

Relèvement du seuil de revente à perte et encadrement des promotions : comment faire remonter l'eau à sa source ?



Par Laurent
BENZONI

Professeur
d'économie
à Paris 2

Président TERA
Consultants

La loi Egalim entend discipliner les comportements d'achat de la grande distribution et enrayer leur guerre des prix dans le but d'améliorer le fonctionnement des filières agroalimentaires et le revenu des agriculteurs. Pour ce faire, l'ordonnance n° 2018-1128 instaure pour deux ans :

- l'augmentation de 10 % du seuil de revente à perte (SRP) des denrées alimentaires⁽¹⁾ ;
- la limitation des promotions à 34 % du prix de vente de ces denrées vendues au consommateur ou une augmentation de la quantité vendue équivalente ;
- l'interdiction que les promotions sur ces denrées dépassent 25 % du chiffre d'affaires ou du volume contractuel.

Lors du colloque du 19 novembre 2018 tenu à la Cour d'appel de Paris, j'ai montré que le dispositif envisagé emportait des risques (i) d'inflation au détriment des consommateurs, (ii) d'éviction des fournisseurs fragiles et (iii) de renforcement de la puissance de la grande distribution. Quatre jours plus tard, le 23 novembre, l'Autorité de la concurrence publiait son avis sur le projet d'ordonnance⁽²⁾. Elle émet un avis « très réservé » sur le relèvement du SRP et le plafond imposé aux prix promotionnés, et un avis « défavorable » sur le contingentement du

volume des promotions⁽³⁾. L'Autorité est en outre très sceptique sur l'effectivité du mécanisme économique sous-jacent de l'ordonnance, à savoir le « ruissellement » des marges supplémentaires engrangées par la distribution en aval qui devraient remonter tout en amont aux agriculteurs afin d'augmenter leurs revenus.

La physique nous apprend que l'on ne peut faire remonter l'eau à sa source sans mettre en œuvre des forces suffisantes luttant contre la gravitation. Les lois de l'économie suivent une logique similaire : on ne fait pas remonter les marges vers l'amont sans mesures contrant avec vigueur les forces du marché. Les mécanismes économiques actionnés par l'ordonnance sont-ils adaptés et suffisants pour répondre à l'objectif qu'ils poursuivent ? C'est à cette question que tente de répondre cet article.

Dans cette perspective, il expose une analyse critique du dispositif de l'ordonnance pour ensuite esquisser des remèdes pour traiter cette récurrente question des effets négatifs de la puissance d'achat excessive.

1. Analyse critique de l'ordonnance : un point de vue économique

1.1. L'hypothétique ruissellement des marges de l'aval vers l'amont

L'objectif premier de l'ordonnance est de remédier au faible pouvoir de négociation des fournisseurs face à la grande distribution avec, en ligne de mire, l'augmentation du revenu des agriculteurs.

(1) Le seuil de revente à perte est défini dans l'article L. 442-2 du code de commerce par « (...) le prix unitaire net figurant sur la facture d'achat, majoré 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 afférentes à cette revente et du prix du transport. »

(2) Aut. conc., avis n° 18-A-14, 23 nov. 2018, relatif au relèvement du seuil de revente à perte et à l'encadrement des promotions pour les denrées et certains produits alimentaires.

(3) Aut. conc., avis n° 18-A-14, préc., § 150, p. 55.

