

## Grande distribution française : Faire confiance au marché ou céder à la tentation réglementaire ?

Florent Venayre, Christian Montet

► **To cite this version:**

Florent Venayre, Christian Montet. Grande distribution française : Faire confiance au marché ou céder à la tentation réglementaire ?. *Revue Lamy de la Concurrence*, Editions Lamy/Wolters Kluwer, 2004, 1, pp.174-181. halshs-00652153

**HAL Id: halshs-00652153**

**<https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-00652153>**

Submitted on 15 Dec 2011

**HAL** is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

# **Grande distribution française : Faire confiance au marché ou céder à la tentation réglementaire ?**

**Christian Montet\* et Florent Venayre\*\***

*Revue Lamy de la Concurrence, 2004, Vol. 1, pp. 174-181*

## **Introduction**

Parus de façon quasi-simultanée le Rapport de la Commission Canivet<sup>1</sup> et l'avis n° 04-A-18 du Conseil de la concurrence, ont apporté des éléments majeurs d'expertise sur les effets pervers de loi Galland du point de vue de la concurrence. Des propositions de réforme ont été formulées et sont aujourd'hui l'objet de débats. Dans ce travail, nous reprenons certaines des analyses contenues dans ces documents, avec le souci de présenter des remarques complémentaires sur l'engrenage des effets pervers des diverses réglementations entourant la grande distribution et sur la nécessité qui en est découlée d'intervenir de façon régulière afin de corriger en quelque sorte les effets des réglementations précédentes (Section 1). Un large consensus se fait jour à présent sur les effets dits « inflationnistes » de la loi Galland (il serait d'ailleurs plus approprié de parler de hausses de prix sans en référer au phénomène macroéconomique qu'est l'inflation). De même on s'accorde pour reconnaître que les dispositions de cette loi favorisent les comportements collusoires tacites, aussi bien au niveau des fournisseurs, qu'à celui des grands distributeurs, ces derniers se trouvant dans une certaine mesure piégés dans un mécanisme qui a pu les arranger temporairement mais qui les empêche aujourd'hui de développer des stratégies de prix plus flexibles. En revanche, un autre

---

\* LAMETA, Université de Montpellier I et Université de Polynésie Française.

\*\* LAMETA, Université de Montpellier I.

<sup>1</sup> La commission présidée par M. G. Canivet a remis au ministre M. N. Sarkozy, le 18 octobre 2004, un rapport intitulé : « *Rapport du groupe d'experts constitué sur les rapports entre industrie et commerce* », ci-après dénommé Rapport Canivet.

consensus demeure sur le besoin de réglementer les activités de la grande distribution, notamment par l'interdiction de la revente à perte, même si l'on envisage d'en redéfinir les critères (Section 2). Pourtant, nous voudrions développer une série d'arguments allant plus clairement que les textes cités plus haut dans le sens d'une libéralisation des relations entre fournisseurs et distributeurs et des activités de la grande distribution en général. Evidemment, les abus possibles aussi bien vis-à-vis des fournisseurs que des petits concurrents voire des consommateurs doivent être traités, mais dans le cadre du droit normal de la concurrence, qui possède tous les outils pour affronter les problèmes posés dans ce secteur de la vie économique.

## **1. Une réglementation pléthorique et désormais largement superflue**

La réglementation française comporte de nombreux textes s'intéressant spécifiquement aux relations que les distributeurs entretiennent avec leurs fournisseurs – multinationales de l'agroalimentaire, PME ou agriculteurs. Elle comporte également des dispositions dont le but est la protection des petits commerces contre les grands distributeurs. L'ensemble de ces textes, trop nombreux, reflète les peurs qui ont accompagné – et accompagnent encore bien souvent – la naissance puis le développement de la grande distribution. Les interventions de l'Etat, en l'espèce, peuvent être divisées en deux catégories : celles qui contrôlent l'implantation des grandes surfaces et celles qui encadrent les pratiques commerciales.

### **1.1. Les effets paradoxaux du contrôle de l'implantation des grandes surfaces**

La première intervention visant à contraindre l'ouverture des grandes surfaces est la loi Royer<sup>2</sup>, qui met en place un système d'autorisations préalables pour toute ouverture, extension ou modification des grandes surfaces, en fixant des seuils précis. Ces dispositions seront profondément modifiées par la loi Raffarin<sup>3</sup>, qui en accroîtra considérablement leur contenu coercitif en abaissant fortement les niveaux des seuils<sup>4</sup>. L'objectif de ces lois qui restreignent considérablement la localisation des grandes surfaces est d'éviter « *qu'une*

---

<sup>2</sup> Loi d'orientation du commerce et de l'artisanat du 27 décembre 1973, n° 73-1193, dite loi Royer.

<sup>3</sup> Loi du 5 juillet 1996, n° 96-603, « relative au développement et à la promotion du commerce et de l'artisanat », dite loi Raffarin.

<sup>4</sup> Pour plus de précisions, voir Tinard, C. ; Tinard, Y. et Serna, J.-C., La grande distribution française : bouc émissaire ou prédateur ?, FNDE éd., Paris, Coll. Actualités de droit de l'entreprise, 2003.

*croissante désordonnée des formes nouvelles de distribution ne provoque l'écrasement de la petite entreprise et le gaspillage des équipements commerciaux* », comme le stipule le premier article de la loi Royer. L'idée que l'évolution naturelle des structures dans une économie de marché puisse conduire à une bonne affectation des ressources se trouve ainsi délibérément mise en cause, sans que les défaillances supposées du marché soient clairement identifiées par ailleurs.

La volonté étatique de contrôler l'implantation des grandes surfaces, à la fois pour limiter le pouvoir de la grande distribution sur ses fournisseurs et pour protéger le petit commerce est loin d'avoir eu les effets espérés. Les résultats de ce contrôle sont ainsi très souvent paradoxaux. En comprimant les ouvertures et les extensions des grandes surfaces, les lois d'urbanisme commercial ont limité la surface totale de rayons disponible pour la vente des produits des fournisseurs. Cette « rareté des linéaires » a accru la concurrence que se livrent entre eux les producteurs, ce qui touche particulièrement les plus petits d'entre eux, en renforçant d'autant le pouvoir de négociation des distributeurs, devenus détenteurs d'une ressource rare. En outre, les freins aux nouvelles ouvertures ont contribué dans une certaine mesure à fixer la situation existante, au profit des firmes en place et au détriment d'entrants potentiels. Ces barrières à l'entrée administratives ont constitué une entrave non négligeable à la concurrence en prix dans le secteur de la distribution. La difficulté pour les firmes d'opter pour une stratégie de croissance interne les a enfin conduit à avoir recours aux concentrations, ce qui leur est aujourd'hui reproché, notamment par le Rapport Canivet. Nous reviendrons sur ce dernier point dans notre troisième section.

