



Mesure de la puissance d'achat : *Approche économique*



Laurent BENZONI*

Ateliers de la concurrence- DGCCFR

TERA Consultants
39, rue d'Aboukir
75002 PARIS
Tél. + 33 (0) 1 55 04 87 10
Fax. +33 (0) 1 53 40 85 15
S.A.S. au capital de 200 000 €
RCS Paris B 394 948 731

* Professeur à Paris 2, Centre de recherche Economie et Droit
Président TERA Consultants ; benzoni@tera.fr ; 01 55 04 87 10

17 Juin 2015

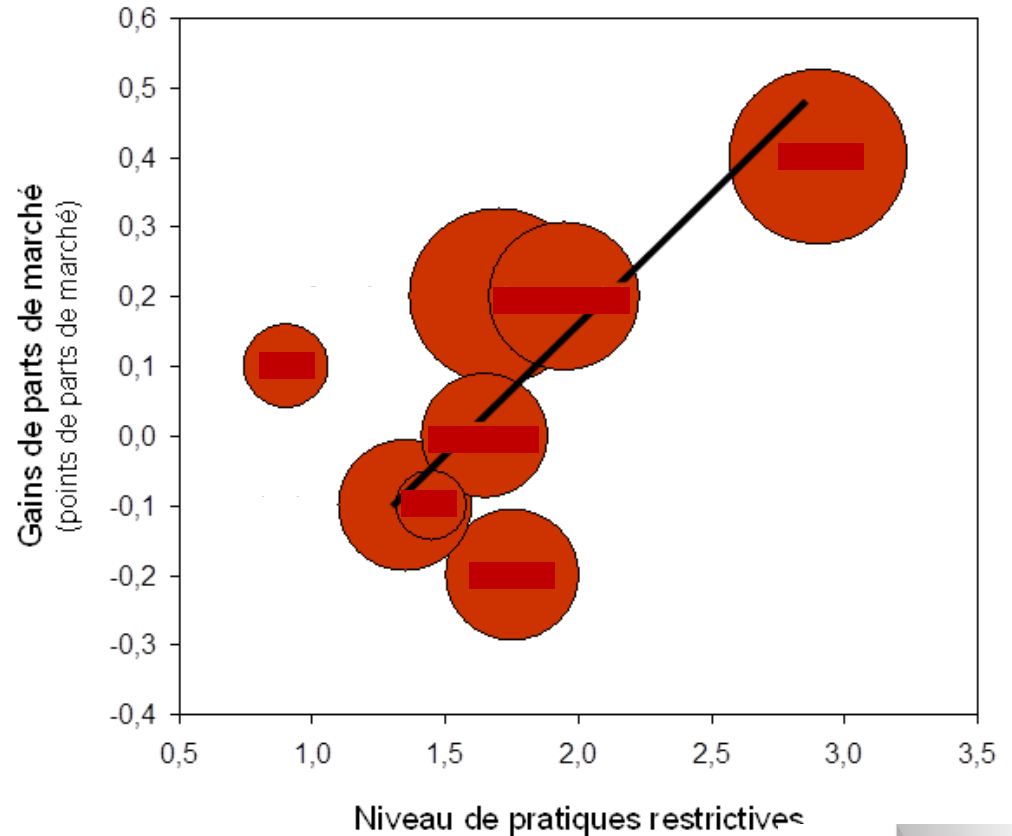
La puissance d'achat incite à l'abus dans les pratiques contractuelles car elle est, au premier chef, bénéfique pour le distributeur

Enquête réalisée en 2012 et 2013 auprès de 41 fournisseurs de grande marques de biens de consommation, (notes sur une échelle de 0 à 5), et données Nielsen pour les parts de marché.

La surface des points est proportionnelle aux parts de marché 2013.