Dans cette perspective, le relèvement du SRP devrait forcer la hausse du prix des denrées alimentaires vendues par les distributeurs avec une faible marge puisqu'une marge minimale de 10 % sera désormais appliquée sur toutes ces denrées. Parallèlement, la limitation des promotions en prix et en volume augmentera le prix moyen des denrées dont les promotions dépassaient les seuils prévus dans l'ordonnance. En conséquence :

- si les prix d'achat des denrées par les distributeurs qui sont concernées par les deux dispositions restent inchangés (plus de négociation à la baisse), la marge des distributeurs croît,
- si cette marge supplémentaire dégagée par les distributeurs est affectée à la hausse du prix d'achat des denrées alimentaires non concernées par l'ordonnance,
- alors la hausse des prix d'achat au niveau des distributeurs devrait « ruisseler » à travers les filières vers l'amont jusqu'aux agriculteurs fournissant les denrées non concernées car ils bénéficieront de prix plus élevés et augmenteront ainsi leur revenu,
- si et seulement si tous les acteurs intermédiaires des filières agro-alimentaires répercutent, au moins en partie sur le prix de leurs achats, la hausse de prix dont il bénéficient sur leurs prix de vente⁽⁴⁾.

Le seul amoncellement des « si » permet de douter de l'effectivité du dispositif sur le revenu des agriculteurs. Le mécanisme dit de « ruissellement » des marges qui remonteront des distributeurs « riches » vers les paysans « pauvres » à travers une hausse de prix n'a d'ailleurs aucun fondement en théorie économique⁽⁵⁾.

Les forts doutes de l'Autorité de la concurrence sur l'ordonnance l'attestent, quand bien même elle mène une analyse approfondie de cette question en considérant les très nombreux paramètres concernés (types de produits concernés ou non, élasticité, etc.). Mais l'Autorité rappelle bien qu'elle ne se prononce que sur l'ordonnance et non sur l'ensemble de la loi. Il faut donc élargir l'analyse pour vérifier si les conclusions pessimistes présentées ci-dessus ne peuvent être contredites si l'on replace le dispositif de l'ordonnance dans le contexte plus large de la loi Egalim.

12. Un risque d'exacerbation des problèmes de l'agriculture française

En effet, la loi Egalim dispose dès son article 1 : « Les critères et modalités de détermination du prix (...) prennent

en compte un ou plusieurs indicateurs relatifs aux coûts pertinents de production en agriculture et à l'évolution de ces coûts, un ou plusieurs indicateurs relatifs aux prix des produits agricoles et alimentaires constatés sur le ou les marchés sur lesquels opère l'acheteur et à l'évolution de ces prix ainsi qu'un ou plusieurs indicateurs relatifs aux quantités, à la composition, à la qualité, à l'origine et à la traçabilité des produits ou au respect d'un cahier des charges (...), les organisations interprofessionnelles élaborent et diffusent des indicateurs, qui servent d'indicateurs de référence (...) ».

La loi indique que les prix contractuels payés aux agriculteurs devront être basés sur des coûts dits « pertinents ». Ce dispositif garantit ainsi un prix plancher, évitant aux agriculteurs de vendre à perte. La hausse des prix au niveau des consommateurs induite par l'ordonnance devrait aller de pair avec l'instauration de ces prix couvrant les coûts supportés par les agriculteurs de telle sorte que les prix d'achat négociés en aval se caleront *a minima* sur les prix fixés en amont. Toute augmentation de prix en aval répercutée sur l'amont permet de dégager une marge positive pour les exploitations agricoles. Ce mécanisme reste purement théorique et hypothétique.

En effet, la détermination concrète du coût pertinent d'un produit agricole au niveau de l'ensemble d'une filière de production sera un exercice vain.

En premier lieu, les rendements des exploitations pour un même produit agricole varient couramment du simple au quadruple. Quel coût sera « pertinent » pour fixer le prix contractuel ? Celui des exploitations les moins productives ? Des plus productives ? La moyenne ? La médiane ?

En second lieu, faut-il envisager un coût par race dans l'élevage ? Par variété dans les fruits et légumes ? Mentionnons par exemple que le catalogue européen des variétés compte 4 000 espèces de tomates⁽⁶⁾.

Enfin, ce dispositif ne pourra s'appliquer aux produits en provenance des pays de l'Union européenne dont les prix seront librement négociés en fonction de l'offre et de la demande et des pouvoirs de négociation entre vendeurs et acheteurs. Il reviendra alors que les difficultés de certaines filières alimentaires françaises procèdent d'abord d'un défaut de compétitivité et non du problème de négociation avec la grande distribution.