Une autre conséquence inattendue de ces lois urbanistes est qu'en cantonnant le développement de la grande distribution (pour protéger les commerces de centre-ville), les autorités ont favorisé le gigantisme des magasins, les terrains étant à la fois disponibles et bon marché. Les volumes de vente en jeu dans les négociations fournisseurs/distributeurs ont alors fortement augmentés, accroissant encore le pouvoir relatif des grands distributeurs. Du point de vue des consommateurs, le trajet nécessaire pour se rendre sur le lieu de vente s'est allongé, ce qui a favorisé les comportements dits de « one-stop shopping », c'est-à-dire qu'une fois dans le magasin, le consommateur y effectue plus volontiers l'intégralité de ses achats, de façon à « rentabiliser » son déplacement<sup>5</sup>. Le consommateur devient donc plus captif, ce qui renforce pour les distributeurs les incitations à utiliser des prix d'appel, soit à pratiquer de la revente à perte, contre laquelle luttent pourtant les autorités.

---

<sup>5</sup> Chambolle, C., « Stratégies de revente à perte et réglementation », Cahier n° 2002-11, INRA-LORIA, Juillet 2002, page 21.

## 1.2. L'encadrement des pratiques commerciales

Les pratiques commerciales ont également fait l'objet d'un encadrement relativement strict. Pour l'Etat, il s'agit cette fois de veiller à ce que les rapports de force entre la grande distribution et ses fournisseurs soient « équilibrés », sans que cette notion de rapport équilibré ne trouve de fondement dans les principes d'une économie de marché. L'Etat a ainsi directement agi sur le niveau des prix en réglementant le refus de vente, la revente à perte, ou encore la coopération commerciale.

Au moment de son apparition dans les années 1950, la grande distribution connaît d'importantes difficultés. Par exemple, certains fournisseurs, sous la pression des petits commerçants, refusent de livrer ces nouveaux magasins qui pratiquent des prix faibles. En réponse, l'Etat interdit le refus de vente en 1953<sup>6</sup>, puis le précise en 1958<sup>7</sup> et 1960<sup>8</sup>. Mais l'essor qu'a ensuite connu la grande distribution a de plus en plus inquiété les pouvoirs publics, qui ont progressivement souhaité rétablir la légalité du refus de vente. Ainsi, en 1986, il avait été envisagé de supprimer l'interdiction du refus de vente<sup>9</sup> mais cela n'avait finalement pas été effectué, le ministre de l'économie, M. Edouard Balladur, s'y étant personnellement opposé dans un souci de modification en douceur des règles de la concurrence. C'est finalement le vote de la loi Galland<sup>10</sup> qui supprimera l'interdiction per se du refus de vente.

La pratique du prix d'appel, qui consiste à vendre à perte un produit autour duquel une forte publicité est faite dans l'espoir de créer un afflux massif de clients, est une stratégie classique des distributeurs. Les pouvoirs publics se sont très vite montrés hostiles à cette pratique et l'interdiction de la revente à perte est introduite dans le droit français dès 1963<sup>11</sup>. A titre anecdotique mais terriblement révélateur, on peut noter que cette interdiction intervient deux semaines seulement après la première ouverture d'un hypermarché... Malgré cette interdiction légale, un problème technique demeure : pour considérer qu'un produit est vendu à perte, il est nécessaire de connaître avec précision le niveau du prix en deçà duquel l'infraction sera caractérisée, appelé le seuil de revente à perte (SRP). Or il n'existe dans la loi

---

<sup>6</sup> Décret n° 53-704 du 9 août 1953.

<sup>7</sup> Décret n° 58-545 du 24 juin 1958.

<sup>8</sup> Circulaire du 31 mars 1960, dite : « circulaire Fontanet ».

<sup>9</sup> A la demande de la commission en charge de l'établissement du projet de l'ordonnance de 1986 sur la liberté des prix.

<sup>10</sup> Loi du 1<sup>er</sup> juillet 1996, n° 96-588, « relative à la loyauté et l'équilibre des relations commerciales », dite loi Galland.

<sup>11</sup> Loi n° 63-628, du 2 juillet 1963, article premier.

de 1963 aucune indication à ce sujet<sup>12</sup>. Ainsi, l'interdiction de la revente à perte demeure un vœu pieu, jusqu'à la loi Galland qui rendra effective cette interdiction en précisant explicitement la méthode de calcul du seuil de revente à perte : le prix de référence est maintenant le prix d'achat mentionné sur la facture, auquel s'ajoutent les taxes et le prix de transport.

Au-delà de la simple revente des produits, les grandes surfaces apportent également à leurs fournisseurs une série de services destinés à promouvoir leurs ventes, ces prestations facturées aux fournisseurs étant regroupées sous l'appellation de coopération commerciale. La facturation de cette coopération commerciale permet aux distributeurs d'obtenir des baisses de prix dans leurs négociations avec leurs fournisseurs : les marges arrière. Dès 1978, la circulaire Scrivener<sup>13</sup> affirme la légalité de la coopération commerciale, dans la mesure où le service rendu est réel et où le prix est proportionné<sup>14</sup>. En 1984, la circulaire Delors<sup>15</sup> renforce les conditions requises pour que la coopération commerciale soit considérée comme légale<sup>16</sup>. L'article 33 de l'ordonnance de 1986<sup>17</sup> reprendra ces dispositions : « *les conditions dans lesquelles un distributeur se fait rémunérer par ses fournisseurs, en contrepartie de services spécifiques, doivent être écrites* ». Mais c'est surtout la loi NRE<sup>18</sup> de 2001 qui précisera davantage encore le contrôle des autorités en matière de coopération commerciale<sup>19</sup>. Tout

---

<sup>12</sup> A partir des dispositions de la loi de 1963, le calcul du SRP est constitué du prix d'achat effectif, ce dernier pouvant tenir compte des rabais, remises et ristournes lorsqu'il était possible de chiffrer leur valeur au moment de la revente au consommateur final, ce qui rendait son calcul trop complexe pour permettre d'établir clairement l'infraction.

<sup>13</sup> Circulaire du 10 janvier 1978, « relative aux relations commerciales entre entreprises », dite circulaire Scrivener.