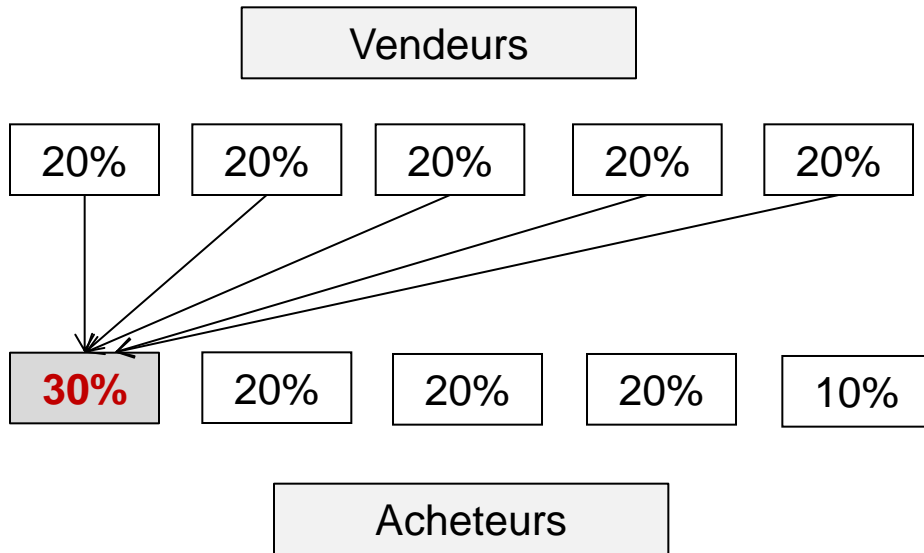
0 : pas du tout concerné ; 5 : pratique très courante et préjudiciable pour les affaires.

Le coefficient de corrélation du niveau de pratiques contractuelles « restrictives » et du gain de parts de marché est de 80%, soit un coefficient de détermination de 64%.