Sur ce dernier point, prenons l'exemple de la tomate, le produit du rayon fruit et légumes le plus consommé par les Français. Les Pays-Bas, plus gros pays exportateur européen de tomates fraîches avec une production de 1,7 milliard d'euros de tomates, 5 fois plus que la France, exportent d'avantage que l'Espagne ou l'Italie. Les Pays-Bas affichent un excédent commercial de 1,2 milliard d'euros sur les tomates fraîches. La France est déficitaire

(4) V. la présentation du mécanisme par le ministère de l'Agriculture disponible à l'adresse suivante : <http://agriculture.gouv.fr/egalim-comprendre-le-seuil-de-revente-perde-et-lencadrement-des-promotions>.

(5) A. Pariety, Le mythe de la théorie du ruissellement, La Découverte, 2018.

(6) V. Plant variety database – European Commission.

de plus de 200 millions d'euros et supporte un déficit avec les Pays-Bas et la Belgique. Peut-on croire que ces deux pays assoient leur compétitivité dans la tomate fraîche sur leur climat ? Leur espace géographique disponible ? Le coût de leur main d'œuvre ? etc.

Autre exemple : le porc, viande la plus consommée en France : 34,5 kg par habitant et par an dont 25 % de viande fraîche et 75 % de produits élaborés. Un élevage porcin français moyen compte moins de 200 têtes contre 560 au Danemark. En 20 ans, l'Allemagne a quasiment doublé sa production porcine, celle de la France a régressé. La France est devenue importateur net de produits porcins. Nos voisins ont restructuré leur filière, amélioré la productivité et la qualité tout en réduisant les rejets polluants bien plus que la France.

La faiblesse structurelle de l'agriculture française est identifiée de longue date⁽⁷⁾. Elle réside d'abord dans la prévalence d'exploitations familiales résistantes pour des raisons culturelles et patrimoniales à l'adoption du modèle d'entreprise capitalistique bien plus répandu chez nos voisins européens⁽⁸⁾. Le modèle d'entreprise évite que la volatilité des cours des produits se translate *ipso facto* en volatilité des revenus des personnes travaillant sur les exploitations et donc que les fluctuations financières de court terme supportées par la société exploitante ne se transforment immédiatement en drames humains comme dans les exploitations familiales françaises.

Les inadaptations structurelles de certaines filières agricoles françaises ne trouveront pas leur solution dans le relèvement du SRP ou l'encadrement des promotions. Au contraire, l'ordonnance risque d'exacerber la concurrence agricole intra-européenne et perturber l'inévitable mutation de ces filières en France. Le remède proposé par l'ordonnance serait-il alors pire que le mal initial ?

1.3. Des effets trop mal maîtrisés de l'ordonnance

Un exemple numérique très schématique et simplifié servira de trame à cette analyse. Soit, un distributeur achetant une denrée alimentaire de marque de fabricant (MDF) au prix de 100 revendue sans marge tandis que cette denrée sous marque de distributeur (MDD) est vendue au prix

de 80 avec marge de 20 %. Il est courant d'observer un écart de prix de cet ordre entre produits MDF et produits MDD au niveau des consommateurs. Les produits MDF sont souvent des produits d'appel sur lesquels la marge de distribution est faible et donne lieu aux promotions les plus agressives (exemple du Nutella promotionné en janvier 2018 chez Intermarché).

Avec le nouveau seuil de revente à perte, le distributeur applique une marge minimale de 10 % sur le prix du produit de marque vendu désormais à 110 au lieu 100, tandis que le prix du produit MDD reste à 80 car non impacté par l'ordonnance. Deux effets sont observables : (i) un effet inflationniste, le prix moyen des produits augmente ; (ii) l'écart des prix entre produits MDF et MDD croît : il passe dans l'exemple de 20 (100 - 80) à 30 (110 - 80). Qu'en inférer de cet exemple ?