<sup>14</sup> Selon le point 5 de la circulaire : « *les services effectivement rendus par les clients qui se traduisent pas un allègement des charges du fournisseur peuvent être rémunérés par une réduction supplémentaire de prix. L'octroi de ces remises doit être proportionné à l'importance des transferts réels de charges du fabricant au client. Elles doivent correspondre à la rémunération d'un certain nombre de services commerciaux, tels que risque commercial élevé, prises de commande, facturation, entreposage, livraison, services avant-vente, service après-vente, etc.* ».

<sup>15</sup> Circulaire du 22 mai 1984, « relative à la transparence tarifaire dans les relations commerciales entre les entreprises », dite circulaire Delors.

<sup>16</sup> Ainsi, par exemple, la circulaire Delors mentionne que : « *les accords de coopération commerciale ne doivent pas [...] entraîner des discriminations injustifiées. [...] les services rendus par le distributeur doivent être réels et bien identifiables et leur rémunération justifiée* ». Il est, dans ce but, demandé aux firmes de prévoir un contrat écrit – transmissible sur simple demande à l'administration – qui précise notamment une « *définition claire et précise des services fournis* », ainsi que la mention de « *pénalités en cas de non-exécution du fait de l'une ou l'autre des parties* ».

<sup>17</sup> Ordonnance du 1<sup>er</sup> décembre 1986, n° 86-1243, « relative à la liberté des prix et de la concurrence », également appelée : « ordonnance Balladur ».

<sup>18</sup> Loi du 15 mai 2001, n° 2001-420, « relative aux nouvelles régulations économiques », dite loi NRE.

<sup>19</sup> Voir article 56 de la loi NRE.

récemment encore, en 2003, la circulaire Dutreil<sup>20</sup> a de nouveau réaffirmé le désir de voir les marges arrière diminuer.

### **1.3. La lenteur de la construction du droit de la concurrence français justifie en partie les nombreux règlements**

Comme il est facile de le constater avec les éléments qui précèdent, la réglementation française en matière de relations commerciales est multiple. Les textes sont nombreux, complexes, parfois redondants, d'autres fois contradictoires. A tout le moins, il est possible d'affirmer qu'ils alimentent le sentiment d'une intervention étatique confuse, qui se construit par tâtonnements successifs. Bien entendu, une raison évidente de cet état de fait est la divergence des intérêts catégoriels des uns ou des autres, les textes réglementaires émergeant au gré des désirs et des pouvoirs de négociation des groupes de pression. Mais au-delà de ce constat finalement classique dès lors que l'on s'intéresse à l'action des pouvoirs publics, une autre raison explique cette cascade de règlements : c'est l'absence, au moment de l'émergence de la grande distribution, d'un droit de la concurrence suffisamment abouti.

En France, la grande distribution voit le jour dans les années 1950 et l'ouverture du premier hypermarché date du 15 juin 1963 (Carrefour, Sainte-Geneviève-des-Bois, Essonne). Or, à cette époque, le droit de la concurrence français n'est pas suffisamment en place pour encadrer efficacement la modernisation de l'économie française. C'est donc, paradoxalement, cette insuffisance des dispositifs légaux qui va conduire les autorités françaises à prendre des mesures spécifiques à la grande distribution.

La première initiative des pouvoirs publics pour prendre en compte les questions de concurrence date de 1953<sup>21</sup>, mais il s'agissait simplement d'intégrer au droit existant quelques dispositions pour contrer les ententes ente entreprises et de créer la Commission technique des ententes, embryon d'autorité de la concurrence. A cette première initiative succédera la Commission des ententes et des positions dominantes en 1963<sup>22</sup>, puis la Commission de la

---

<sup>20</sup> Circulaire du 16 mai 2003, « relative à la négociation commerciale entre fournisseurs et distributeurs », dite circulaire Dutreil.

<sup>21</sup> Décret n° 53-704 du 9 août 1953 « relatif au maintien ou au rétablissement de la libre concurrence industrielle et commerciale ».

<sup>22</sup> Loi de finances rectificative pour 1963 portant maintien de la stabilité économique et financière, n° 63-628, du 2 juillet 1963.

concurrence en 1977<sup>23</sup>. Si leur champ de compétences augmentent, ce n'est pas le cas de leur pouvoir réel, puisqu'elles demeurent consultatives et ne disposent donc pas encore d'un pouvoir indépendant de l'exécutif. Malgré ces évolutions progressives, il faudra attendre l'ordonnance de 1986 pour que se produise une véritable révolution du droit de la concurrence français, avec la liberté des prix. Elle s'accompagnera de la création d'une véritable autorité de la concurrence indépendante, le Conseil de la concurrence, qui contrairement à ses trois ancêtres dispose d'un pouvoir de sanction.

La France n'est ainsi dotée d'un droit de la concurrence relativement complet et cohérent, accompagné d'une autorité suffisamment forte et indépendante, dans un système économique de marchés libres, que depuis le 1<sup>er</sup> décembre 1986. La naissance et l'essor de la grande distribution sont bien antérieurs à cette maturité du droit de la concurrence français. La conséquence de ce décalage a été l'adoption d'une réglementation partielle, spécifique à la grande distribution, qui va ensuite perdurer au-delà de 1986, les textes antérieurs n'ayant pas été abrogés. Ainsi, paradoxalement, la lenteur de l'Etat français à établir des conditions globales du respect de la concurrence est loin d'être étrangère à la complexité du système réglementaire ayant trait aux rapports producteurs-distributeurs.

Mais évidemment, aujourd'hui où existe un droit de la concurrence bien élaboré, raffiné et puissant à la fois, pour autant que l'on veuille s'y référer et aller jusqu'au bout de ses implications, la tentation réglementaire a-t-elle encore du sens dans une économie de marché avancée comme la France ?

## **2. Des consensus contradictoires autour de la loi Galland**

Parmi l'ensemble des réglementations de la grande distribution, l'une des plus coercitives est certainement la loi Galland, que nous avons rapidement présentée dans la section précédente. Depuis longtemps, les dispositions de cette loi, et particulièrement l'interdiction de la revente à perte, font débat. Depuis plusieurs mois, ces discussions de la loi Galland se sont encore affermies, donnant parfois lieu à de violentes controverses entre les pouvoirs publics et les acteurs français du commerce. Ce qui ressort de l'ensemble de ces prises de position sur la loi Galland est que deux consensus majeurs semblent émerger : la reconnaissance d'effets pervers de cette loi et la nécessité, en dépit des dysfonctionnements

---

<sup>23</sup> Loi n° 77-806 du 19 juillet 1977 « relative au contrôle de la concentration économique et à la répression des ententes illicites et abus de position dominante ».



mis en exergue, de conserver le principe de l'interdiction de la revente à perte. L'objet de cette section est de montrer quels sont les fondements de ces deux consensus et pourquoi, de notre point de vue, ils sont impossibles à concilier.

