

Les fabricants de marques cherchent à nouveau à empêcher toute tentative visant à mieux équilibrer leur puissance sur le marché

Réagissant à la demande d'AIM, le lobby multinational de l'industrie de marque, que soit ouverte une enquête sur le marché européen des alliances de vente au détail, le directeur général d'Independent Retail Europe, Else Groen, et le directeur général d'EuroCommerce, Christian Verschueren, ont publié la déclaration commune suivante :

« Les détaillants et grossistes européens opèrent dans un nombre limité de pays et sur un marché fortement concurrentiel, avec des coûts fixes élevés et de faibles marges de l'ordre de 1 à 3%. Les alliances de détail contribuent à créer des gains d'efficacité et des synergies dans l'approvisionnement sur le marché unique lorsqu'ils traitent avec de puissants fournisseurs de marques multinationales opérant dans le monde entier et bénéficiant de marges dix fois plus élevées que celles des détaillants. Ces fournisseurs demandent constamment aux détaillants des augmentations de prix sans rapport avec le produit ou à son coût de production. Les alliances de détail concurrencent également à l'atténuation de l'impact négatif des contraintes territoriales d'approvisionnement imposées par les grands fournisseurs de marques, qui fragmentent le marché unique et entraînent des différences de prix souvent importantes et injustifiées à travers l'Europe. Les alliances européennes de détail sont toutes soumises à des principes de gouvernance clairs pour garantir le respect des réglementations européennes et nationales, en ce compris le droit de la concurrence.

L'année dernière, en réponse à une demande du Parlement européen, le Centre commun de recherche de la Commission européenne (le JRC) a rédigé un rapport dont les conclusions sont très claires : les alliances de détail peuvent favoriser la concurrence en générant des gains d'efficacité et en contrebalançant la puissance des grands fabricants de produits de marque, ce qui conduit ainsi à une baisse des prix pour les consommateurs. En novembre 2019, la vice-présidente exécutive de la Commission européenne, Margrethe Vestager, a reconnu explicitement les effets pro-concurrentiels des alliances européennes de détail et de gros : « *Les alliances d'achat entre détaillants sont devenues un élément-clé des chaînes d'approvisionnement alimentaires. Elles peuvent faire baisser les prix des denrées alimentaires et des produits d'hygiène personnelle que les consommateurs achètent quotidiennement.* »

Les consommateurs disposent d'un large éventail d'options concurrentes lorsqu'ils font leurs achats. Ils choisiront celle qui leur conviendra le mieux en termes de prix, de commodité d'achat et de disponibilité des produits, que ce soit en ligne ou hors ligne. Les détaillants ne peuvent donc pas être considérés comme des « gardiens » contrôlant l'accès aux marchés sur lesquels ils opèrent : dans un marché fortement concurrentiel, un détaillant qui n'a pas un produit en rayon risque que le client aille simplement chez un concurrent. Cela est particulièrement vrai pour les produits « incontournables » livrés par des fournisseurs de produits de marques multinationales de plus en plus concentrés. Ils font largement la promotion de ces produits et vendent de plus en plus leurs produits directement aux consommateurs, en concurrence avec les détaillants.

--- FIN ---

Contacts :

EuroCommerce – Neil McMillan – +32 2 737 05 99 – mcmillan@eurocommerce.eu

Independent Retail Europe – Else Groen – + 32 2 732 46 60 – Else.Groen@IndependentRetailEurope.eu

***EuroCommerce** est la principale organisation européenne représentant le secteur du commerce de détail et de gros. Elle regroupe des associations nationales dans 31 pays et 5,4 millions d'entreprises, à la fois des acteurs mondiaux de premier plan tels que Carrefour, Ikea, Metro et Tesco, et de nombreuses petites entreprises. Le commerce de détail et de gros assure le lien entre les producteurs et 500 millions de consommateurs européens plus d'un milliard de fois par jour. Il génère 1 emploi sur 7, offrant diverses carrières à 29 millions d'Européens, dont beaucoup sont des jeunes. Il génère également des millions d'emplois supplémentaires tout au long la chaîne d'approvisionnement, des petits fournisseurs locaux aux entreprises internationales. EuroCommerce est le partenaire social européen reconnu pour le secteur du commerce de détail et de gros.*

***Independent Retail Europe** (précédemment l'UGAL – l'Union des groupements de détaillants indépendants de l'Europe) est l'association européenne, créée en 1963, qui rassemble les principaux groupements d'indépendants dans les secteurs alimentaire et non alimentaire. Independent Retail Europe représente des groupements de détaillants qui se caractérisent par l'offre d'un réseau de soutien aux PME / entrepreneurs indépendants du commerce de détail, par des achats communs de biens et services pour assurer l'efficacité et des économies d'échelle, ainsi que par le respect du caractère indépendant de chaque détaillant. Nous comptons parmi nos membres des groupements de détaillants indépendants, des associations représentant de tels groupements et des sociétés de services de plus grande envergure conçues pour soutenir les détaillants indépendants. Independent Retail Europe représente 24 groupements et leurs 386.602 détaillants indépendants, qui gèrent plus de 753.000 points de vente, avec un chiffre d'affaires combiné de plus de 944 milliards d'euros pour le commerce de détail et de près de 297 milliards d'euros pour le commerce de gros. Cela représente un emploi total de plus de 6.603.000 personnes.*