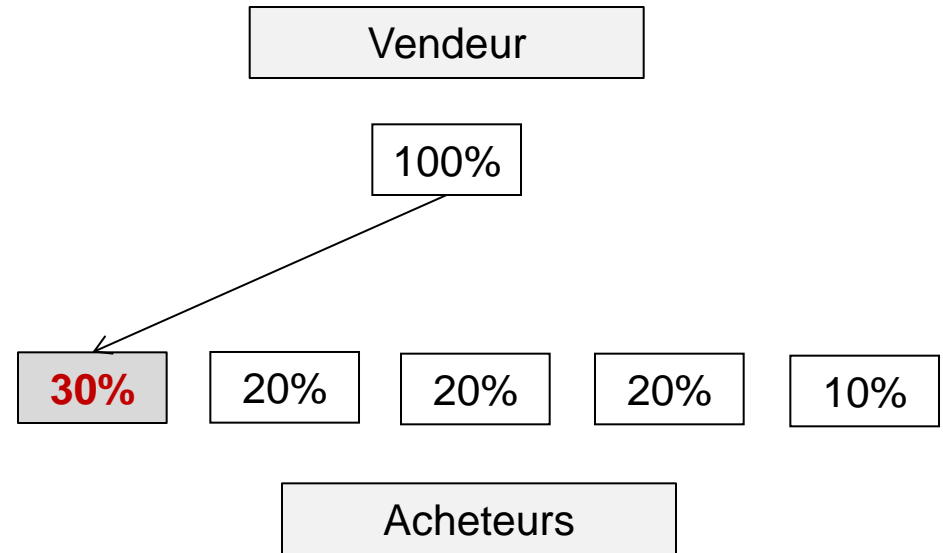


Limite du « taux de menace » défini par la Commission européenne

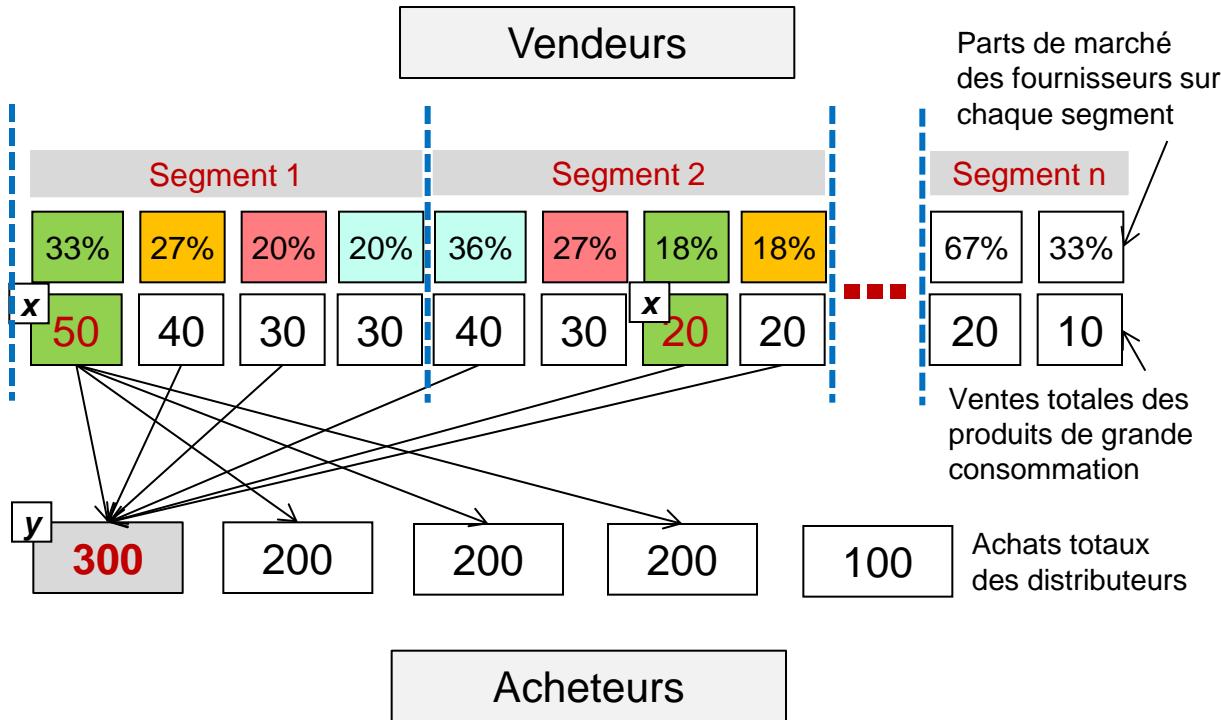
Situation 1



Situation 2



Un indice des dépendances relatives



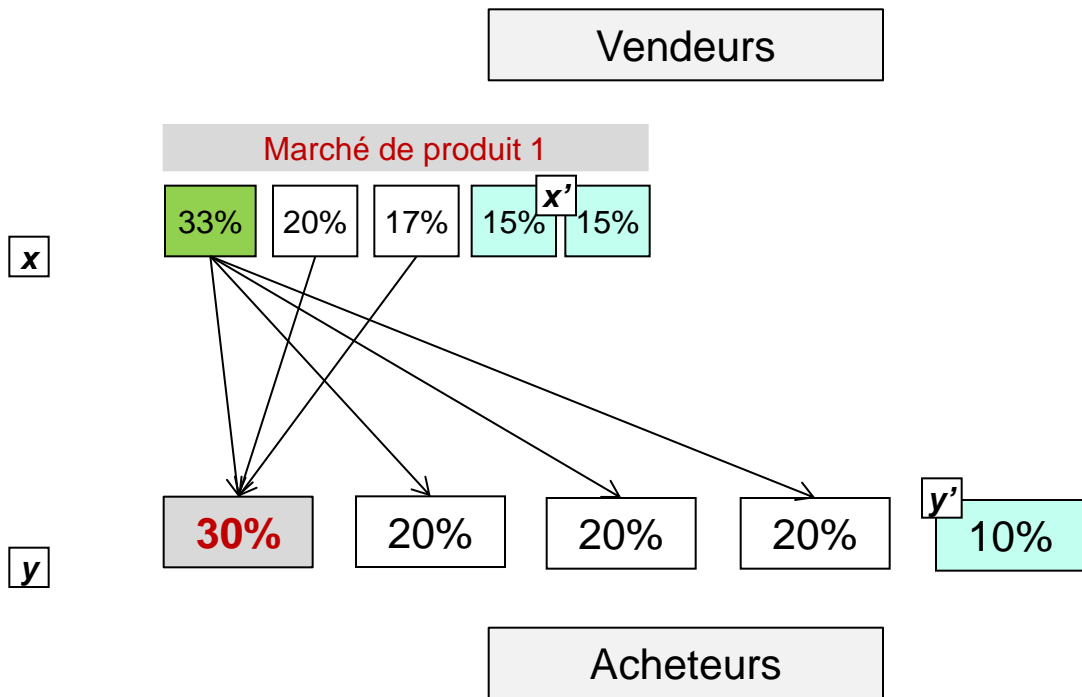
- Le vendeur **x** est présent sur deux segments de marchés, avec respectivement 33% et 18% de parts de marchés
 - Il a une part de marché cumulée de 7% sur l'ensemble des marchés distribués par les vendeurs
- Le distributeur **y** a 30% de parts de marchés
- Si le vendeur **x** vend chez tous les distributeurs, la perte du distributeur **y** implique pour lui une perte de 30% de son chiffre d'affaires
- Si l'acheteur **y** se fournit auprès de la majorité des vendeurs, déréférencer le vendeur **x** implique pour lui une perte de 7 à 10% de ventes manquées
- On peut ainsi comparer :

$$\frac{\text{Ventes}(x \text{ chez } y)}{\text{Ventes}(x)} \bigg/ \frac{\text{Achats}(y \text{ chez } x)}{\text{Achats}(y)}$$

