



# De la Loi Galland à la Loi Hamon

De leurs implications sur les relations industriels -  
distributeurs



UNIGRAINS/DEE/Céline ANSART-LE RUN

Juin 2014

# Restrictions

Ce document a été réalisé par Unigrains. Les informations et opinions qu'il contient ont été rassemblées à partir de différentes sources considérées comme fiables, mais nous n'offrons aucune garantie, expresse ou tacite, quant à leur exactitude, exhaustivité ou adéquation pour un besoin particulier. Ce document a été réalisé exclusivement dans un but d'information et ne peut en aucun cas être assimilé à une prestation de conseil. Les informations qu'il contient ont une portée générale et ne prennent pas en compte les situations particulières. Toutes les opinions qui y sont exprimées sont susceptibles d'évoluer au cours du temps et d'être modifiées sans préavis. Unigrains et ses sociétés associées déclinent toute responsabilité en cas de dommages ou de pertes résultant de toute utilisation, directe ou indirecte, des informations et des opinions contenues dans ce document.

Ce document est couvert par le droit d'auteur et ne peut être reproduit, diffusé ou transmis à des tiers sans l'autorisation préalable écrite d'UNIGRAINS. La consultation de ce document implique automatiquement la pleine acceptation des stipulations susvisées.

© Unigrains



# Abréviations et définitions

## ➔ Abréviations

CGV	Conditions générales de vente
EBE	Excédent brut d'exploitation
GSA	Grandes surfaces alimentaires
HD	Hard Discount
HM	Hypermarché
LME	Loi de Modernisation de l'Economie
MDD	Marque de Distributeur
MN	Marque nationale (ou de fabricant)
NIP	Nouveaux instruments promotionnels
PVC	Prix de vente consommateur
RRR	Rabais, remises et ristournes
SM	Supermarché
SRP	Seuil de revente à perte
UC	Unité consommateur
VA	Valeur ajoutée

## ➔ Définitions

### ➔ SRP :

- › Eléments tarifaires du SRP (voir diapo 5) + taxes CA + autres taxes + transport

### ➔ Contrat de mandat :

- › Le mandat est un contrat par lequel une personne, le mandant, donne à une autre personne, le mandataire, le pouvoir de faire un ou des actes juridiques en son nom et pour son compte
- › Par exemple, dans le cas des **NIP sous contrat de mandat**, le fournisseur va mandater le distributeur pour que ce dernier agisse en son nom et pour son compte, en consentant aux consommateurs des réductions de prix sur tel ou tel produit ou en leur accordant des points qui viendront créditer une carte dite d'enseigne, leur permettant ainsi de cumuler des points qui seront convertis en euros et qui pourront, par ailleurs, leur donner droit à différentes offres promotionnelles



# La négociation commerciale annuelle, comment ça marche ?

- ➔ Chaque année, comme le prévoit le code de commerce, les fournisseurs et les distributeurs doivent conclure une convention annuelle (ou plan d'affaires), au plus tard le 28 février afin de formaliser le résultat de leurs négociations commerciales.
- ➔ La convention doit donc retracer l'ensemble des conditions négociées entre les parties, c'est-à-dire le résultat de la négociation des conditions de vente du produit ou de la prestation de services, les réductions de prix et le contenu des services, matérialisant ainsi le plan d'affaires entre fournisseurs et les distributeurs.

*Source : Projet de Loi Consommation, présenté par Pierre Moscovici et Benoît Hamon, 2013*

