

- Communiqué de presse – 4 juillet 2022 -

Une nouvelle étude démontre que les alliances d'achat des détaillants se traduisent par des prix inférieurs pour les consommateurs

Une étude de l'INSEAD publiée récemment¹ démontre que les alliances d'achat contribuent à nettement diminuer les prix pour les consommateurs dans le secteur du commerce de détail. Elle confirme ainsi les conclusions d'études² semblables, attestant des effets positifs des alliances d'achat du commerce de détail sur le bien-être des consommateurs.

L'étude s'est intéressée à 138.000 articles dans 20 catégories alimentaires clés (comme le fromage, la confiserie, le chocolat, les fruits secs, les légumes ou encore les surgelés) sur une période de six ans. Sur la base d'une analyse de plus de 6 millions d'observations, l'étude révèle que les clients d'EDEKA ont en moyenne payé environ 12 % de moins pour des produits obtenus via l'alliance AgeCore, par rapport à ce qu'ils auraient payé en dehors du cadre de l'alliance. Elle montre également qu'EDEKA a répercuté ces économies sur les consommateurs³, notamment en raison de la très forte concurrence dans le secteur de la distribution alimentaire et des très faibles marges dont disposent les détaillants.

Else Groen, Directeur général, a commenté la nouvelle en ces termes : « *Les alliances d'achats permettent aux détaillants PME de rester concurrentiels dans les secteurs alimentaire et non alimentaire, puisqu'ils leur permettent de négocier sur un pied d'égalité avec de grands fabricants opérant à l'échelle mondiale, de rivaliser avec de grandes chaînes au niveau des prix et de développer des produits de marques propres. Les avantages en sont dès lors forcément répercutés sur les consommateurs.*

On néglige souvent le rôle important que jouent les détaillants dans le maintien des marchandises à la portée des consommateurs, alors que le caractère abordable des produits est essentiel pour ces derniers, en particulier sur l'actuel marché inflationniste où les fins de mois sont difficiles pour de nombreux consommateurs. Les détaillants sont confrontés ces derniers temps à des augmentations de prix très importantes de la part de grandes marques internationales pour des produits alimentaires manufacturés. Les prix de certaines matières premières ont certes augmenté récemment et les entreprises doivent investir dans la durabilité, mais tous les acteurs de la chaîne d'approvisionnement doivent absorber leur part de ces coûts. Les détaillants ont des marges très modestes (de 1 à 3 %) et ne peuvent pas absorber ces coûts pour l'ensemble de la chaîne. Ils ne peuvent pas non plus les répercuter dans leur intégralité sur les consommateurs. »

Le Centre commun de recherche de la Commission européenne reconnaît l'intérêt des alliances d'achat dans sa récente [étude sur les alliances d'achat du commerce de détail](#). La Commission européenne reconnaît quant à elle les avantages des alliances d'achat pour la concurrence dans ses [lignes directrices relatives aux accords de coopération horizontale](#). Ces dernières sont en cours de révision. Il est très important pour l'équilibre de la chaîne, et par conséquent pour les consommateurs, que les règles continuent d'autoriser les différentes parties à négocier comme elles le font actuellement.

¹ INSEAD - International Retail Buying Groups: A Force for the Good? The case of AgeCore/EDEKA
<https://sites.insead.edu/facultyresearch/research/doc.cfm?did=69325>

² Étude de METRO <https://politics.metroag.eu/topics/law-and-economics/study-on-price-effects-for-customers-from-participation-in-national-buying-cooperation>; étude d'Hugo Molina (2019), Buyer Alliances in Vertically Related Markets. Working Paper

³ <https://www.insead.edu/faculty-research/publications/working-papers/international-retail-buying-groups-a-force-for-the-good-the-case-of-agecore-edeka-41961>

Pour toute question ou demande d'informations, veuillez contacter

Independent Retail Europe
Else Groen
Directeur général
Tél. : +32 2 732 46 60
Else.Groen@IndependentRetailEurope.eu

Independent Retail Europe

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 23 groupements et leurs 403.900 détaillants indépendants, qui gèrent plus de 759.000 points de vente, avec un chiffre d'affaires combiné de plus de 1.314 milliards d'euros pour le commerce de détail et de près de 484 milliards d'euros pour le commerce de gros. Cela représente un emploi total de plus de 6.620.000 personnes.

Vous trouverez de plus amples informations sur Independent Retail Europe à l'adresse www.independentretaileurope.eu ainsi que sur [Twitter](#) et [LinkedIn](#).