Si le ratio est largement supérieur à 1, alors il y a déséquilibre des dépendances comparées

Taux de dépendance relatif pour le producteur vert vis-à-vis du distributeur gris = $300/70 = 4,3$
 NB le taux de menace dans cet exemple si le producteur vert a vendu 15 au distributeur gris, le taux de menace est de 21%

Un indice des options de sortie relatives



- Si le vendeur x vend chez tous les distributeurs à l'exception du dernier, il peut compenser la perte du distributeur y en:
 - Vendant auprès du distributeur y'
 - Vendant plus auprès des autres distributeurs
- Si l'acheteur y cesse de se fournir auprès du vendeur x , il peut compenser ce déréférencement en:
 - Se fournissant auprès du vendeur x'
 - Se fournissant plus auprès des autres vendeurs
- En ne retenant que les acteurs qui ne commerciaient pas ensemble initialement (marqués prime), on peut ainsi comparer les options de sorties du vendeur et de l'acheteur sur chacun des segments de marché:

$$\frac{\text{Parts de marché}(\text{vendeurs non réf. chez } y)}{\text{Parts de marché}(\text{acheteurs non fournis par } x)}$$

Indice des options de sorties relatives pour le distributeur gris vis-à-vis du producteur vert = $(15\%+15\%)=$ option de sortie du distributeur

10% = option de sortie du producteur

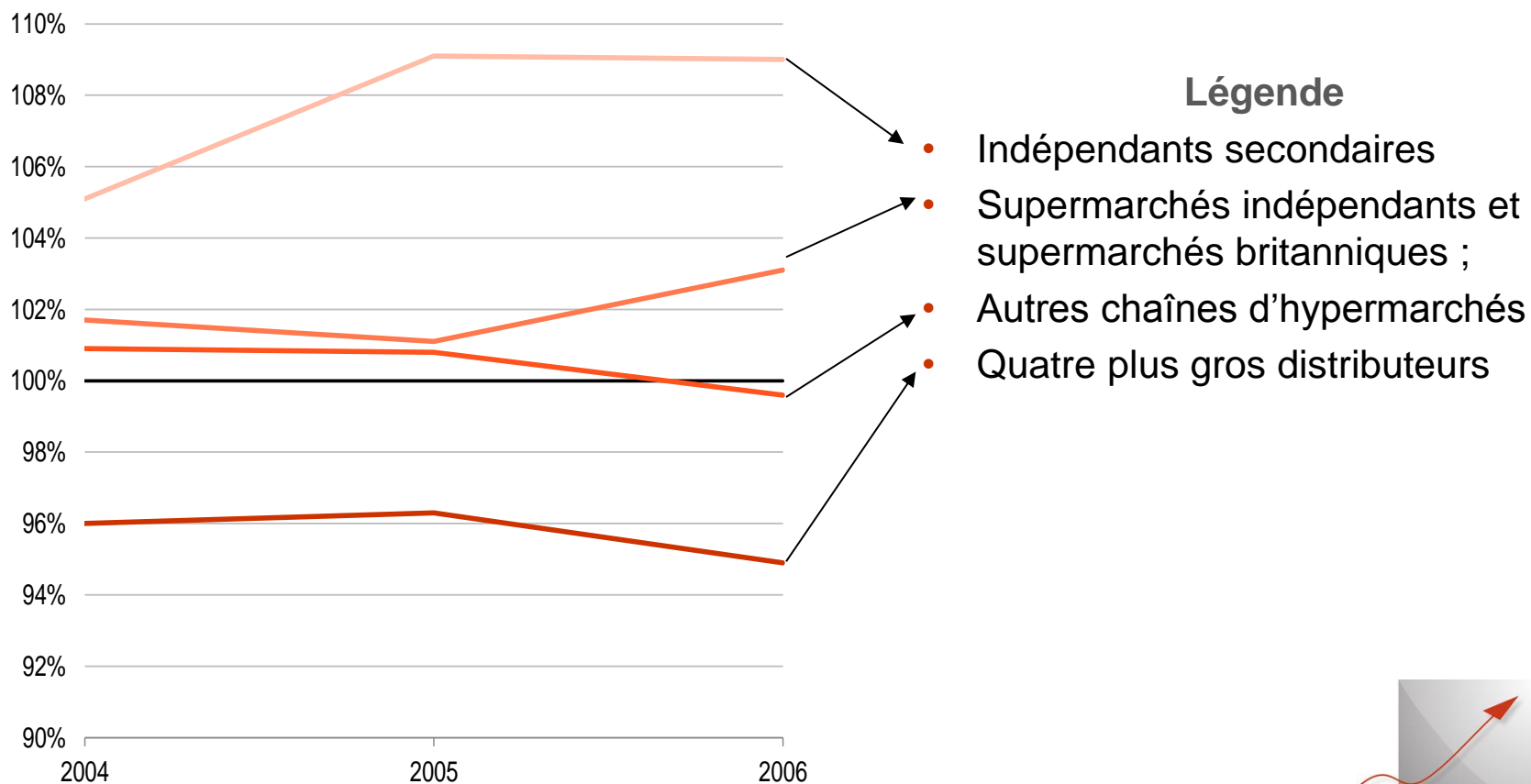
Ratio des options de sortie : $30\%/10\% = 3$

