

L'Autorité publie une communication sur le secteur du commerce et de la distribution, un secteur prioritaire

Publié le 27 septembre 2010

L'Autorité de la concurrence a publié ce jour une communication faisant le point sur ses initiatives dans le secteur du commerce et de la distribution. Cette contribution fait suite à la publication d'un rapport de la Commission européenne et à une consultation publique destinés à recenser les freins à la compétitivité et à la diversité de ce secteur.

Dans son document de synthèse, l'Autorité de la concurrence rappelle que ce secteur est central pour le bien-être des Français, compte tenu du poids des dépenses de consommation courante dans le budget des ménages et de l'impact majeur qu'une évolution des prix peut avoir sur leur pouvoir d'achat. Il figure donc au cœur des priorités de l'Autorité depuis sa création par la loi de modernisation de l'économie (LME) du 4 août 2008.

Une dynamique concurrentielle limitée qui justifie une veille prioritaire

La concentration du secteur est significative, que ce soit à l'échelle nationale (les quatre premiers groupes détenant 65,5 % de parts de marché) ou au niveau local. Le secteur reste aussi caractérisé par l'existence de différentes barrières réglementaires à l'entrée. Cependant, ces caractéristiques ne suffisent pas forcément à expliquer l'insuffisante dynamique concurrentielle de la distribution.

L'Autorité s'est donc engagée à mobiliser l'ensemble des instruments qui ont

été mis à sa disposition par le législateur en 2008. Cette action de veille et de contrôle a vocation à porter sur l'ensemble du territoire national, raison pour laquelle l'Autorité salue la proposition législative visant à créer un observatoire national de l'équipement commercial, qui permettrait d'aider à réunir les informations de marché nécessaires pour pouvoir diagnostiquer d'éventuelles difficultés de concurrence.

Deux enquêtes sectorielles attendues pour l'automne

Avant sa transformation en Autorité de la concurrence, le Conseil de la concurrence avait déjà consacré des avis structurants au secteur de la distribution, notamment ceux relatifs à l'urbanisme commercial ([avis 07-A-12](#) du 11 octobre 2007) et à l'interdiction de la revente à perte ([avis 04-A-18](#) du 18 octobre 2004).

Dans la foulée de ces avis, qui ont contribué à des réformes destinées à réduire les obstacles à l'entrée de nouveaux acteurs susceptibles d'animer la concurrence au niveau local, l'Autorité de la concurrence a fortement développé son activité de surveillance des marchés de la distribution de détail. Elle a d'abord ciblé les départements d'outre-mer en raison des conditions économiques particulières de ces départements ([avis 09-A-45](#) du 8 septembre 2009). Elle a depuis lors ouvert deux enquêtes sectorielles sur de possibles obstacles non réglementaires à la concurrence : la première concerne la présence éventuelle de clauses freinant indûment la mobilité des magasins indépendants entre les différentes enseignes, ainsi que la gestion du foncier commercial ([voir communiqué de presse du 25 février 2010](#)) ; la seconde concerne les risques éventuels liés au développement en France des pratiques dites de « management catégoriel¹ ([voir communiqué de presse du 19 mars 2010](#)) ».

Ces enquêtes sectorielles, qui sont les premières lancées grâce au pouvoir d'initiative donné à l'Autorité par LME, sont en cours de réalisation. Elles devraient déboucher sur des avis dans le courant de l'automne.

Un contrôle des fusions axé sur les opérations susceptibles de rehausser les prix au niveau local

Jusqu'à la réforme de 2009, seules les opérations les plus importantes, telles que la prise de contrôle de Promodès par Carrefour en 2000 ou de Monoprix par Casino la même année, étaient soumises au contrôle des fusions.

A la demande de l'Autorité de la concurrence, la LME et la récente loi sur les réseaux consulaires ont sensiblement abaissé les seuils de contrôle, ce qui permet désormais à l'Autorité d'examiner davantage d'opérations dans le secteur du commerce de détail. Ces opérations n'ont pas forcément d'effet important au niveau national, mais peuvent avoir des effets très sensibles pour les consommateurs au niveau local. Depuis la création de l'Autorité, près de 40 % des 216 décisions rendues en matière de concentrations ont concerné ce secteur.

Des sanctions ciblées sur les pratiques anticoncurrentielles nocives pour les consommateurs

En présence de comportements de nature à avoir des conséquences négatives sur les consommateurs et l'économie, la veille et l'activité de conseil ne constituent cependant pas des réponses appropriées. C'est la raison pour laquelle l'Autorité a sanctionné une vingtaine d'ententes et d'abus de position dominante dans le secteur de la distribution au cours des dernières années.

Deux affaires d'ententes entre concurrents ont notamment donné lieu au prononcé de sanctions relativement élevées, eu égard à leur gravité et au dommage causé à l'économie : celle des jouets en 2007 (décision 07-D-50 du 20 décembre 2007 / amende de 37 millions d'euros) et celle des vidéocassettes en 2005 (décision 05-D-70 du 19 décembre 2005 / 14,4 millions d'euros).

L'Autorité instruit actuellement plusieurs affaires concernant des produits de grande consommation.

L'Autorité continuera au cours des mois qui viennent à examiner l'ensemble des obstacles structurels et comportementaux à l'animation de la concurrence dans le secteur de la grande distribution et du commerce et à placer ce secteur au cœur de son action, au bénéfice des consommateurs.

¹Ce type de contrat, qui tend à se développer, permet à un distributeur de s'appuyer sur les recommandations d'un de ses fournisseurs, appelé « capitaine de catégorie » pour certains aspects de sa politique commerciale relative à une catégorie donnée de produits (par exemple les desserts lactés, les biscuits, etc.).

relative au fonctionnement du

Réponse à la consultation publique européenne

secteur du commerce et de la

distribution.

Télécharger - PDF - 305.35 ko

Contact(s)

Yannick Le Dorze

Adjoint à la directrice de la
communication

01 55 04 02 14

[Contacter par mail](#)