### **2.1. La loi Galland et la réglementation de l'urbanisme commercial induisent de nombreux effets pervers**

De l'avis quasi-unanime des observateurs, confirmé aujourd'hui de façon officielle par le Rapport Canivet et l'avis n°04-A-18 du Conseil de la concurrence, la loi Galland a des effets économiques favorisant des mécanismes de fixation de prix et des comportements anticoncurrentiels aussi bien au niveau de la distribution qu'à celui de l'offre en amont. Cette loi a profondément modifié les comportements des acteurs du commerce, tant du côté des distributeurs, dont il est souvent fait état, que du côté des producteurs. On lui reproche notamment une augmentation régulière des prix pratiqués par les grandes surfaces, ainsi qu'un développement très important des marges arrière, ces marges qui sont générées par les distributeurs auprès de leurs fournisseurs – par opposition aux marges avant, réalisées sur les consommateurs (les premières étant finalement payées aussi par les consommateurs sous forme de hausse du prix servant de base au calcul du seuil de revente à perte).

Profondément, ces deux effets s'expliquent par la modification de la nature de la négociation entre producteurs et distributeurs que la loi Galland a impliqué. Avant 1996, les discussions d'achat entre producteurs et distributeurs visent essentiellement à s'accorder sur un prix de vente, les intérêts catégoriels étant radicalement différents : les producteurs veulent vendre au prix le plus élevé possible, tandis que l'objectif des distributeurs est au contraire de réduire leurs coûts en baissant les prix d'achat. On observe alors une véritable négociation verticale, dont les résultats dépendent de divers facteurs dont le rapport relatif des forces en présence, conformément à ce qu'est la vie des affaires.

L'adoption de la loi Galland a modifié ce mécanisme classique des marchés. Par l'interdiction de la revente à perte, qu'elle veut effective, la loi interdit aux distributeurs de vendre à un prix inférieur à celui dont ils se sont acquittés auprès de leurs fournisseurs. De fait, les fournisseurs peuvent ainsi décider d'un prix plancher de revente de leurs produits. Or, il s'agit là d'une pratique dont les effets sont bien connus : les prix tendent à s'aligner d'une enseigne à l'autre, la convergence tarifaire s'effectuant bien entendu à la hausse. Mais au-delà de cette simple modification initiale, se sont les intérêts mêmes des industriels qui convergent ou, à tout le moins, ne sont plus aussi antagonistes qu'ils pouvaient l'être dans le libre jeu du

marché. Ce mécanisme d'alignement à la hausse des prix des fournisseurs est renforcé par l'exigence de transparence des conditions générales de vente (CGV) et la limitation plus ou moins explicite des possibilités de discrimination entre acheteurs. Ces règles certes en apparence bienvenues pour clarifier les relations commerciales entre fournisseurs et distributeurs constituent en fait un puissant mécanisme de coordination tacite des décisions, ou comme le disent les économistes, un « point focal » autour duquel s'établit un équilibre avec collusion tacite dans un jeu de marché répété entre mêmes acteurs.

Lorsque les prix d'achat augmentent, les distributeurs n'ont plus nécessairement intérêt à faire pression à la baisse sur leurs fournisseurs. L'augmentation en effet, est automatiquement répercutée sur les consommateurs, puisque la loi interdit le contraire, c'est-à-dire la vente à perte. Les prix de *tous* les distributeurs augmentent alors, dans la même proportion.

Des données dont disposons, fournies par Panel International et sur lesquelles nous travaillons actuellement, montrent clairement l'augmentation des prix de vente après l'adoption de la loi Galland, pour différentes familles de produits. A titre d'exemple, citons le cas du thé Twinings Earl Grey, dont le prix moyen connaît une baisse de 5,33% de 1990 à 1996, et qui augmente en revanche de 44,82% de 1996 à 2004. Le cas des rasoirs Gillette GII est également évocateur : son prix moyen augmente de 11,72% de 1990 à 2004, mais connaît une hausse de 96,02% de 1996 à 2004. De plus, il est intéressant de remarquer, sous réserve d'analyses complémentaires, que ce sont les industries les plus concentrées qui semblent profiter le plus des dispositions de la loi Galland. Ainsi, les CR<sub>2</sub> des deux secteurs précédents (parts de marché cumulées des deux premières firmes) sont respectivement, en 1998, de 73% et de 90%. En revanche, des familles de produits moins concentrées, comme « yaourts, desserts lactés, fromages blancs » qui regroupe un nombre important de produits différents, connaissent sur 1996-2004 des hausses plus restreintes : +13,6% pour Bio de Danone (contre -3% sur 1990-1996) et +14,77% pour Danette de Danone (contre -1,26% sur 1990-1996).

Dans ce mécanisme cumulatif de hausse des prix qu'implique la loi Galland, les distributeurs peuvent supporter des hausses des prix de leurs fournisseurs sans que leur situation concurrentielle à l'égard des autres distributeurs ne soit affaiblie. En revanche, l'opposition entre distributeurs et fournisseurs s'est densifiée quant aux négociations portant sur les marges arrière. En effet, le prix acquitté par les consommateurs étant plus élevé, se pose la question de la répartition de ce nouveau surplus. Pour cela les distributeurs affermissent leurs stratégies de marges arrière, favorisant encore l'augmentation des prix des

industriels, qui souhaitent augmenter leur profitabilité. Cette course au partage de rente n'est finalement qu'une transposition de ce qui existait avant la loi Galland, à ceci près que les consommateurs sont de facto exclus des bénéfices du nouveau système.

Les prix augmentent, de même que les marges arrière, mais les effets anticoncurrentiels de la loi Galland ne se limitent pas à ces accroissements, qui ne sont finalement que les symptômes visibles d'un malaise plus grand. Avec la convergence des prix, la concurrence en prix entre enseignes de la grande distribution est pratiquement inexistante, sauf à créer de nouveaux outils marketing (cartes, coupons...), qui permettent de réintroduire un dynamisme écrasé par la loi Galland. Mais ce sursaut de concurrence en prix reste modeste au regard de ce qui pourrait être observé sans la réglementation actuelle. Plus encore, les producteurs maîtrisant leurs tarifs, qui peuvent légalement être imposés aux distributeurs, la concurrence qu'ils pouvaient se livrer diminue naturellement. De véritables risques de collusion tacite existent alors sur les marchés amont, comme l'ont souligné à la fois le Rapport Canivet et l'avis n°04-A-18 du Conseil de la concurrence.

