

■ Etude : cadrage économique des industries de biens de consommation

Entretien avec Simon Parienté, Professeur à l'Université de Toulouse I. p.1 à 6

■ Argentine : quand tradition latine peut rimer avec autorégulation

Entretien avec Carlos Winograd, Secrétaire à la Concurrence et à la Protection du Consommateur. p.7 et 8

■ Importations parallèles et droit européen : le Tribunal de première instance désavoue la Commission

p.8 à 10

■ Consommation des ménages : bonne fin d'année 2000

p.11 et 12

Le Bulletin de L'ILLEC

Economie Consommation & Environnement

L'industrie des produits de grande consommation : la belle inconnue

Mieux connaître les industries de bien de consommation, telle est l'ambition d'une étude réalisée pour le compte de l'Ilec, par Simon Parienté, Professeur à l'Université de Toulouse I. Quelques éléments du rapport d'étape, consacré au « cadrage économique des industries de biens de consommation courante », sont présentés dans ce Bulletin. Entretien avec l'auteur.

■ *Le « cadrage économique des industries de biens de consommation » est annoncé comme étant un « rapport d'étape ». Quel est l'objectif de cette étude préliminaire ?*

Simon Parienté : Ce premier volet de l'étude révèle les tendances lourdes de telles industries. On trouve des points de repère sur la contribution productive des fabricants de biens de consommation courante, leur politique en matière d'emploi et d'investissement, des indices de concentration et, enfin, des éléments sur la potentialité des marchés rattachés aux catégories de produits. Outre cette première partie macroéconomique, l'étude finale livrera des informations sur les déterminants de la création de valeur par segment d'activité ainsi que des mesures de perception boursière concernant les sociétés cotées. L'ensemble de l'étude sera disponible en juin prochain.

(Suite page 4)

Editorial

Lorsqu'une autorité ou un organe d'information cède à la tentation de la colloquinte, selon la belle expression de Bertrand Poirot-Delpech, l'estrade est à coup sûr occupée par les pionniers de la technique. Télécommunications, aéronautique, voire trains à grande vitesse ou automobiles intelligentes occupent le devant de la scène. Les BTP, aussi, ont eu leurs instants de gloire. L'imaginaire collectif se nourrit du France arrivant triomphant dans le port de New York, du pont de Tancarville, immense toile d'araignée lancée dans le ciel normand, de l'avion Concorde, plus rapide que les mots ne peuvent le dire. Lorsque l'activité manufacturière semble la projection d'une certaine idée du colbertisme, lui-même expression du génie de la France en sa majestueuse, quoique très citoyenne, exception.

En l'espèce, la mémoire collective, inattentive à la sagesse de Paul Ricoeur, omet de s'attarder sur le fait déplaisant que l'histoire marche de concert avec l'oubli. Car il faut une bonne dose d'amnésie pour taire le fait que nombre des grands projets qui ont conduit le coq gaulois à se dresser sur ses ergots, ont été autant de désastres financiers pour les acteurs publics ou privés et donc, en définitive, pour le contribuable ou le consommateur. Trop mythologique aurait dit Roland Barthe, la DS a fragilisé Citroën que la SM a achevé, dans sa version indépendante. Trop icarien, le Concorde, inconscient du fait que la vitesse n'abolit pas les décalages horaires, a connu le sort que le destin se plaît à réserver aux desseins par trop prométhéens.

Les industries de consommation, en revanche, peut-être parce qu'elles ont une ambition d'une extrême modestie, satisfaire le consommateur dans sa vie quotidienne, peut-être parce qu'elles placent le rêve, non dans l'exaltation de l'art propre à l'ingénieur, mais dans la promotion de la marque qui les propulse et les occulte à la fois, peut-être enfin parce qu'elles n'ont pas pour habitude de hanter les antichambres ministérielles, étant peu ou pas demanderesses de crédits publics ou de subventions de tout poil, offrent l'image du vilain petit canard de la couvée manufacturière.

Pourtant, Simon Parienté a rencontré ces industries et il dresse d'elles un tableau plutôt flatteur. Elles forment le socle de notre appareil industriel, elles contribuent fortement à l'emploi, elles exportent massivement. Que serait, sans la

contribution de l'agro-alimentaire et de la cosmétique, le solde de notre balance commerciale ? Tout autant que les autres, elles se sont modernisées, adaptées au temps présent par le regroupement de leurs moyens. Et si elles immobilisent moins de ressources en équipements que les autres, elles investissent tout autant en recherche et beaucoup plus en communication. A ce titre, elles montrent le chemin, tant il est vrai que l'économie, nouvelle ou pas, repose désormais plus sur l'immatériel que sur l'édification de Konzerns.

L'industrie de consommation forme ainsi comme l'épine dorsale de notre appareil productif. Pourtant, il ne lui faut pas en rester là dans la mesure où, désormais, l'Europe est son jardin. A cet égard, une bonne nouvelle, rapportée par le cabinet Vogel & Vogel, nous arrive de Luxembourg. Le juge communautaire vient en effet, dans une affaire Bayer, de renforcer la protection juridique accordée par le droit aux réseaux de distribution, sans la pérennité desquels aucun fabricant ne peut investir durablement. En l'espèce, le TPI a fait œuvre de bon sens. Quitte à contrarier les desseins des tenants de l'intégration à pas forcés du marché unique, il a rappelé qu'une entente anti-concurrentielle suppose un accord de volonté entre les parties. Par conséquent, faute qu'un tel consentement soit démontré, un réseau de distribution peut être organisé unilatéralement par un fabricant, au mieux de ses intérêts. L'effet d'aubaine commerciale, liée au recours à des importations parallèles opportunistes, ne saurait jouter le rôle de politique industrielle. Les fabricants le savent depuis toujours. Le juge vient opportunément le rappeler à la Commission.

Un dernier mot, avant de conclure. Pas plus qu'un coup de dés n'abolit le hasard, Internet n'efface les distances. Ceux qui croient à l'immédiateté du « en ligne » feraient bien de revisiter Bergson. L'article que nous entendions, le mois passé, consacrer au code de bonnes pratiques industrie-commerce, paraphé en Argentine, nous est parvenu avec retard. Nous vous le livrons ce mois-ci, avec nos vifs remerciements à Carlos Winograd qui, nonobstant le caractère émoullent de l'été austral, a pris sur le temps de ses vacances pour nous adresser, après Gombrowicz, une précieuse chronique argentine.