Concernant l'effet inflationniste, l'UFC calcule que les ménages supporteront jusqu'à 5 milliards d'euros d'augmentation de leurs dépenses alimentaires⁽⁹⁾. Le distributeur Leclerc évalue le surcroît de dépenses à 1,7 milliard⁽¹⁰⁾. L'étude d'impact du Gouvernement estime à 0,7 % la hausse du prix des denrées alimentaires si l'ordonnance affecte le tiers des produits en cause et une hausse de 2 % se produira si elle affecte la totalité des ventes⁽¹¹⁾. Finalement, la ponction sur les ménages serait comprise entre 1,74 et 4,98 milliards d'euros, confirmant la fourchette des autres organismes.

Quant à l'écart croissant entre denrées alimentaires plus coûteuses (MDF) et moins coûteuses (MDD), il implique que les produits MDD seront plus compétitifs en prix par rapport aux MDF.

Dans ce contexte, il importe d'anticiper la réaction des ménages et des distributeurs. L'étude d'impact décrète « (...) l'impossibilité de modéliser le comportement des distributeurs et des consommateurs »⁽¹²⁾, un exercice auquel s'est néanmoins livré l'Autorité et il est permis d'avancer quelques hypothèses raisonnables basées sur les faits et le bon sens économique.

Les ménages restent contraints par leur revenu disponible comme le rappelle le mouvement des « gilets jaunes » qui occupe aujourd'hui l'actualité. Leur budget alimentaire ne croîtra pas ou très faiblement. Ils devraient donc majoritairement se détourner des produits dont le prix relatif augmente, les MDF, pour privilégier des produits moins onéreux, les MDD ou les premiers prix. Comme la loi en-

(7) V. par ex. P. Mundler et J. Rémy, L'exploitation familiale à la française : une institution dépassée, in *L'Homme & la Société*, 2012/1-2, n° 183-184, pp. 161-179 ; J. Pluvinage, La transformation en cours : la fin de l'âge d'or de la moyenne exploitation, archétype de l'exploitation familiale, Rennes, 12 févr. 2015 (<https://www.sfer.asso.fr/source/coll-structures-agricoles2015/sa2015-b3-pluvinage.pdf>) ; H. Cochet, Séparation capital/travail, flexibilité et rémunération des facteurs de production : la fin de l'exploitation agricole familiale, in *Économie rurale*, janv.-mars 2017, pp. 357-358.

(8) Même si leur nombre a baissé de 35 % ces 15 dernières années, on en compte encore 426 200 exploitations agricoles en France métropolitaine.

(9) <https://www.quechoisir.org/billet-du-president-seuil-de-revente-a-perte-le-gouvernement-chiffre-jusqu-a-5-milliards-d-euros-d-inflation-n51476/>. En comparaison, la hausse des taxes sur le carburant représentait une ponction inférieure à 2 milliards.

(10) V. Aut. conc., avis n° 18-A-14, préc.

(11) V. l'étude d'impact projet de la loi pour l'équilibre des relations commerciales dans le secteur agricole et alimentaire et une alimentation saine et durable, NOR: AGRX1736303L/Bleue-1, p. 70.

(12) *Ibidem*, p. 71.

tend améliorer la qualité de l'alimentation, le report des achats vers les denrées moins chères et de moindre qualité, produira l'effet inverse à celui recherché, en particulier chez les ménages les plus pauvres.

Sur un marché mature, le seul vecteur de croissance est la conquête de part de marché et la guerre des prix ne cesse donc jamais tant qu'un seul des acteurs poursuit une stratégie de conquête. La multiplication des « drive » a permis de contourner les règles de l'urbanisme commercial et de déstabiliser les parts de marché réalisées au niveau local. Désormais, les « pure players » de l'Internet entrent sur le marché de la distribution alimentaire après avoir déstabilisé le marché des denrées non alimentaires sur lesquels la grande distribution réalisait d'importantes marges. Aucun élément structurel ne permet d'anticiper la fin de la guerre des prix dans la distribution, même si certains distributeurs souffrent et souhaiteraient une concurrence pacifiée.