Il y a déséquilibre des options de sortie au détriment du producteur

Si le ratio est largement supérieur à 1, alors il y a déséquilibre des possibilités de substitutions

Effet « Waterbed » au Royaume-Uni

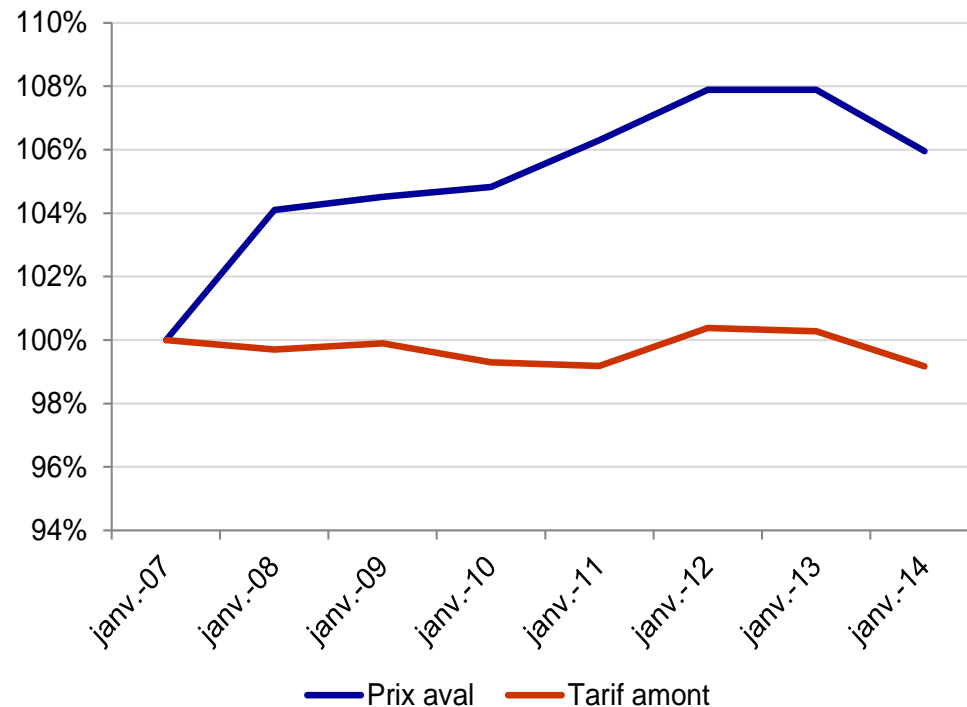
Evolution des écarts de prix de gros sur le marché britannique, selon la taille des distributeurs



Source : Competition Commission,
The supply of groceries in the UK market investigation, 2008, p. 88.

Waterbed : la France comme le Royaume-Uni ?