Dominique de Gramont

■ *Combien de sociétés avez-vous retenues et sur quelle méthode vous-êtes vous fondé ?*

Simon Parienté : Les tendances lourdes ont été largement extraites des Comptes de la nation, de 1978 à 1998. Outre ces données INSEE, j'ai constitué un échantillon homogène et consolidé de 4 369 sociétés à partir de la base de données Dun et Bradstreet (CD-Risk). Une autre source d'information a été utilisée pour vérifier les résultats acquis. Il s'agit de la base de données du Secrétariat d'Etat à l'industrie issue de l'enquête annuelle du service des études et des statistiques industrielles (SESSI). Ces échantillons spécifiques, formés de données examinées sur trois ans (1996-1998), reconstituent entre 40 et 60 % de la production totale des deux branches INSEE portant sur les industries alimentaires et de biens de consommation. Isabelle Ducassy, Ater à Toulouse I, a collaboré à ce gros travail de collecte de l'information.

■ *Comment se décompose l'échantillon ?*

Simon Parienté : L'échantillon a été scindé en deux catégories : les industries alimentaires (IAA) et les industries de biens de consommation courante non alimentaire (IBC). Dans la première catégorie, figurent les industries de corps gras, les produits laitiers et le travail des grains, le secteur des boissons et les autres industries alimentaires, soit un total de 1 616 sociétés. La deuxième catégorie – 2 753 entreprises –, comprend l'équipement du foyer, l'habillement, le secteur des accessoires et, enfin, les activités parfums et produits d'entretien. Une telle segmentation a été effectuée par référence à la nomenclature des activités françaises (NAF).

■ *La durée de trois ans est-elle suffisamment longue pour être pertinente ?*

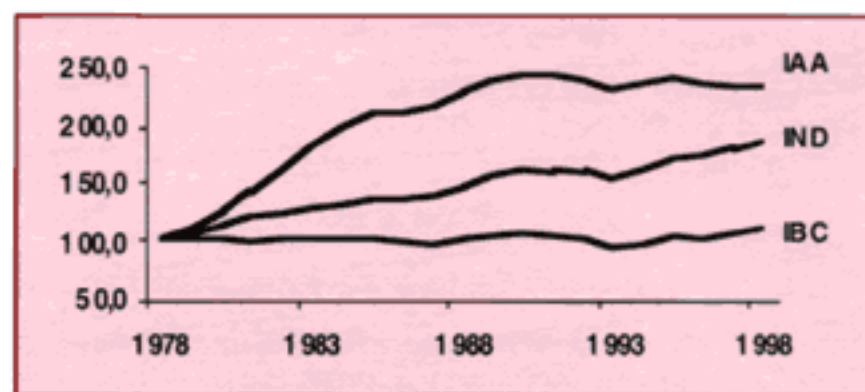
Simon Parienté : Comme cela a été dit, l'extraction des tendances lourdes s'est faite sur une période beaucoup plus longue (1978-1998). Les résultats obtenus sur la fenêtre récente, de 1996-1998, sont destinés à compléter le dossier spécialement en matière d'investissement et de concentration. Il est difficile en pratique de former un échantillon comptable sans biais, comportant le même nombre d'entreprises sur une très longue période. Obtenir sur trois années autant d'entreprises identiques, avec des exercices de douze mois et des informations comptables comparables, n'est déjà pas une mince affaire. C'est sur cette période de 3 ans que je me suis fondé pour étudier la performance des acteurs.

■ *Quels sont les faits saillants qui se dégagent de ce rapport d'étape ?*

Simon Parienté : On peut en dégager quatre. Le premier porte sur la contribution des secteurs IAA et IBC à l'ensemble de la production industrielle. Sur le long terme et en valeur nominale, elle demeure identique. Même constat pour la croissance de la production qui, en prix courants, a été multipliée par environ trois pour IAA, IBC et l'ensemble de l'industrie. Ce constat de première lecture est toutefois à nuancer. En prix constant, et compte tenu de la hausse très modérée des prix dans IAA, la croissance réelle du secteur agro-alimentaire a été plus forte que celle de IBC du moins jusqu'au début des années 1990. Durant cette période, le bloc IAA est également dominant en termes de contribution nationale. A partir de 1996, la tendance s'inverse : le territoire IBC, connaît une croissance réelle plus forte qui peut s'expliquer par des déplacements de consommation vers les biens d'équipement du foyer et une restructuration à l'intérieur de l'ensemble IAA. La montée en puissance de la grande distribution n'est probablement pas étrangère au constat effectué pour l'agro-alimentaire, jusqu'au milieu des années 1990. Les graphiques 1 et 2 témoignent de cette évolution qui vient d'être décrite.

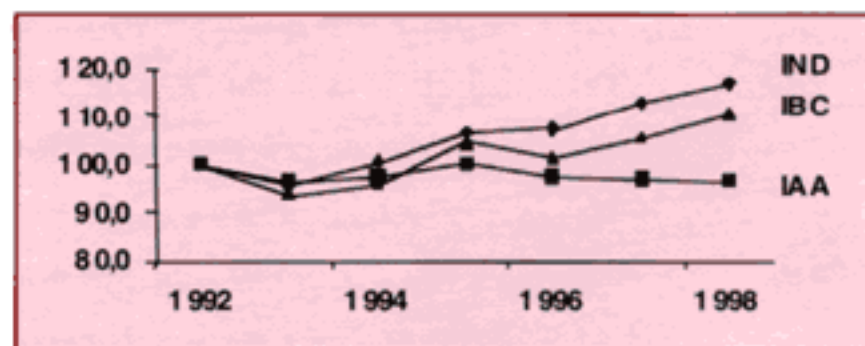
Graphique 1

Croissance réelle comparée de la production sur longue période ; 1978 = 100



Graphique 2

Croissance réelle comparée de la production sur courte période ; 1992 = 100



Le déclin des emplois dans l'industrie, en général, a-t-il également affecté IAA et IBC ?

Simon Parienté : c'est le deuxième fait saillant de ce rapport qui constate une diminution des emplois, en équivalent temps plein, dans IBC tout comme dans l'industrie en général. Le déclin est moins significatif dans l'industrie agro-alimentaire (graphique 3) qui a maintenu l'emploi en le salariant davantage (graphique 4) ce qui, semble-t-il, a pénalisé la productivité horaire du travail dans ce secteur.

Cette option stratégique se retrouve dans l'analyse des variations comparées de la valeur ajoutée (VA) et du chiffre d'affaires (CA).