Les données auxquelles il a déjà été fait référence plus haut pourraient peut-être éclairer utilement ce point (là encore, sous réserve d'approfondissements). Ainsi, pour la famille « boissons rafraîchissantes sans alcool », on constate des prix stables sur l'année qui précède la mise en œuvre de la loi Galland (les observations de mai, septembre et novembre 1995, ainsi que celles de janvier, mars et mai 1996 sont strictement les mêmes). Si l'on prend Coca-Cola (le moins cher avec 92 cents) comme référent, les autres s'établissent à 114 (Orangina) et 121 (Schweppes Indian Tonic). L'écart moyen des produits par rapport au référent est donc de 27,7% sur cette période. En mai 2004, cet écart est de 18,7%, ce qui représente une convergence sensible : 145 (Orangina) et 147 (Schweppes Indian Tonic) contre Coca-Cola, le référent, à 123. L'effet « point focal » de la loi Galland semble ici se vérifier. On notera de plus que l'augmentation des prix est de 26,4% en moyenne sur 1996-2004, contre seulement 2,1% en moyenne sur 1990-1996 (pour un CR<sub>2</sub> de 61%).

## **2.2. Une volonté de maintenir l'interdiction de la revente à perte et une certaine forme de réglementation**

Si chacun s'accorde à peu près sur l'existence d'effets pervers de la loi Galland, un autre consensus semble émerger, c'est celui du maintien de l'interdiction de la revente à perte. Même ceux qui demandent une réforme profonde de la loi Galland souscrivent à cette idée

que la revente à perte ne saurait que renforcer une supposée domination des grandes surfaces sur les relations commerciales. Même le ministre de l'économie, M. Nicolas Sarkozy, qui a très vite suggéré qu'il fallait une étude approfondie de la loi Galland et de ses effets néfastes, en vue d'une réforme profonde, a tout aussi vite exclu l'idée d'une suppression pure et simple de l'interdiction de la revente à perte<sup>24</sup>.

Les tenants de l'interdiction de la revente à perte sont nombreux, mais il serait nécessaire de distinguer ceux qui soutiennent cette interdiction car elle améliore leur propre position de ceux qui pensent réellement qu'une interdiction de la revente à perte est favorable à l'ensemble de la collectivité. En effet, le fait que les fournisseurs défendent l'interdiction de la revente à perte est sans surprise, puisque c'est cette disposition qui leur permet de maîtriser leurs tarifs le long de la chaîne verticale. De même, les petits commerces peuvent ainsi bénéficier, peu ou prou, des mêmes tarifs que ceux des grandes surfaces. On comprend donc aisément qu'ils soient favorables à cette mesure. Les distributeurs eux-mêmes sont divisés : d'un côté, le rétablissement de la légalité de la revente à perte leur permettrait de contrôler à nouveau leur prix, mais il faudrait d'un autre côté renoncer à une part importante de la rente dont ils peuvent aujourd'hui encore bénéficier. En outre, la concurrence entre enseignes serait plus vigoureuse, ce qui n'incite pas les distributeurs les moins efficaces à militer pour la légalité de la revente à perte. Néanmoins, qu'en est-il des consommateurs qui doivent supporter des prix toujours plus élevés ? Au plan collectif, peut-on réellement soutenir que l'interdiction de la revente à perte soit favorable au bien-être social ?

Au-delà de ces requêtes plus ou moins dictées par des intérêts catégoriels, peu de théories permettent de considérer que le prix d'appel constitue un danger véritable pour l'économie. Et surtout, il convient de mettre en balance les risques que pourrait présenter l'autorisation de la revente à perte avec les déficiences inhérentes à la réglementation des relations commerciales. Nous reviendrons longuement sur ces questions dans la troisième section de cet article. Ce qui importe à ce stade n'est pas réellement de savoir si la revente à perte présente ou non des dangers intrinsèques, mais bien de se demander dans quelle mesure il serait possible de s'abstraire des effets pervers de la loi Galland tout en conservant le principe même de cette interdiction.

De notre point de vue, il s'agit là de la quadrature du cercle. Les principaux effets pervers de la loi, présentés ci-dessus, proviennent du fait même que cette interdiction existe. Si l'on s'accorde sur le maintien de cette interdiction, le résultat n'en sera qu'un simple

---

<sup>24</sup> Le Figaro du 3 juin 2004.

toiletage de la notion de seuil de revente à perte (SRP), ce qui ne changera en rien les mécanismes incitatifs des acteurs. Comme l'indique M<sup>me</sup> V. Sélinsky<sup>25</sup>, « *le réaménagement [de l'interdiction de la revente à perte] est une solution timide, cosmétique et illusoire* ».

Les nombreux effets pervers de la loi Galland appellent une réforme, ce dont tout le monde convient. Toutefois, un consensus assez large semble exister pour maintenir l'interdiction légale de la revente à perte. Il paraît a priori impossible de concilier ces deux positions. C'est précisément cette interdiction légale qui, par la profonde modification des incitations et des comportements qu'elle a entraîné, est à la source des effets indésirables de la loi Galland, et particulièrement la hausse des prix et l'accroissement des marges arrière.

Une solution alternative pourrait néanmoins être envisagée pour maintenir l'interdiction de la revente à perte sans en avoir les effets pervers de détermination d'un point focal autour du SRP. Elle consiste à proposer un seuil tel qu'il intègre toutes les marges arrière. C'est la solution qu'a choisi la Commission Canivet. Mais alors, ce seuil est si bas et surtout si difficile à évaluer<sup>26</sup> que l'on retrouvera les errements de l'avant loi Galland et donc la possibilité de vraies ventes ou même reventes à perte.

Autant, alors, être clair sur la levée de l'interdiction. En réalité, si l'on maintient le principe d'une réglementation et de la fixation d'un SRP, le seuil triple net sera rapidement déclaré non opérationnel et les problèmes actuels perdureront. Un retour à des relations commerciales plus vertueuses ne saurait finalement être atteint sans la suppression pure et simple de l'interdiction de la revente à perte. Pour autant, il ne s'agit pas de laisser le marché sans encadrement, mais bien de substituer à une réglementation inopérante les principes universels du droit de la concurrence.