Dans cette perspective, les distributeurs accentueront la pression sur les fournisseurs de MDF pour qu'ils baissent leurs prix afin de limiter, voire d'annuler, l'effet de la hausse de leurs prix aux consommateurs en raison du relèvement du seuil de revente à perte. Si en dépit de cette pression, le prix des MDF ne baisse pas suffisamment et induit un report des consommateurs vers les MDD, le champ de bataille se déplacera sur les MDD. Les fournisseurs des produits MDD affronteront la pression accrue des distributeurs pour baisser leurs prix de vente. Or, 60 % des produits vendus sous MDD, hors premier prix, sont françaises⁽¹³⁾. S'agissant des produits non transformés, à supposer qu'émergent des indicateurs de coûts pertinents des produits agricoles conduisant à une augmentation des prix d'achat par la distribution (*supra*), le report des achats vers des pays à faibles coûts de production sera le moyen évident pour maintenir la compétitivité des prix et les marges. Les productions étrangères verront croître leurs débouchés en substitution des productions françaises : ce qui est gagné en prix sera perdu en volume. Or l'effet volume a un impact très fort sur les exploitations agricoles en équilibre économique précaire.

S'agissant plus spécifiquement du contingentement des promotions, comme souligné lors du colloque du 19 novembre 2018, il est d'une mise en pratique si complexe qu'il est au mieux inapplicable car incontrôlable, au pire comme relevé par l'Autorité de la concurrence, il conduit à favoriser la collusion entre acteurs, à distordre la concurrence entre distributeurs, à déstabiliser les relations contractuelles entre producteurs de MDD et distributeurs au détriment des premiers⁽¹⁴⁾. Les effets anticipés sont si négatifs que l'Autorité émet un avis défavorable sur le contingentement du volume des promotions.

Pour toutes ces raisons, en dépit d'une durée maximale de deux ans avant évaluation, l'ordonnance prévoit en son article 5, I qu'« un décret en Conseil d'État, pris après avis de l'Autorité de la concurrence, peut suspendre l'application des dispositions des articles 2 et 3, le cas échéant jusqu'au terme de la période définie à l'article 1^{er}, pour tout ou partie des denrées ou produits mentionnées aux articles 2 et 3, si les conditions prévues au II sont remplies ». C'est reconnaître d'emblée l'extrême fragilité de l'édifice.

2. Remèdes comportementaux et remèdes structurels

Si laissés à eux-mêmes les marchés dysfonctionnent, des remèdes sont justifiés sur le plan de la théorie économique sous condition de respecter deux principes : (i) bien circonscrire l'origine de la défaillance de marché ; (ii) pallier la défaillance par des remèdes adaptés et proportionnés à ce qui est juste nécessaire pour laisser le plus d'espace possible à la liberté d'entreprendre, de commercer et de contracter.

2.1. La concentration dans la distribution : une barrière à l'accès aux linéaires et aux consommateurs

La concentration de la distribution implique que les options de sortie pour les fournisseurs lors de leurs négociations avec les grandes centrales d'achat sont quasi-inexistantes⁽¹⁵⁾. Les pratiques contractuelles dites de « hold-up » en théorie économique⁽¹⁶⁾ peuvent alors prospérer et induire des prix non soutenables à long terme pour les offreurs tout en leur transférant la majorité des risques de marché que devraient supporter les distributeurs assurant pleinement leur fonction économique (reprise des invents, variations des cours, clauses rétroactives, etc.).

Les prix trop bas imposés par la grande distribution lors des négociations commerciales ne sont ainsi qu'un symptôme comportemental d'une pathologie structurelle : la trop forte concentration des achats.