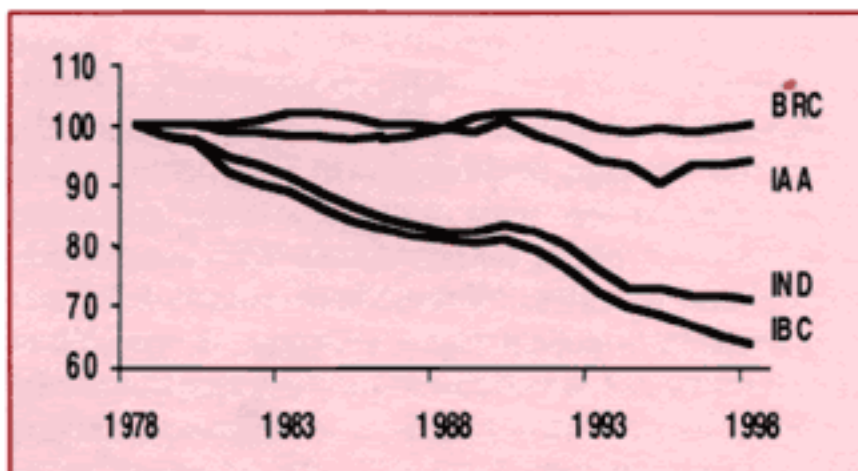
En effet, le rapprochement de séries temporelles calculées sur des variations de VA, rapportées aux déformations corrélatives de CA, montre une évolution plus favorable, sur cette catégorie de revenu intermédiaire, pour les industries agro-alimentaires (graphique 5).

La domination porte sur l'industrie manufacturière en général, IBC compris. Autrement dit, les industriels de l'agro-alimentaire ont probablement cherché à compenser le tassement de la croissance de leur production, au début des années 1990 spécialement, par la fabrication de produits à plus forte valeur ajoutée.

Cela dit, cette tendance n'a pas changé le poids relatif des frais de personnel, en pourcentage du chiffre d'affaires ou de la valeur ajoutée. Celui des industriels agro-alimentaires reste encore très en retrait de celui des fabricants de biens de consommation courante non alimentaire, dénotant ainsi une production à dominante plus capitaliste pour les premiers.

Graphique 3

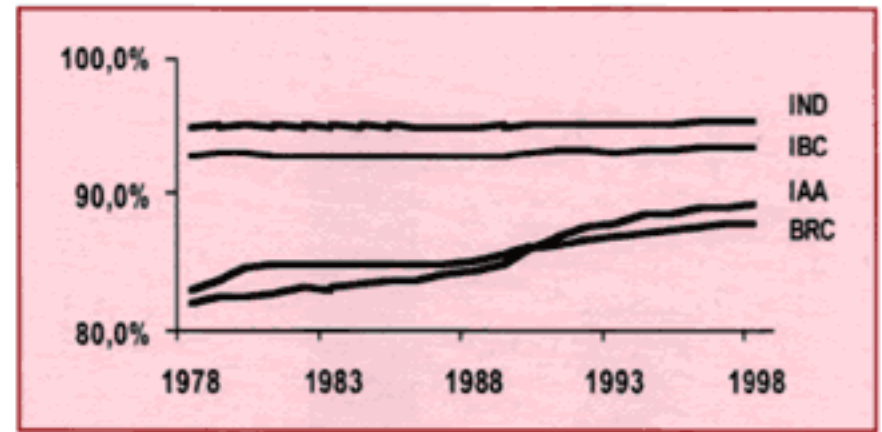
Croissance du nombre total d'emplois en équivalent plein temps selon les Comptes de la nation ; 1978 = 100 *



* BRC = total des branches selon les Comptes de la nation ; IND = toute l'industrie selon INSEE.

Graphique 4

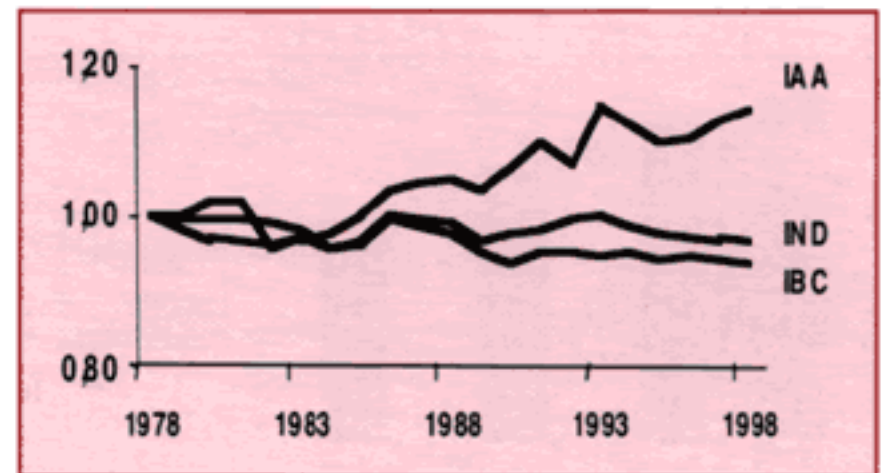
Emploi salarié sur emploi total d'après les Comptes de la nation ; équivalent plein temps *



* BRC = total des branches ; IND = toute l'industrie selon l'INSEE.

Graphique 5

Croissances annuelles comparées de la valeur ajoutée et de la production selon les Comptes de la nation ; 1978 = 100 pour chaque série *



* Rapport entre les séries de la valeur ajoutée et de la production.

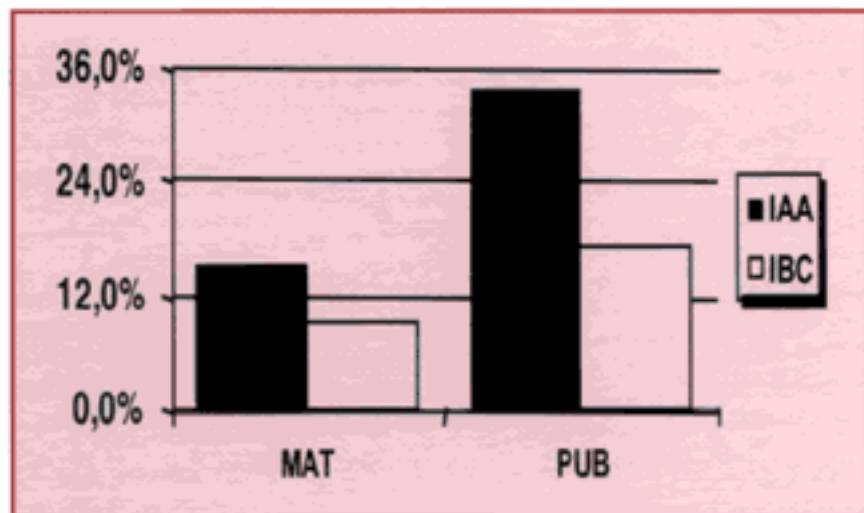
Quelle importance les IAA et les IBC accordent-elles aux investissements ?