### **3. L'avantage du droit de la concurrence par rapport aux réglementations ad hoc**

Les réglementations successives des relations entre industrie et distribution se sont, comme nous l'avons exposé dans la première section de ce travail, accumulées à partir de la carence initiale du droit de la concurrence. Mais les effets pervers de ces règles ad hoc ont dû amener de nouvelles interventions étatiques, chacune venant en quelque sorte corriger les défauts majeurs de la précédente. Aujourd'hui, on en est au constat quasiment unanime des

---

<sup>25</sup> Sélinsky, V. (2004), « Repenser le droit des relations commerciales », note produite lors des auditions de la Commission Canivet.

<sup>26</sup> Comme c'était le cas lors de la première interdiction légale de la revente à perte de 1963. Voir section 1.

effets pervers « inflationnistes » (au sens de gonflement artificiel des niveaux de prix) de la loi Galland. Mais en même temps, la France n'a jamais eu la vraie occasion de tester une régulation par le marché, dans le cadre fourni par le droit de la concurrence et bien évidemment le droit commercial.

Dans la dernière section de cet article nous souhaitons défendre le point de vue que le droit de la concurrence suffit à régler les questions soulevées par les rapports entre industrie et distribution et par la place et les effets de la grande distribution dans l'économie de façon plus générale. Soutenir une telle position revient à admettre que le marché encadré seulement par les règles de bonne concurrence est capable de bien réguler la relation verticale entre les producteurs et leurs distributeurs.

### **3.1. Répondre par le ciblage de mesures correctrices (taxes, subventions...) à d'éventuelles défaillances du marché**

Il n'est pas sûr pour autant que d'autres problèmes économiques posés par le développement de la grande distribution soient réglés de façon satisfaisante par le marché. Certains commentateurs ont relevé l'existence d'effets externes<sup>27</sup> dus aux hypermarchés et qui justifieraient une intervention correctrice de l'Etat. Comme le notait récemment M. X. Timbeau : « *Le développement de la grande distribution crée des externalités, des coûts sociaux que personne ne sait vraiment mesurer et, en tout cas, qu'un système de marché n'intègre pas. [...] Les Etats-Unis constituent un contre-exemple frappant. Les règles du commerce y sont très libéralisées : beaucoup de grands centres-villes se sont progressivement paupérisés et délabrés quand les magasins ont fermés, concurrencés par les grands « malls » construits en périphérie. Les ménages sont allés s'installer dans de grandes maisons en banlieue. Il y a donc un vrai enjeu d'aménagement du territoire* »<sup>28</sup>. L'exemple de la paupérisation des centres-villes américains est probablement excessif, cet état de fait pouvant être relié à d'autres phénomènes que celui de la localisation des magasins, laquelle suit les clients plus qu'elle n'induit leur propre localisation. Mais l'existence de multiples effets externes liés au commerce et les problèmes d'aménagements publics qu'ils peuvent susciter ont une portée bien plus générale.

---

<sup>27</sup> Effet externe ou externalité : on est en présence d'une externalité lorsque les actions d'un consommateur ou d'un producteur affectent les coûts ou la satisfaction d'autres consommateurs ou producteurs par d'autres voies de transmission que le prix de marché.

<sup>28</sup> Le Figaro du 14 octobre 2004.

Il convient de remarquer tout d'abord que la puissance publique ne peut pas corriger par des règlements toutes les présumées défaillances du marché. Des effets externes sont présents dans tous les recoins de la vie économique et l'Etat ne peut ni ne doit intervenir partout. La négociation privée entre agents peut suffire à résorber les effets majeurs de certaines de ces externalités. Par ailleurs, l'information qui serait nécessaire à l'Etat pour corriger certaines défaillances du marché rendent ses interventions soit dans le meilleur des cas inadaptées, soit au pire plus dangereuses que le mal lui-même.

Il reste vrai que la présence de commerces de proximité en centre-ville peut constituer un bien public, notamment par les facilités offertes aux personnes peu mobiles, et que celle de commerces de luxe conduit à embellir le centre des villes, avec par conséquent d'autres impacts économiques positifs, par exemple sur l'économie du tourisme. Soutenir ces activités peut donc procéder d'une correction de défaillances du marché dans l'hypothèse où les flux privés ne seraient pas suffisants à assurer leur « survie naturelle ». L'argument est à prendre avec beaucoup de précautions car un soutien public offre des opportunités de rentes faciles à des lobbies de commerçants prompts à des demandes d'aide. Néanmoins, la recherche d'aides clairement définies en contrepartie de services clairement rendus au sens économique pourrait trouver certaines justifications, de même nature que la défense de certaines aides ciblées aux agriculteurs ou encore des politiques d'aménagement du territoire. Cette discussion est, mutatis mutandis, celle qu'on trouve en théorie de la politique commerciale internationale. On sait depuis les contributions d'auteurs comme Bhagwati, Ramaswami et bien d'autres<sup>29</sup>, que l'idéal est de cibler l'intervention vers la défaillance du marché une fois que celle-ci a été clairement identifiée. Mettre des tarifs douaniers ou autres protections revient à générer des coûts sociaux trop élevés par rapport aux politiques ciblées. Si l'on veut aider le commerce de proximité ou le commerce de luxe qui embellit les rues de charme, alors il faut cibler les aides pour le service souhaité et non passer par un protectionnisme indirect et coûteux prenant la forme de la pénalisation de la grande distribution et donc en fin de compte du consommateur.

Le Rapport Canivet va dans le même sens et note que des corrections du marché de ce type existent déjà (voir Rapport Canivet, page 78). Il conviendrait d'évaluer l'impact réel de ces mesures correctrices et de voir s'il est pertinent de les développer. Voilà peut-être un programme de travail pour une future Commission, mais surtout pour un organisme d'évaluation des politiques microéconomiques publiques.

---

<sup>29</sup> Voir par exemple : Bhagwati, J. N. et Ramaswami, V. K. (1963), « Domestic Distorsions, Tariffs and Optimum Subsidy », *Journal of Political Economy*, Vol. 17.

### **3.2. Le droit de la concurrence serait-il suffisant en principe mais défaillant en pratique ?**

Le Rapport Canivet indique page 71 que : « *En théorie, rien ne s'oppose à ce que les relations entre l'industrie et le commerce relèvent du droit commun de la concurrence, sans qu'il soit nécessaire de prévoir des dispositions spéciales pour équilibrer les rapports de force* ». Nous faisons nôtre cette proposition.

L'idée n'est évidemment pas nouvelle et a déjà été clairement défendue en France de façon officielle, comme par exemple dans le Rapport Rey-Tirole<sup>30</sup>. De façon plus générale que la seule question des relations producteurs/distributeurs, c'est le rôle même de la grande distribution dans l'économie qui pourrait être encadré par le seul droit commun de la concurrence, auquel on pourrait ajouter comme nous venons de le rappeler ci-dessus des politiques ciblées, par le biais de taxes et/ou de subventions ou autres instruments, pour régler tel ou tel problème d'effet externe urbain.