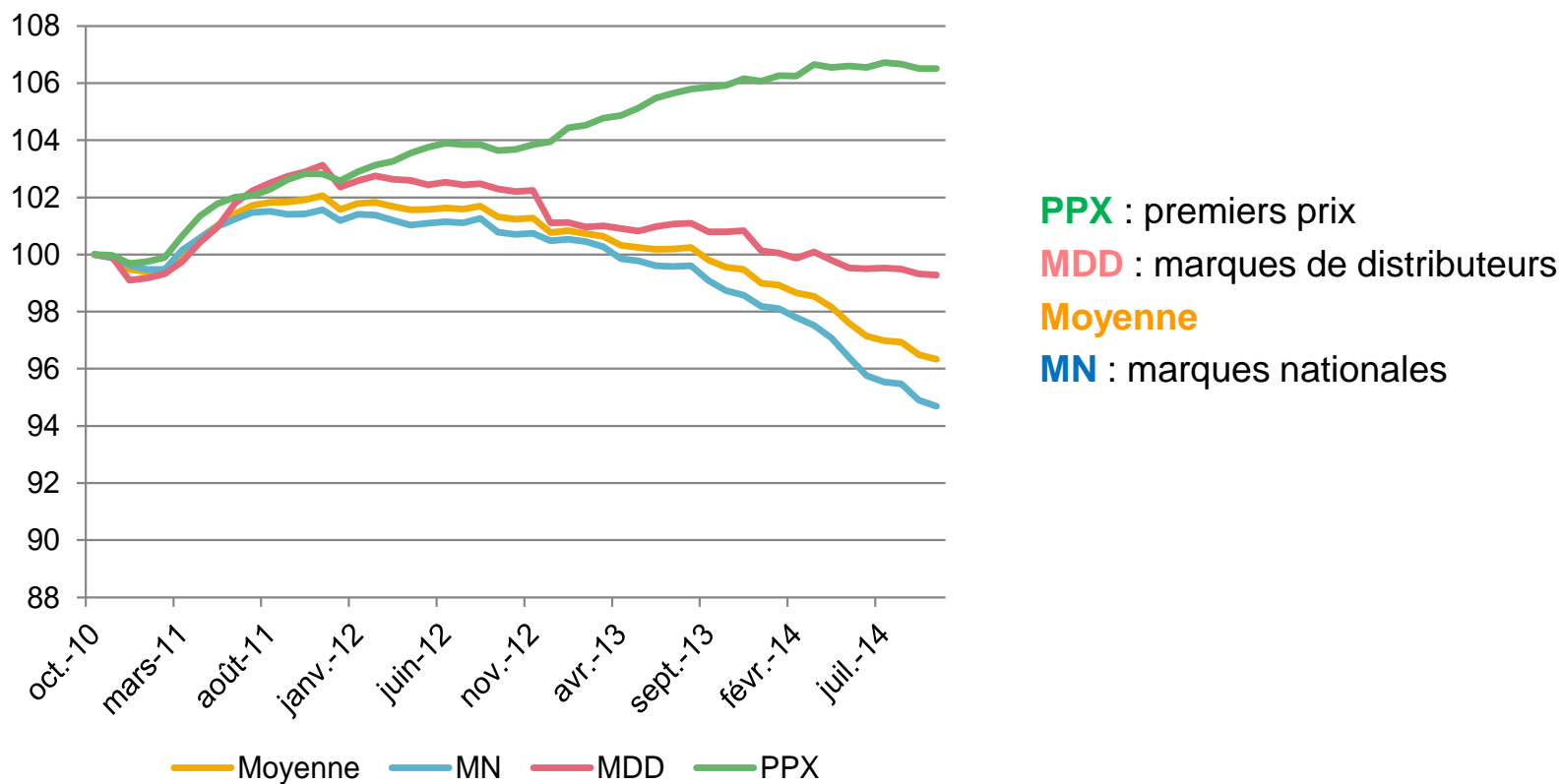
**Ecart entre prix amont et prix aval pratiqués
sur un échantillon de grande marques nationales en France**



Source : prix aval d'après inflation, des marques nationales mesurée par le panéliste IRi, tarifs amont calculés d'après le prix 5 fois net sur les marques nationales estimé par une enquête auprès de marques nationales.

Effet « Waterbed » entre catégories de marque

Evolution des indices des prix de la demande selon la gamme



Source : DGCCRF, d'après données du panéliste IRi.

Indices dits des « prix de la demande », i.e. des prix de l'offre pondérés par les volumes de ventes. Il est important de noter que les prix de l'offre connaissent de plus importantes variations, i.e. à pondérations constantes et non dynamiques.

L'effet du transfert de risque des distributeurs vers les fournisseurs mesurée par une plus forte variabilité des recettes