Simon Parienté : Si l'on considère les seuls investissements corporels, les industries de biens de consommation courante, non alimentaires surtout, font moins bien que le secteur industriel tout entier. En revanche, si l'on ajoute aux acquisitions corporelles les dépenses immatérielles, les taux d'investissement deviennent favorables aux industriels de l'Ile.

C'est très significatif pour les fabricants de produits alimentaires dont les investissements immatériels, très importants, sont quasi exclusivement représentés par de la publicité. Les dépenses immatérielles sont mieux réparties, entre publicité et R&D, dans le secteur IBC (voir graphiques 6 et 7).

Graphique 6

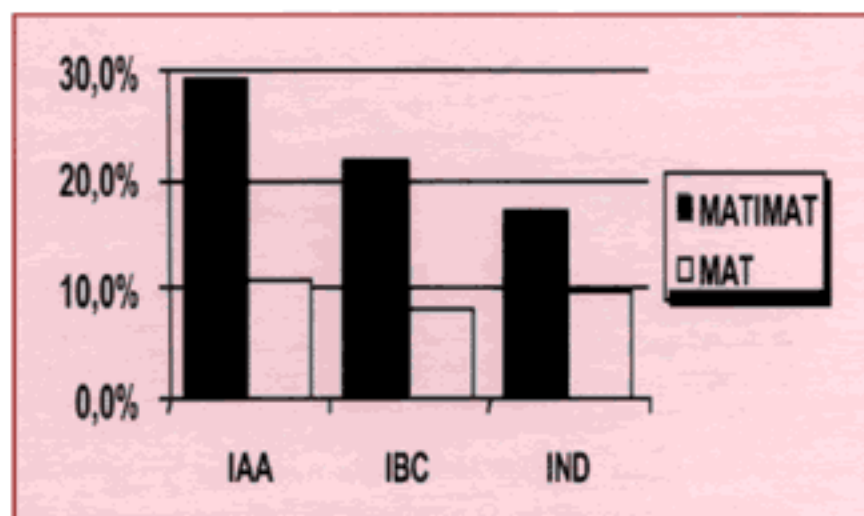
Investissements matériels et publicité en pourcentage de la valeur ajoutée pour IAA et IBC ; base SESSI (chiffres de 1998) *



*MAT = investissements matériels ;
PUB = dépenses de publicité.

Graphique 7

Taux d'investissement, avec et sans immatériel, pour IAA, IBC et INDUstrie (sauf énergie) ; 1996 *



* MATIMAT = investissements matériels et immatériels ;
MAT = investissements matériels.

Comment les IAA peuvent-elles fabriquer des produits à plus forte valeur ajoutée quand leur budget de recherche-développement est si faible ?

Simon Parienté : Les entreprises peuvent aussi valoriser leur offre par la qualité, la notoriété ou l'image du produit et, par la contraction des consommations intermédiaires, en agissant sur la chaîne de valeur. Plus généralement, le secteur savons, parfums et produits d'entretien est le plus mature de notre échantillon. C'est celui qui semble le mieux valoriser son offre de produits, probablement grâce à beaucoup de R&D. A l'opposé, le sous-ensemble constitué des équipements du foyer semble, pour l'instant, davantage préoccupé par la conquête de nouveaux terri-

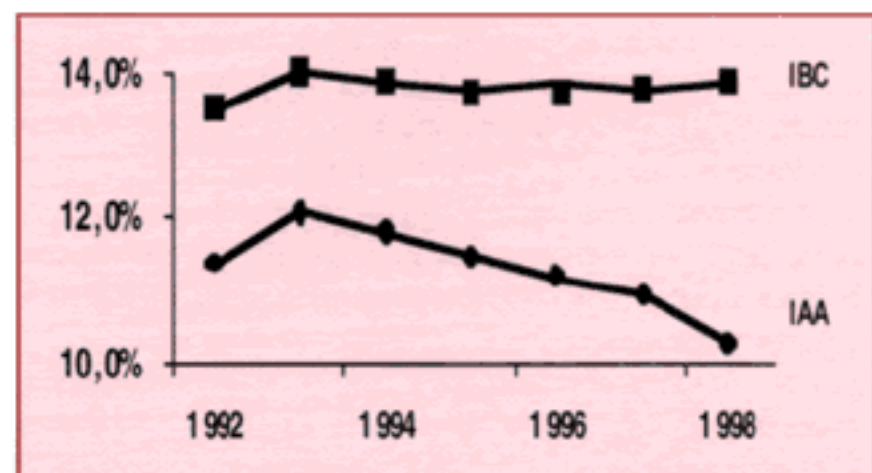
toires (marchés potentiels importants) que par le résultat. Ce secteur affiche, à la fois, la plus grande contribution au chiffre d'affaires et la plus petite contribution au résultat du portefeuille d'activités IBC.

La France s'honore d'être au premier rang mondial en termes d'exportation par habitant. Quelle est la contribution des IAA et des IBC à la balance commerciale ?

Simon Parienté : L'étude constate une croissance des exportations dans le domaine agro-alimentaire mais elle demeure moins forte que pour l'industrie en général. La contribution de IAA, au secteur industriel tout entier, a donc diminué, signifiant ainsi une baisse des relais de croissance. Pour sa part, le bloc IBC a maintenu sa contribution au chiffre d'affaires exporté par tout le secteur industriel (graphique 8).

Graphique 8

Parts respectives de IAA et IBC dans la production totale exportée par tout le secteur industriel ; Comptes de la nation 1992-1998.



Quel est leur degré de concentration ?