Craint-on que la revente à perte soit synonyme de prédation du petit commerce ? Le droit de la concurrence sanctionne les comportements de fixation de prix prédateurs. Craint-on que les pratiques commerciales restrictives soient porteuses de collusion explicite ou tacite ? Le droit de la concurrence traque la collusion et la sanctionne. Et nous avons vu, comme la Commission Canivet et le Conseil de la concurrence, que la réglementation à la française favorise l'entente aussi bien au niveau des producteurs qu'à celui des grands distributeurs. Craint-on une trop forte concentration de la distribution au profit de grands groupes inhibiteurs de concurrence ? Le droit de la concurrence contient l'élément essentiel que constitue le contrôle des concentrations. Craint-on enfin que les grandes centrales d'achat des hypermarchés n'abusent de leur position dominante supposée d'acheteurs ? Le droit de la concurrence français contient une sanction de l'abus de dépendance économique, certes perfectible, mais qui constitue le socle d'un traitement sérieux du problème.

Tous les éléments semblent donc réunis dans ce droit qui certes était embryonnaire ou quasiment inexistant lorsqu'on a commencé à réglementer en France sur les hypermarchés. Mais aujourd'hui ne peut-on pas utiliser l'outil qui présente l'énorme avantage de ne pas générer les incitations nocives des agents comme dans le cas des règlements ad hoc. Par ailleurs, le droit est une règle générale stable alors que les règlements successifs marquent

---

<sup>30</sup> Rey, P. et Tirole, J., *Régulation des relations entre fournisseurs et distributeurs*, La Documentation française, Paris, 2000.



l’empreinte des rapports de force et de la discrétion politique du moment. De manière générale, et le récent prix Nobel d’économie vient de récompenser MM. Kydland et Prescott précisément pour cela, les économistes montrent l’avantage des règles sur le comportement discrétionnaire dans la politique économique.

Excellent en théorie, on nous dit pourtant que c’est moins bien en pratique. Le Rapport Canivet lui-même, après avoir énoncé le principe théorique, nous donne une série de raisons empiriques qui s’opposeraient à la confiance absolue dans le droit de la concurrence. Et d’ailleurs, lorsqu’il s’agit de proposer des solutions institutionnelles, on constate que le Rapport s’en réfère à des organismes situés hors du Conseil de la concurrence, qui serait pourtant l’instance idéale de traitement des questions si l’on était persuadé que le droit suffit. Ainsi propose-t-on de développer la Commission d’examen des pratiques commerciales (CEPC) aux pages 63, 74, 84, sans parler du sort toujours spécial réservé au secteur agricole.

Visiblement, et cela apparaît nettement à la page 72 du Rapport, le groupe a été partagé sur cette question. Mais ce qui domine in fine c’est qu’on ne peut pas faire entièrement confiance au droit de la concurrence. En particulier, on reste dans un des consensus décrit dans la section précédente puisque la revente à perte doit rester interdite « per se ». La raison en serait double : a) pour des entreprises du commerce vendant des milliers de produits, il serait extrêmement difficile d’évaluer les risques de prédation ; b) même en dehors de toute intention prédatrice, la politique de prix d’un hypermarché doit respecter la règle de tarification à la Ramsey et fixer des prix bas pour les produits à forte élasticité de la demande, avec pour conséquence des effets nuisibles automatiques pour les magasins de centre-ville spécialisés dans la vente de ces produits.

Sans que cela soit totalement explicite, le Rapport ne fait également pas confiance au droit antitrust pour le contrôle des concentrations. En effet, il souligne d’une part, et à juste titre, la faille du droit actuel qui ne permet pas les contrôles des petites acquisitions, même si elles émanent de firmes dominantes. Il propose à cet égard une réforme visant à inclure ces acquisitions dans les opérations contrôlables. On peut seulement se demander pourquoi il faudrait faire un cas spécial pour les hypermarchés. Les opérations d’acquisition au fil de l’eau de petites entreprises par des grosses en situation de firmes dominantes, singulières ou collectives, devraient connaître un contrôle systématique.

Par ailleurs, et toujours concernant les concentrations, le Rapport indique qu’une trop forte concentration du commerce est à l’origine des hausses de prix après la loi Galland (page 40 et suivantes). Si une telle hypothèse devait se vérifier, cela signifierait que les autorités de concurrence : européenne, puis françaises (DGCCRF et Conseil de la concurrence, ministres),

en appliquant pourtant les règles en vigueur dans le contrôle des concentrations, n'ont pas pu freiner un processus de concentration excessive et nocive pour la concurrence. Autant avouer que le dispositif du droit antitrust ne suffit pas !

Enfin, les commentateurs pourraient ajouter une autre cause de défiance à l'égard du droit de la concurrence pour régler les problèmes entre fournisseurs et distributeurs : la difficulté à appliquer le droit des abus de dépendance économique ou encore l'abus de position de monopsonne. Le droit existe, mais on dit que les plaignants potentiels n'osent pas aller jusqu'au bout de leur démarche par crainte de représailles de la part d'agents économiques puissants et en position déterminante pour l'accès aux consommateurs.

Quand on additionne toutes les craintes précédentes, on comprend que le droit de la concurrence ne soit pas perçu comme la solution évidente aux problèmes en question.

### **3.3. Le bilan règlements ad hoc versus droit de la concurrence est favorable à ce dernier**

Le droit de la concurrence a quelques limites qu'il convient d'abord de relativiser, mais surtout, il permet de traiter les problèmes sans introduire les effets pervers des réglementations ad hoc. Relativisons d'abord les limites, tant en matière de concentration, que pour le risque de prix prédateurs.