Ainsi, l'ordonnance constitue un remède supplémentaire pour traiter le symptôme mais non la pathologie. Elle rejoint les autres remèdes déjà en vigueur, dont les 13 pratiques restrictives de concurrence du L. 442-6 du code de commerce restées sans effet notable, sinon la loi Egalim n'aurait pas de raison d'être. Les dispositifs se multiplient. Ils ont en commun de s'attaquer aux effets négatifs de la puissance d'achat,

⁽¹³⁾ Source FEEF : d'après une étude Nielsen citée par l'Autorité de la concurrence dans son avis n° 18-A-14, préc., p. 18.

⁽¹⁴⁾ V. Aut. conc., avis n° 18-A-14, préc., §131-146.

⁽¹⁵⁾ L'option de sortie désigne la faculté de trouver rapidement sans coût supplémentaire et dommage importants un nouveau partenaire se substituant à celui avec lequel on négocie.

⁽¹⁶⁾ V. L. Benzoni, La multiplicité des formes d'organisation des relations verticales : introduction à certains développements récents de la théorie de la firme, in Les relations verticales dans les industries de Réseaux, Université Paris – Dauphine, 1994.

mais cela reste sans effet notable à ce jour. Quels remèdes efficaces pourrait-on alors envisager ?

Les producteurs de denrées alimentaires doivent accéder aux linéaires des distributeurs pour proposer et vendre leurs produits aux consommateurs. Plus la distribution se concentre, plus elle augmente son pouvoir de contrôle sur l'accès aux linéaires. Elle use de ce pouvoir dans les négociations commerciales comme une barrière à l'entrée que doivent franchir les producteurs pour accéder aux consommateurs. Certains économistes ont qualifié les linéaires de « *facilité essentielle* » pour caractériser leur caractère crucial pour les producteurs et les effets anticoncurrentiels des pratiques de la distribution⁽¹⁷⁾. Cet accès aux linéaires est entravé depuis longtemps. La loi Galland⁽¹⁸⁾ pointait le problème dès 1996 alors que la distribution était loin d'afficher le niveau de concentration actuel avec 3 super centrales d'achat assurant près de 90 % des achats des denrées alimentaires à destination des ménages. Ce goulet d'étranglement induit nombre de dysfonctionnements des marchés au motif de la défense du pouvoir d'achat des consommateurs : il convient donc de le neutraliser.

2.2. Remède comportemental 1 : appliquer l'article L. 420-5

La prohibition de prix abusivement bas a été introduite dès 1986 dans le code de commerce par l'article L. 420-5. Une jurisprudence ancienne et constante indique la méthode à suivre pour le mettre en œuvre⁽¹⁹⁾. Un prix est présumé abusivement bas s'il est inférieur au coût moyen évitable (ou coût variable) du bien ou du service, car il est économiquement insoutenable à terme et déstabilise le marché (mauvais signal envoyé aux consommateurs). Un distributeur revendant un produit à son prix d'achat ne couvre pas le coût évitable de ce produit qui comporte aussi les coûts de logistique interne, de merchandising, du passage en caisse, de la démarque, etc. Le coût évitable d'un produit pour un distributeur est donc nécessairement supérieur à son prix d'achat. L'article L. 420-5 impose de fait un seuil de revente à perte supérieur au prix d'achat dans une proportion à déterminer selon les produits mais qui pourrait ou non être supérieur au seuil de 10 % uniforme imposé par l'ordonnance.

Ce seuil de revente à perte basé sur la méthode d'évaluation du prix abusivement bas pourrait être aisément calculé à l'aide de modèles économiques standards basés sur la comptabilité analytique du distributeur dont la tenue serait obligatoire et normalisée. Cette approche

maintient la concurrence entre distributeurs car le seuil de revente à perte dépend ici du prix d'achat du produit, ainsi que de l'efficience propre des distributeurs de par leur capacité à minimiser leur coûts internes. En revanche, avec l'ordonnance, la compétitivité d'un distributeur dépend *uniquement* du prix d'achat puisque le seuil de revente à perte est calculé avec une marge sur prix d'achat identique, quel que soit le produit et quels que soient les coûts internes des distributeurs. Ce dispositif implique que la compétitivité des prix des distributeurs dépend de la seule pression sur les prix qu'ils exercent sur leurs fournisseurs. Or, l'ordonnance a paradoxalement pour objectif de relâcher cette pression.