Simon Parienté : le tissu industriel de IBC est plus contracté que celui de IAA et cette concentration dans IBC est allée en s'affermissant. Selon notre propre échantillon (base SP-DB), le premier centile de sociétés appartenant à IBC représente, à lui seul, près de 50 % du chiffre d'affaires total de l'ensemble, contre un peu plus de 34 % pour IAA (chiffres 1998). Une comparaison avec tout le secteur industriel manufacturier paraît donner des niveaux de concentration comparables. Hors secteur automobile, très important et oligopolistique, les échantillons IAA et IBC deviennent franchement plus concentrés que les autres branches industrielles (biens d'équipement et biens intermédiaires).

Propos recueillis par Jean Watin-Augouard



Argentine : quand tradition latine peut rimer avec autorégulation

Dans son précédent numéro, le Bulletin de l'Ilec s'est penché sur les codes de bonne conduite. Après les exemples du Portugal et de l'Angleterre, celui de l'Argentine vient compléter un tour d'horizon international. Entretien avec Carlos Winograd, Secrétaire à la Concurrence et à la Protection du Consommateur.

Le 14 septembre 2000, l'Argentine était le premier pays d'Amérique Latine à se doter d'un code de bonne conduite dans les relations producteurs-distributeurs. Quelles étaient, à l'époque, les mauvaises pratiques fustigées et depuis quand existaient-elles ?

Carlos Winograd : Les pratiques commerciales les plus pernicieuses et les plus récurrentes concernaient les délais de paiement, l'absence de coopération logistique et les questions relatives à la dévalorisation des marques induite par la politique de prix des distributeurs. Plus grave, le conflit était permanent car les acteurs ne dialoguaient pas. Le Secrétariat à la Concurrence a donc décidé de réunir autour d'une table les plus grands groupes industriels et les distributeurs afin d'établir un agenda pour régler les principaux problèmes. Afin de nous guider, nous avons étudié les différentes expériences menées pour résoudre les conflits et mis dans la balance les inconvénients et les avantages des mécanismes utilisés pour corriger les mauvaises pratiques. Après un débat intense, un code de bonnes pratiques commerciales a été écrit conjointement par les industriels et les distributeurs.

■ *Qui a été à l'initiative du code ?*

Carlos Winograd : Il y a un an, le président De la Rúa nous a fait part de ses préoccupations concernant les conflits récurrents dans le secteur de la distribution. Décision fut alors prise au sein du Secrétariat pour s'attaquer aux problèmes du secteur, sans solutions depuis presque vingt ans. Notre travail s'est déroulé en trois temps : diagnostic de la situation argentine, étude de l'expérience internationale et proposition d'une politique adaptée aux conditions particulières du pays. Nous avons ainsi étudié la loi Galland en France et les réglementations d'autres pays, tels que celles de l'Espagne et des Etats-

Unis. Tradition latine oblige, l'Argentine a tendance à résoudre les problèmes par voie législative. Reste que l'application de la législation laisse à désirer dans la mesure où les lois, de portée générale, n'appréhendent pas les problèmes vécus au quotidien. Nous nous sommes donc inspirés des codes de bonne conduite dont celui du Royaume Uni. Il nous est apparu que deux instruments majeurs pouvaient contribuer à résoudre les conflits : la flexibilité et la rapidité. J'ai ainsi consacré beaucoup de temps à convaincre, individuellement, tous les acteurs des bénéfices d'une action commune. L'effet de surprise passé, industriels et distributeurs n'ayant jamais entendu parlé de code volontaire, il a fallu vaincre leur méfiance et les persuader que travailler ensemble était possible et souhaitable. En définitive, si le Secrétariat est à l'origine de l'idée d'un code volontaire, la volonté des industriels et des distributeurs lui a donné vie.

■ *Quel est le champ couvert par ce code ? Qui l'a signé jusqu'à ce jour ?*

Carlos Winograd : Le code porte sur les relations entre fournisseurs, supermarchés et hypermarchés, qu'ils soient de petite, de moyenne ou de grande taille. La plupart des grandes chaînes de supermarchés, les plus importants syndicats professionnels, représentant des centaines d'entreprises ont, à ce jour, paraphé le code. Mais toutes les semaines, se présentent au Secrétariat de nouveaux signataires du code. L'impact le plus remarquable est celui du changement des conduites considérées comme étant normales. En effet, le code commence à établir les fondements d'une nouvelle éthique commerciale et d'un équilibre économique meilleur. A mesure que les nouvelles pratiques se mettent en place, les anciennes sont jugées coûteuses en termes d'image commerciale. Même ceux qui n'ont pas encore signé le code commencent à mettre leurs pratiques commerciales en accord avec les règles établies.

■ *Quel sera le rôle du tribunal arbitral créé par le code ?*

Carlos Winograd : Le tribunal a pour objectif d'établir un système de résolution des conflits simple, rapide et accepté par les parties. Les signataires du

code peuvent dénoncer les pratiques abusives devant un tribunal composé de trois arbitres : le premier, choisi par les fournisseurs, le second par les supermarchés et le troisième, le président, désigné par les parties. Quand un cas se présente, on cherche à résoudre le conflit d'abord par la médiation. Si elle n'aboutit pas, le tribunal doit émettre son avis après une courte période d'environ trois mois. Ses résolutions, qui prennent la forme d'amendes ou d'ordre à cesser les conduites, ont force de loi. Il faut remarquer que la rapidité du processus de résolution des conflits constitue un avantage très important, en termes de temps passé et de coûts, par rapport au système judiciaire. Dans beaucoup de pays, et en particulier dans le notre, la résolution d'un conflit par la voie judiciaire pourrait prendre plus de deux ans. De même, celui qui dénonce une pratique abusive pourrait être victime de représailles commerciales destinées à calmer ses ardeurs et celles des victimes potentielles. Lorsque l'on considère les coûts d'avocats, le temps passé, la connaissance limitée qu'a la justice des relations industrie-commerce et l'incertitude du résultat, on comprend pourquoi le nombre de conflits commerciaux portés devant la justice soit, dans les faits, très réduit.

■ *Quels sont les obstacles à la mise en oeuvre du code ?*

Carlos Winograd : Le succès du code dépend de la volonté des acteurs. Notre rôle a consisté à proposer

un mécanisme institutionnel inconnu en Argentine et d'impulser, par notre action, le processus de négociation, jusque-là totalement absent. Aussi bien les fournisseurs que les distributeurs nous ont manifesté leur conviction que le code est la meilleure des solutions connues. A eux de démontrer qu'ils sont aptes à résoudre par eux-mêmes leurs problèmes et, surtout, capables de défendre ce code qui fut laborieux à construire. S'ils y parviennent, contribuant ainsi à améliorer le bien être du consommateur, on pourra parler d'une rupture dans les mécanismes de résolution des conflits commerciaux en Argentine.

