermarchés martiniquais demeurent plus profitables alors que les supermarchés martiniquais demeurent beaucoup moins profitables.

Analyse des marges des grossistes?importateurs, des centrales d'achats et des centrales de référencement des groupes intégrés

L'Autorité constate que les structures intermédiaires en amont de la chaîne de distribution des groupes intégrés sont davantage profitables. Alors que les magasins distributeurs affichent en moyenne des marges nettes négatives (0,79 %), les grossistes importateurs et les centrales d'achats dégagent des résultats positifs (1,6 %), et les centrales de référencement présentent une rentabilité très élevée (28,8 %).

Toutefois, ces niveaux de marges demeurent inférieurs à ceux des grossistes importateurs non intégrés à un groupe de distribution, dont les marges nettes sont environ deux fois plus élevées que leurs concurrents intégrés. Cet écart s'explique en partie par une répartition de la marge des structures intermédiaires au sein même des groupes intégrés.

Enfin, la comparaison des niveaux de marge de l'ensemble des grossistes importateurs martiniquais avec ceux des grossistes hexagonaux met en évidence une performance globalement comparable pour les grossistes intégrés et une surperformance notable pour les grossistes non intégrés. La comparaison avec les niveaux de marge des grossistes importateurs des autres DCOM permet quant à elle d'observer des niveaux de marge globalement similaires à ceux observés en Martinique.

L'activité de grossiste importateur, pierre angulaire de l'approvisionnement en Martinique pour les produits de marque, apparait plus profitable que l'activité de distribution. Or ces acteurs participent peu aux dispositifs existants visant à lutter contre la vie chère au niveau local. Dans le prolongement de son avis de 2019, l'Autorité recommande donc de faire participer plus largement les grossistes importateurs aux négociations et aux mesures de lutte contre la vie chère en Martinique (recommandation n° 8).

Prise en compte de la dimension groupe

Les marges des distributeurs et des grossistes importateurs précédemment observées doivent être interprétées avec prudence notamment du fait des facturations intragroupes qui permettent de répartir la marge totale liée à l'import et à la distribution de produits sur le territoire martiniquais entre les différentes entités du groupe.

L'Autorité a ainsi estimé la part de l'ensemble des prestations techniques, de services et de présidence supportée par les sociétés de distribution et les grossistes importateurs et reversée à d'autres sociétés du même groupe. Il ressort de cet exercice que ces charges représentent en moyenne 9 % de la marge brute globale dégagée. Faute de données comparatives avec d'autres groupes intégrés, il apparait difficile de conclure sur ces résultats.

Enfin, l'analyse des comptes consolidés permet d'appréhender plus fidèlement le niveau réel d'activité et de rentabilité des groupes étudiés, même si, pour certains d'entre eux, le périmètre consolidé dépasse le seul champ de la distribution à dominante alimentaire. Les marges consolidées observées s'établissent ainsi entre 2,6 % et 6,7 % pour la marge nette d'exploitation, et entre

1,6 % et 4,4 % pour la marge nette. Les taux de rentabilité des capitaux propres varient quant à eux de 8,6 % à 10,8 %, tandis que les taux de rentabilité des capitaux engagés se situent entre 8,2 % et 13,8 %. Il demeure toutefois difficile d'apprécier ces performances, au delà d'une simple comparaison entre les groupes, dans la mesure où les comparaisons sectorielles disponibles n'intègrent pas de dimension consolidée.

Si, au terme de l'analyse effectuée, il n'apparait pas que les marges réalisées par les groupes de distribution intégrés soient notablement supérieures à celles réalisées dans l'Hexagone, leur intégration au sein de grands groupes diversifiés permet à ces derniers d'augmenter la rentabilité de l'activité de distribution dans des proportions qui restent difficiles à estimer. Il parait donc nécessaire d'assurer un suivi régulier de l'évolution de la structure des prix et des marges de ces opérateurs en Martinique sur la base de données permettant d'identifier la répartition de la marge au sein des groupes ainsi que par territoire.

L'Autorité recommande ainsi la mise en place d'un dispositif pérenne, assorti de sanction en cas de non respect, associant les autorités fournissant des statistiques (notamment l'Insee et l'IEDOM) permettant aux pouvoirs publics (préfets, collectivités territoriales, DGCCRF, OPMR ou autre administration compétente) de disposer, selon une périodicité régulière, des informations relatives aux prix et aux marges des grossistes importateurs et des groupes de distribution martiniquais ainsi qu'au sein de ceux-ci. Il convient toutefois de préciser que ces mesures ne pourront être efficaces que si les services concernés disposent des moyens humains et financiers adéquats pour remplir ces missions (recommandation n° 9).

[1] Nota bene : dans cette analyse des marges des groupes de distribution intégrés, les taux de rentabilité utilisés pour l'Hexagone (ainsi que ceux utilisés pour le groupe des autres départements et collectivités d'outre-mer) sont issus des travaux de l'Institut d'émission des départements d'outre-mer (ci-après IEDOM). Ils portent sur le périmètre global hypermarchés +supermarchés. Cf. IEDOM Agence de la Martinique, « Analyse des marges dans la chaîne de la

distribution alimentaire en Martinique », février 2026.

Informations sur l'avis

Origine de la saisine	le Gouvernement par l'intermédiaire des ministres chargés de l'économie et des outre-mer

Lire

Le texte intégral
1.59 Mo

Le communiqué de presse