Nous ne pensons pas que la preuve ait été apportée que les concentrations dans le secteur de la distribution aient joué et jouent encore un rôle significatif dans la poussée « inflationniste » des prix des produits de marques. La logique de focalisation des tarifs sur les niveaux correspondant au SRP est inhérente à la loi Galland et ne dépend pas du nombre d'opérateurs. Il s'agit d'un mécanisme de collusion tacite autour des prix définis par les producteurs et on ne voit pas en quoi le degré de concentration est réellement décisif en la matière. Il n'y a d'ailleurs aucune corrélation entre les niveaux de concentration mesurés par exemple par le CR<sub>5</sub> (somme des parts de marché des cinq premiers distributeurs) et les niveaux de prix des produits présentés en page 40 du Rapport Canivet. Alors qu'en 1998, l'Allemagne et les Pays-Bas avaient respectivement pour le commerce alimentaire des CR<sub>5</sub> de 75,2 et de 79, le niveau des prix hors taxe en 2002 est de 10 points plus faible en Allemagne (91) et sensiblement identique aux Pays-Bas (102) par rapport à la France (101). L'Espagne avec un CR<sub>5</sub> de 38 et un SRP similaire à celui de la loi Galland a vu son indice de prix (toujours pour les produits auxquels fait référence le Rapport Canivet) augmenter de 9% (le

plus fort des pays présentés dans le tableau) sur les 8 dernières années, alors que ces indices baissaient d'environ 4% en Allemagne et aux Pays-Bas sur la même période. Une étude plus approfondie s'imposerait sur le sujet, mais sur ces seules observations, le lien entre concentration de la distribution et prix n'apparaît pas de manière claire<sup>31</sup>.

Concernant le bon fonctionnement de la concurrence, il paraît plus judicieux d'incriminer les lois Royer et Raffarin qui, en créant des barrières artificielles à l'entrée et au développement, ont favorisé les stratégies de concentration et la protection des firmes en place. Mais encore malgré cela, il semble que la concurrence ne fonctionne pas si mal. Le Rapport Canivet indique justement, en page 36, que l'interdiction de la revente à perte sur les produits d'appel devrait dans un environnement concurrentiel entraîner mécaniquement une baisse des prix des autres produits (c'est-à-dire une baisse des marges sur des produits alternatifs, par exemple MDD). Or, en page 38 du même rapport, il est dit que : « *les fortes inflations sur des marques nationales ont été en partie compensées par des efforts déflationnistes sur les MDD* ».

Concernant la lutte contre les prix prédateurs, aucune preuve n'a vraiment été apportée que le droit de la concurrence ne serait pas en mesure d'évaluer le caractère éventuellement prédateur des tarifications pratiquées par les grands groupes de distribution. Tout d'abord, il faut souligner que les risques de prix prédateurs sont très faibles, surtout dans un monde où les contraintes Royer Raffarin seraient levées. En effet, pour avoir des prix prédateurs, il faut vendre ou revendre à perte, et prévoir de récupérer cette perte ultérieurement. Mais cela suppose d'abord d'être en mesure d'exclure un concurrent du marché, et ensuite d'espérer être en mesure de tarifier à un niveau élevé. Les deux points sont difficiles à imaginer en général dans le secteur de la distribution. La pratique des prix d'appel a plus une fonction de signalement que de prédation. Elle pourrait porter sur quelques produits, mais elle ne peut pas être systématique dans le temps et généralisée à un grand nombre d'articles. Dans ces conditions, on voit mal comment elle pourrait avoir la diabolique fonction d'éliminer tel ou tel concurrent. Quant aux possibilités de monopoliser le marché, elles sont faibles voire inexistantes dans un système où les barrières administratives à l'entrée sont levées. Il s'agit dès lors plus d'une concurrence vive et très difficile à supporter pour certains produits vendus en commerce de proximité. Mais cela n'est pas assimilable à de la prédation et les commerces

---

<sup>31</sup> Contrairement à ce qui semblerait en première analyse être le cas du point de vue de la concentration amont. Voir la section précédente.

de proximité ont à leur disposition des stratégies de diversification pour éviter la concurrence frontale avec des firmes plus compétitives en certains domaines.

Par ailleurs, en proposant comme mesure phare de son Rapport la redéfinition du SRP au niveau « net net net », la Commission suggère d'autoriser de fait la vente à perte sinon la revente à perte. En effet, il y a dans les montants de coopération commerciale de vrais frais de marketing qui s'ils n'étaient pas récupérés sur les consommateurs reviendraient à pouvoir vendre au-dessous des coûts variables moyens (comprenant le prix net net augmenté de frais unitaires de commercialisation). Notons au passage qu'à définir un SRP interdisant tout risque de prédation, il eût donc été préférable de choisir le « prix net net », comme cela est le cas en Espagne (Rapport, page 47). Notons également qu'il est difficile de comprendre pourquoi on veut contrôler plus précisément la coopération commerciale si on choisit le « prix net net net » comme SRP, car le fait que la réduction de prix provienne en fin de compte d'une véritable coopération commerciale ou d'un rabais (ristourne ?) supplémentaire, cela ne change rien au SRP. Mieux encore, compte tenu des difficultés déjà rencontrées avant la loi Galland avec la notion de revente à perte, on peut s'attendre à des difficultés insurmontables pour apprécier le SRP au niveau net net net, sachant que des ristournes n'interviendront qu'en fin d'année<sup>32</sup>. Les prévoir et les inclure avec des notions de proportionnalité ne peut résoudre cette difficulté pratique. Ce sont donc même éventuellement des reventes à perte qui pourraient être acceptées de fait par ce nouveau critère. Une suppression claire et définitive de l'interdiction constitue une solution bien plus simple et efficace.

## **Conclusion**

Les économistes sont en général des adeptes du laissez faire, laissez passer, c'est-à-dire de la libéralisation des échanges, non pas comme l'expression d'un for, mais plutôt comme le résultat raisonné à la fois de la théorie économique et de l'expérience accumulée. Transposée au problème qui nous intéresse, la formule pourrait devenir « laissez rouler les caddies » ! Il est vrai aussi que les économistes ont attiré l'attention sur les défaillances éventuelles du marché, notamment du fait de forts effets externes, et sur les risques de déviance monopolistique ou du moins d'imperfections fortes de la concurrence. Il convient dès lors d'envisager des corrections sous forme d'intervention publique, mais avec les réserves d'usage sur les propres défaillances de l'Etat parfois pires que celles du marché. Surtout face

---

<sup>32</sup> Voir l'inopérabilité de la définition du SRP de la loi n° 63-628 du 2 juillet 1963, dont il a été fait état dans la première section.

aux risques de monopolisation des marchés, la parade n'est pas dans une montagne de règlements discrétionnaires, mais plutôt dans le cadre régulier de la règle de droit. Nous pensons avoir montré que pour ce qui concerne les effets externes liés à la grande distribution, le ciblage de politiques correctrices, du type aide au commerce de proximité ou à l'embellissement des centres urbains, vaut mieux que les protectionnismes coûteux pour les consommateurs. En matière de vigilance sur le bon fonctionnement de la concurrence, le droit contemporain est assez riche pour traiter toutes les questions épineuses, à condition d'avoir confiance en lui et de se donner les moyens matériels de l'appliquer.