■ *Comment évolue le rapport de forces entre distributeurs et fournisseurs ?*

Carlos Winograd : Le code de bonnes pratiques va sans doute placer dans une position plus favorable les sociétés ayant un faible pouvoir de négociation, que ce soit du côté des fournisseurs ou des distributeurs. Il ne faut pas oublier que les petites et moyennes entreprises de la distribution peuvent également contester certaines pratiques abusives des grands fournisseurs. Le code n'a pas laissé de côté cette dimension.

Propos recueillis par Jean Watin-Augouard



Importations parallèles et droit européen : le Tribunal de première instance désavoue la Commission

Par le cabinet Vogel & Vogel, avec la collaboration d'Anne de Beaumont

Coup dur pour l'autorité européenne de la concurrence, mais bonne nouvelle pour les fabricants. Le Tribunal de première instance des communautés a annulé, le 26 octobre 2000, l'amende de 3 millions d'écus infligée par la Commission à Bayer en janvier 1996. L'exécutif européen avait estimé que le groupe pharmaceutique s'était entendu avec ses grossistes pour restreindre les importations parallèles d'un médicament. Dans un arrêt de principe, le juge commu-

nautaire rappelle la notion d'accord prohibé aux termes du droit européen des ententes et justifie la politique commerciale d'un fabricant, même lorsqu'elle peut affecter les échanges entre États membres.

Le laboratoire Bayer commercialise, par l'intermédiaire de ses filiales présentes dans les pays de l'Union, un médicament dénommé l'Adalate. Le prix des médicaments étant fixé par les autorités sanitaires

nationales, de forts écarts de tarifs existent entre les États. Entre 1989 et 1993, les prix de l'Adalate pratiqués en France et en Espagne ont été inférieurs de 40 % à ceux constatés au Royaume-Uni. Ces disparités ont amené les grossistes espagnols, dès 1989, et français, à partir de 1991, à exporter en grande quantité vers le Royaume-Uni. Les importations parallèles ont entraîné une perte de chiffre d'affaires de 230 millions de marks pour la filiale britannique du laboratoire pharmaceutique. Le groupe Bayer a, en conséquence, modifié sa politique de livraison et décidé de ne plus approvisionner ses grossistes espagnols et français au-delà de leurs besoins habituels. Informée par des plaintes de ces derniers, la Commission a condamné Bayer pour entente anticoncurrentielle, en 1996.

La politique commerciale du fabricant et le droit de la concurrence

La Commission a estimé que le comportement de Bayer et celui de ses grossistes étaient constitutifs d'un accord entre entreprises au sens de l'article 81, §1, du Traité. Le Tribunal a rejeté cette appréciation après une analyse minutieuse des termes de l'interdiction édictée par le Traité et de l'abondante jurisprudence qui les a interprétés. La notion d'accord est fondée sur l'existence d'une concordance de volontés entre deux parties, dont la forme de manifestation n'est pas importante, pour autant qu'elle constitue l'expression fidèle de celles-ci. Selon la jurisprudence, il faut distinguer les hypothèses où une entreprise a adopté une mesure unilatérale, sans la participation expresse ou tacite d'une autre firme, et celles où le caractère unilatéral est uniquement apparent. Ainsi, la prohibition de l'article 81 s'applique lorsqu'une mesure apparemment unilatérale, mise en œuvre par un fabricant dans le cadre des relations contractuelles avec ses revendeurs, reçoit l'acquiescement au moins tacite de ces derniers. Pour la Commission, cette condition est remplie dans l'affaire Bayer : le comportement des filiales française et espagnole du fabricant vis-à-vis des grossistes démontre l'existence d'une interdiction d'exporter imposée par Bayer France et Bayer Espagne dans le cadre des relations commerciales qui les unissent à leurs clients et il est établi que ces derniers ont adopté un comportement implicite d'acquiescement à cette interdiction. Le juge communautaire n'est pas de cet avis. Aucun document excipé par la Commission ne contient d'indices d'une volonté de Bayer d'interdire les exportations ou de contrôler les quantités exportées par chaque grossiste. Quant à l'argument fondé sur le prétendu acquiescement tacite des grossistes à la nou-

velle politique de livraison de Bayer, il est également rejeté par le Tribunal : rien n'établit que les filiales française et espagnole ont exigé un comportement particulier de la part des grossistes vis-à-vis de la destination ultime de l'Adalate, ou qu'elles ont cherché à obtenir leur accord à propos de la mise en œuvre de la politique de Bayer. Au contraire, les documents produits par la Commission tendent à prouver que les grossistes ont cherché à détourner la politique de restriction des livraisons imposée par le groupe pharmaceutique.

L'importance de cette décision pour tous les fabricants européens réside dans l'analyse faite par le Tribunal de la thèse soutenue par la Commission, selon laquelle le maintien des relations commerciales par les grossistes après la mise en place de la nouvelle politique de Bayer prouve l'existence d'un accord prohibé. Cette idée est balayée par le juge européen, qui rappelle que la preuve d'un accord entre entreprises repose sur la constatation d'une concordance de volontés entre des opérateurs économiques, condition absente en l'espèce, puisque le comportement des grossistes était contraire à la nouvelle politique de Bayer. Ainsi, la simple poursuite de relations commerciales habituelles, en l'absence d'un réseau de distribution intégré, ne suffit pas à établir l'existence d'un accord prohibé par le droit communautaire.

Si le droit des ententes ne s'applique pas en l'espèce, le Tribunal ajoute néanmoins, que le comportement unilatéral du fabricant pourrait tomber sous le coup de la prohibition de l'abus de position dominante édictée à l'article 82 du Traité, mais uniquement si les conditions d'application posées dans ce texte sont réunies. La politique de restriction des livraisons adoptée par Bayer aurait été condamnable, en application de l'article 82 du Traité, si le groupe avait détenu une position dominante, ce qui n'était pas le cas, sur le marché de l'Adalate.