2.3. Remède comportemental 2 : compléter l'article L. 420-5

Il importe d'aller plus loin. En effet dans sa rédaction actuelle, l'article L. 420-5 du code de commerce ne concerne que le marché en aval de la distribution, la vente aux consommateurs, mais il ne traite pas les pratiques amont, à savoir les achats aux fournisseurs qui sont aussi un élément central dans la loi Egalim. Il pourrait donc être complété pour limiter l'exercice d'une puissance d'achat excessive par un paragraphe du type : « *Il est prohibé d'obtenir d'un fournisseur à l'issue d'une négociation commerciale un prix abusivement bas par rapport aux coûts de production, de transformation et de commercialisation* ». Un prix abusivement bas obtenu dans ces circonstances participe de surcroît à un plan d'éviction de l'acheteur, soit pour éliminer des concurrents du fournisseur sur le marché amont car il y a une présomption que le prix a été obtenu sous menace de ne pas signer le contrat, soit pour affaiblir ses concurrents directs sur le marché aval grâce aux prix anticoncurrentiels négociés en amont. L'intention d'éviction implique, selon la jurisprudence, que le prix doit alors couvrir, non pas le seul coût évitable, mais le coût moyen total de fourniture du bien supporté par le fournisseur. Couvrir le coût complet d'un produit par son prix de vente est compatible avec l'efficience économique de long terme du fournisseur. Ce marqueur du coût moyen total ou coût moyen incrémental de long terme dans les décisions les plus récentes, permet aussi de vérifier que les rabais obtenus au titre des quantités achetées sont proportionnés à des gains d'efficience et non le vecteur d'un transfert indu de risque et de marge du fournisseur vers l'acheteur.

Le dispositif n'est pas cantonné au seul maillon de la distribution, il s'appliquerait à l'ensemble des filières, alimentaires ou non au demeurant. Il garantit, pour les denrées alimentaires, que l'agriculteur, tout en amont, négociera au fond sur la base de ses coûts d'une façon proche du dispositif prévu dans l'article 1 de la loi Egalim (v. *supra* 1.2.). Mais, contrairement au dispositif de la loi Egalim, les prix négociés laissent une large place à la liberté contractuelle en les basant sur les coûts propres à chaque entité économique. Ce cadre permet à la concurrence par les mérites

(17) M. Glais, Infrastructures et autres ressources essentielles au regard du droit de la concurrence, Revue d'économie industrielle, vol. 85, 3^e trimestre 1998, pp. 85-116.

(18) Lⁿ° 96-588, 1^{er} juill. 1996, dite « loi Galland ».

(19) CE, 3 juill. 1991, aff. C-62/86, AKZO / Commission, EU:C:1991:286.

de s'exercer au bénéfice des entités les plus efficaces et *in fine* des consommateurs.

2.4. Remède structurel : bien mesurer le pouvoir de marché de l'acheteur

Il convient enfin de mieux identifier le problème structurel du pouvoir de marché des acheteurs. À l'instar du pouvoir de marché des offreurs, il importerait de définir des indicateurs et seuils à partir desquels la dominance des acheteurs sur un marché serait suspectée, voire avérée. Au-delà de ces seuils, les pratiques des acheteurs pourraient être sanctionnables si elles sont abusives et ils devraient assumer une responsabilité particulière de marché comme cela est le cas pour les offreurs en position dominante.