La sauvegarde de la liberté d'entreprise

La Commission a, sans succès, essayé de justifier sa décision par la nécessité de protéger en toute circonstance les importations parallèles. Le Tribunal a rejeté cet argument tout en fournissant des indications à l'exécutif européen : la Commission ne peut pas élargir le champ d'application des règles de droit communautaire applicables aux entreprises, c'est-à-dire les articles 81 et 82, pour essayer d'aboutir à une harmonisation des prix sur un marché où, comme en l'espèce, les disparités tarifaires entre États membres sont dues à des mécanismes étatiques de fixation des

prix. Elle peut d'autant moins le faire que le Traité met à sa disposition d'autres règles juridiques, telles que les articles 28 et suivants, sur les restrictions à la libre circulation des marchandises.

Dans un attendu de principe, le Tribunal a par conséquent estimé que « pourvu qu'il le fasse en n'abusant pas d'une position dominante, en l'absence de toute concordance de volontés avec ses grossistes, un fabricant peut adopter la politique de livraisons qu'il estime nécessaire, même si, par la nature même de son objectif, tel celui d'entraver les importations parallèles, la mise en pratique de cette politique peut comporter des restrictions de concurrence et affecter les échanges entre États membres. » Une extension du champ d'application de l'article 81 §1 du Traité aurait conduit à une situation paradoxale où le refus de vente aurait été plus fortement pénalisé par le droit des ententes que par celui de l'abus de position dominante. En effet, la prohibition de l'article 81 aurait frappé le fabricant qui décide de refuser ou de restreindre des livraisons futures, sans résilier les relations commerciales avec ses clients, tandis que, dans le cadre de l'article 82, le refus de livrer, même total, aurait seulement été interdit en cas d'abus. Et le juge communautaire d'ajouter que la jurisprudence reconnaît indirectement l'importance de la sauvegarde de la liberté d'entreprise dans l'application des règles de concurrence du Traité, lorsqu'elle admet expressément que, même une entreprise en position dominante peut, dans certains cas, refuser de vendre ou changer sa politique de livraison ou d'approvisionnement, sans tomber sous le coup de l'interdiction de l'article 82 du Traité².

Un arrêt bienvenu

La solution apportée par le Tribunal semble logique, car si le simple fait de poursuivre des relations commerciales normales suffirait à établir l'existence d'une entente, la plupart des entreprises européennes risqueraient de tomber sous le coup de l'article 81. Elle est cependant surprenante. Jusqu'à présent, les institutions communautaires ont toujours encouragé les importations parallèles, dans la mesure où elles contribuent au décloisonnement des marchés nationaux et à l'harmonisation des prix dans les États membres, au profit du marché unique communautaire. Les interdictions d'exporter et les tentatives de contrôle de la diffusion des marchandises ont en général été déclarées illicites³. La notion d'accord prohibé a également été l'objet d'une interprétation large. Ainsi, dans l'affaire Sandoz⁴, l'acceptation par les clients de factures du fabricant sur lesquelles figu-

rait la mention expresse « exportation interdite » a suffi pour conclure à l'existence d'une entente. L'intérêt de cet arrêt réside dans les limites posées par le Tribunal à l'application des règles communautaires de concurrence aux entreprises. En l'absence d'un réseau de distribution intégré, qui aurait relevé des règles sur les restrictions verticales contenues dans les règlements d'exemption par catégorie applicables à l'époque des faits, une société peut, dans certaines conditions, contrôler la circulation des produits qu'elle fabrique. Sans devoir être interprété comme un revirement de jurisprudence, cet arrêt du TPICE sonne cependant comme un rappel à l'ordre adressé à la Commission et comme la victoire des fabricants contre les excès de la politique communautaire qui, au nom de la libre circulation et de l'intégration des marchés, aurait conduit à nier purement et simplement le droit des producteurs de s'assurer que leurs produits sont convenablement commercialisés.

(1) TPICE, 26 oct. 2000, aff. T-41/96, *Bayer AG c/ Commission*, disponible sur le site de la CJCE, <http://europa.eu.int/cj/fr/jurisp/index.htm>. La Commission a formé, le 5 janvier 2001, un recours en annulation de cette décision devant la CJCE.

(2) CJCE, 14 fév. 1978, *United Brands c/ Commission*, Rec. I, p. 207.

(3) Arrêt Sandoz, CJCE 11 janv. 1990, Rec I, p. 45, déc. Com. Fisher Price, 18 déc. 1987, JOCE L 49 du 23 fév. 1988, déc. Com Pioneer, 14 décembre 1979, JOCE L 60 du 5 mars 1980.

(4) Préc. Note 3.



Au sommaire du prochain numéro :

**L'écologie industrielle
avec Dominique Bourg et
Jean-Charles Hourcade.**

Consommation des ménages : bonne fin d'année 2000

D'après Consoscan et avec la collaboration de Bernard Pinet Consultant

D'après le panel de consommateurs Consoscan, les achats, par les ménages, de produits de consommation courante ont progressé de 8,8% en valeur au cours de la période de 4 semaines allant du 27 novembre au 24 décembre (treizième période 2000 comparée à la treizième période 1999). En volume, ils ont augmenté de 5,3%. Le prix du panier a, quant à lui, affiché une hausse de 4,7%. Des chiffres qui témoignent de la reprise de la consommation en fin d'année 2000. Bilan de l'année : stabilité en volume, progression de 3,2% en valeur.

Les aliments infantiles dépassent le seuil de 20% (22,9%), la biscuiterie sucrée et les produits pour apéritifs, celui de 10%. En volume, les conserves de viandes sont en régression de près de 6%, mais ne sont pas les seules à afficher un score négatif, puisque la pâtisserie industrielle, les plats cuisinés et les conserves de légumes connaissent des baisses de 0,4% à 2,1%.

Durant cette période, le prix du panier a augmenté assez sensiblement (4,7% en moyenne), avec un maximum pour les produits frais (5,7%) et un minimum pour les liquides (moins 2,7%).

Evolution en valeur : l'hygiène corporelle, première de la classe

Les produits d'hygiène et de beauté obtiennent la palme avec une croissance de 11,2% en valeur et de 11,4% en volume, en tête desquels caracolent les produits d'hygiène corporelle : 14,7% en valeur et 17,1% en volume. Les produits d'entretien suivent avec 9,3% en valeur et 6,7% en volume. Les produits frais ont progressé davantage en valeur (8,7%) qu'en volume (4,2%), la période des fêtes de fin d'année étant propice à la recherche de produits de meilleure qualité, observable notamment sur la saurisserie et le saumon fumé (7,2% en valeur et 1,7% en volume) et la charcuterie (5,1% en valeur mais moins 1,9% en volume).

Les achats de liquides enregistrent une bonne performance : 8,1% en valeur et 6,5% en volume. Les eaux ont eu particulièrement le vent en poupe avec une progression d'environ 12% tant en valeur qu'en volume, mais les boissons rafraîchissantes, alcools et bières et cidre ont vu leurs achats augmenter de 6% en valeur et de 3% en volume. Rappelons que les vins, tranquilles et effervescents, ne sont pas inclus dans les résultats concernant ici les liquides.

Avec une hausse de 7,6% en valeur, les achats de produits d'épicerie n'ont pas démerité. Mises à part les conserves de viandes qui régressent (moins 2%), toutes les familles de produits sont en progression.

Année 2000 médiocre

Reste que, d'après Consoscan, l'année écoulée aura été assez médiocre, puisque les achats de produits de consommation courante affichent une hausse de 3,2% en valeur et mais restent stables en volume. La consommation est surtout tirée par les produits frais (4% en valeur et 0,4% en volume sur une année) dont l'importance du rayon s'accroît dans la grande distribution. C'est sur les produits d'entretien et dans l'hygiène-beauté que le prix du panier a le plus augmenté : respectivement 5,2% et 4,7%.

Si on considère les marchés individuellement, les produits d'incontinence ont progressé en 2000, de plus de 40% en valeur et de 30% en volume. En forte hausse, mais loin derrière, on trouve les laits infantiles : 19% en valeur et 16% en volume. Tout se passe comme si les plus vieux et les plus jeunes sont les cibles privilégiées. Les barres céréalières, les desserts à préparer et les produits dépilatoires ont connu des augmentations supérieures à 15% en valeur.

A l'opposé, parmi les produits qui ont le plus régressé, de 15% en valeur, on trouve les produits pour permanentes, les pains d'épice, les pâtés et rillettes et l'eau de Cologne.



Evolution de la consommation des ménages

Indices Ilec - Secodip (source : panel de consommateurs ConsoScan) % d'évolution par rapport à la période correspondante de l'année 1999

	Part de marché valeur en %	Valeur		Volume		Prix du panier	
		du 27/11/00 au 24/12/00	du 27/12/99 au 24/12/00	du 27/11/00 au 24/12/00	du 27/12/99 au 24/12/00	du 27/11/00 au 24/12/00	du 27/12/99 au 24/12/00
		13e période	12 mois	13e période	12 mois	13e période	12 mois
Produits ConsoScan	100,0	8,8	3,2	5,3	0,0	4,7	3,6
Epicerie	32,9	7,6	2,9	4,2	0,3	4,7	2,9
Petits déjeuners	5,0	8,6	1,9	5,8	-0,9	3,8	3,0
Confiserie	4,0	7,1	5,1	5,4	2,6	2,4	2,8
Aliments pour animaux	2,7	8,7	-1,0	2,9	-1,8	6,8	1,2
Plats cuisinés	1,1	3,9	2,4	-1,3	0,6	6,2	2,0
Féculents	1,3	9,7	0,6	3,8	-2,0	7,1	2,7
Aides à la cuisine	5,3	5,2	1,0	1,0	-1,9	5,2	3,3
Conserves de légumes	1,8	3,0	2,4	-2,1	-1,3	5,7	3,8
Biscuiterie sucrée	2,3	12,3	7,8	8,5	4,7	6,2	3,9
Aliments infantiles	1,1	22,9	9,3	29,2	8,0	1,2	2,5
Produits apéritifs	1,6	13,3	7,0	7,0	1,7	7,9	5,8
Pâtisserie industrielle	1,9	3,8	3,1	-0,4	-1,2	5,1	4,6
Conserves de viandes	1,9	-2,0	-0,2	-5,8	-2,2	4,3	2,2
Conserves de poissons	1,0	8,0	1,0	6,6	2,6	3,5	-1,4
Liquides	11,7	8,1	2,7	6,5	0,9	2,7	2,0
BRSA	3,2	7,7	2,9	4,6	-0,2	4,2	3,5
Alcools	4,8	6,7	2,8	5,4	1,5	2,1	1,6
Bières et cidres	1,1	6,2	1,5	3,0	-0,4	3,8	2,1
Eaux	2,6	12,0	3,0	12,1	2,4	1,6	0,7
Entretien	8,7	9,3	3,9	6,7	-0,7	4,7	5,2
Droguerie	2,5	7,0	3,9	9,9	-0,4	0,3	4,9
Papier	3,4	10,9	4,2	8,1	2,0	4,3	2,7
Entretien du linge	2,3	9,3	3,6	1,5	-4,4	9,7	8,6
Hygiène-Beauté	9,3	11,2	1,5	11,4	-2,7	3,1	4,7
Capillaires	1,7	6,7	1,0	2,8	-2,4	5,7	3,6
Hygiène corporelle	4,5	14,7	1,2	17,1	-3,3	2,7	5,1
Soins et beauté	2,5	9,7	2,5	7,7	-0,8	3,9	3,5
Produits frais	37,1	8,7	4,0	4,2	0,4	5,7	4,0
Ultra-frais	7,1	8,4	4,2	4,0	0,6	5,1	3,9
Beurre-œufs-lait	7,0	8,2	1,9	3,9	-1,7	5,0	3,7
Surgelés	9,0	9,7	3,2	5,4	0,2	5,4	3,2
Charcuterie L.S.	4,2	5,1	2,8	-1,9	-3,2	9,1	6,8
Traiteur L.S.	2,5	10,9	9,5	7,1	6,8	5,5	3,7
Fromages L.S.	5,4	10,7	4,6	7,2	1,6	5,0	3,7
Saurisserie & saumon fumé	1,9	7,2	8,1	1,7	7,8	7,5	2,2

Directeur de la Publication : Dominique de GRAMONT - Editeur TRADEMARK RIDE

Rédacteur en chef : Jean WATIN-AUGOUARD - Maquette et mise en page : Daniel SIMON

Abonnement France (1 an) : 45 euros (295,18 F TTC) - Abonnement Etranger (1 an) : 45 euros + 5 euros de port (327,98 F TTC) - Prix au numéro : 5 euros (32,80 F TTC)

TRADEMARK RIDE - 93, rue de la Santé 75013 Paris - Tél : 01 45 89 67 36 - Fax : 01 45 89 78 74 - Email : j-wa@libertysurf.fr

Imprimé par : CELER - 17, avenue Aristide Briand - 91550 Paray-Vielle-Poste - Reproduction interdite sauf accord spécial - Commission paritaire n° 80397