De tels seuils permettraient par exemple d'examiner sous un jour très différent l'effet des accords de coopération noués entre grandes centrales d'achat. En attaquant l'origine structurelle du dysfonctionnement du pouvoir de marché des acheteurs, il serait possible d'appliquer, cas par cas, de justes remèdes pour les seules pratiques abusives plutôt que de sombrer dans le contrôle quasi administratif des marchés qui inspire au fond la loi Egalim.

Les économistes se sont peu intéressés au sujet du pouvoir des acheteurs qualifiés de monopsonique ou d'oligopsonique. La situation évolue lentement⁽²⁰⁾. Des travaux proposent des méthodes d'analyse et des indicateurs permettant de repérer l'existence d'un pouvoir de marché des acheteurs⁽²¹⁾. Fort de l'existence de ce pouvoir de marché, les travaux montrent que la pression des distributeurs sur les prix des fournisseurs constitue le moteur de la concentration dans la distribution (effet Waterbed), mais que ce moteur n'est pas basé sur une efficacité intrinsèque du distributeur⁽²²⁾, la puissance d'achat se repère aussi par des

transferts antiéconomiques des risques du distributeur vers le fournisseur⁽²³⁾, etc.

Conclusion : replacer la puissance d'achat dans le circuit économique général

La question de la puissance d'achat constitue un réel enjeu au regard de l'ampleur potentiel de ses effets macroscopiques. Paul Samuelson, prix Nobel d'économie en 1970, expliquait au New-York Times que « *faire 20 % d'économie sur ses courses chez Wal-Mart ne compense pas nécessairement les pertes de salaires* »⁽²⁴⁾. Par cette remarque, il soulignait que la préférence des consommateurs pour les prix les plus bas constitue le ressort de fond de la concurrence entre distributeurs. C'est pour cette raison que les distributeurs pressent les prix de leurs fournisseurs pour obtenir des produits moins coûteux, ce qui induit en bout de chaîne une pression sur les salaires d'autant plus forte dans les économies ouvertes, que les importations entrent en concurrence avec les productions nationales. La pression sur les salaires pousse alors les consommateurs à préférer toujours plus les produits les moins onéreux pour maintenir leur pouvoir d'achat et activer en retour la guerre des prix dans la distribution.

Replacer la puissance d'achat dans le circuit économique général rappelle que :

- l'évolution du pouvoir d'achat des consommateurs constitue un élément de fond essentiel du débat sur la grande distribution ;
- une autorité de concurrence traitant de la puissance d'achat avec pour seul horizon la défense du consommateur peut produire des analyses et décisions contraires à l'intérêt général. ■

(20) V. par ex. R. Noll, Buyer Power and Economic Policy, Stanford Institute for Economic Policy Research, Discussion Paper, n°04-08, mars 2005 ; OCDE, Les monopsones et le pouvoir d'achat, Comité de la concurrence, 2008, DAF/COMP (2008)38 ; R. D. Blair & J. L. Harisson, Monopsony in Law and Economics, Cambridge University Press, 2012.

(21) L. Benzoni, A. Journo, La puissance d'achat : nouveaux enseignements économiques, AJCA, déc. 2015.

(22) R. Inderst, T. M. Valletti, Buyer Power and the Waterbed Effect, The Journal of Industrial Economics, Vol. 59, n°1, March 2011, pp. 1-20 ; Majumdar, Waterbed effects and buyer mergers, Working paper, Centre for Competition Policy, n°7, 2005.

(23) M. Dietsch, L'équilibre des relations fournisseurs-distributeurs – le cas des marchés de produits de grande consommation, rapport pour la CEPC, janvier 2007 ; A. Grimes, Buyer Power and Retail Gatekeeper Power: Protecting Competition and the Atomistic Seller, Antitrust Law Journal, n° 72, 2005.

(24) "Being able to purchase groceries 20 percent cheaper at Walmart does not necessarily up for the wage losses" (<https://www.nytimes.com/2004/09/09/business/worldbusiness/an-elder-challenges-outsourcing-orthodoxy.html>).