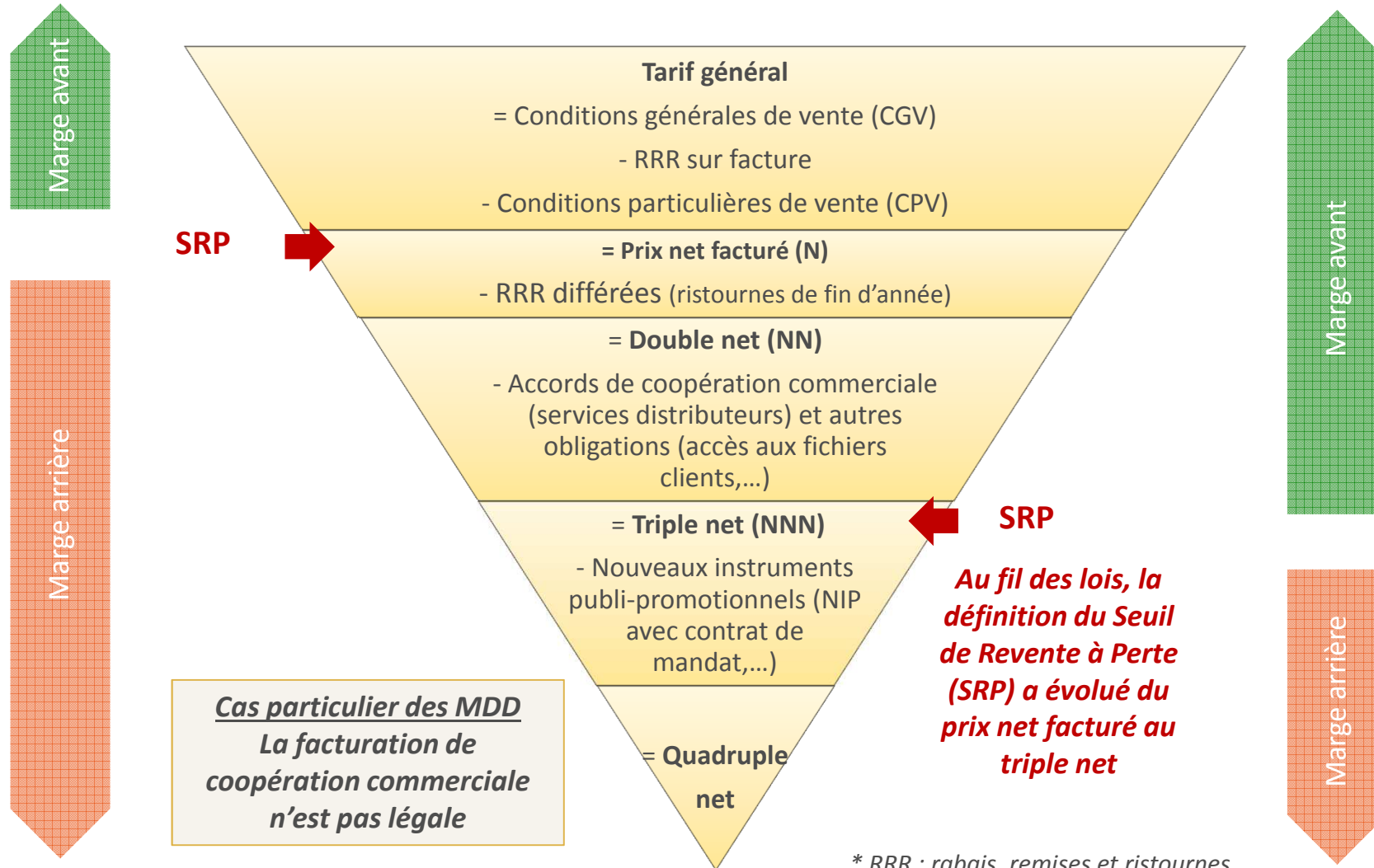


# Les impacts de la négociation sur le tarif général

(cas d'un produit à marque fournisseur)

Loi Galland (1997)

LME (2008)



\* RRR : rabais, remises et ristournes



# Les grandes dates de la réglementation relative à la grande distribution

**Au départ, 2 lois pour protéger le petit commerce et les industriels**  
**Depuis, une série de mesures et de lois pour tenter d'en corriger les effets pervers**

Année	Lois	Objectifs
1996	<b>Loi Raffarin</b>	Protéger le commerce de proximité
1997	<b>Loi Galland</b>	Protéger les fournisseurs contre les prix abusivement bas de la grande distribution
2001	<b>Loi NRE</b>	Moraliser les relations commerciales
2003	<b>Circulaire Dutreil I</b>	Dynamiser la consommation par la baisse des prix
2004	<b>Accords Sarkozy</b>	Lutter contre la hausse des prix des MN
2005	<b>Loi Dutreil II</b>	Lutter contre la hausse des prix des MN en enrayant le développement des marges arrière
2008	<b>Loi Châtel en janvier</b>	Lutter contre la hausse des prix
2008	<b>LME en août</b>	Réintroduire de la concurrence entre enseignes



# De la Loi Galland ...

1997 : Loi Galland (1/4)

## 1997 - Loi Galland

*Lutter contre les prix  
abusivement bas*

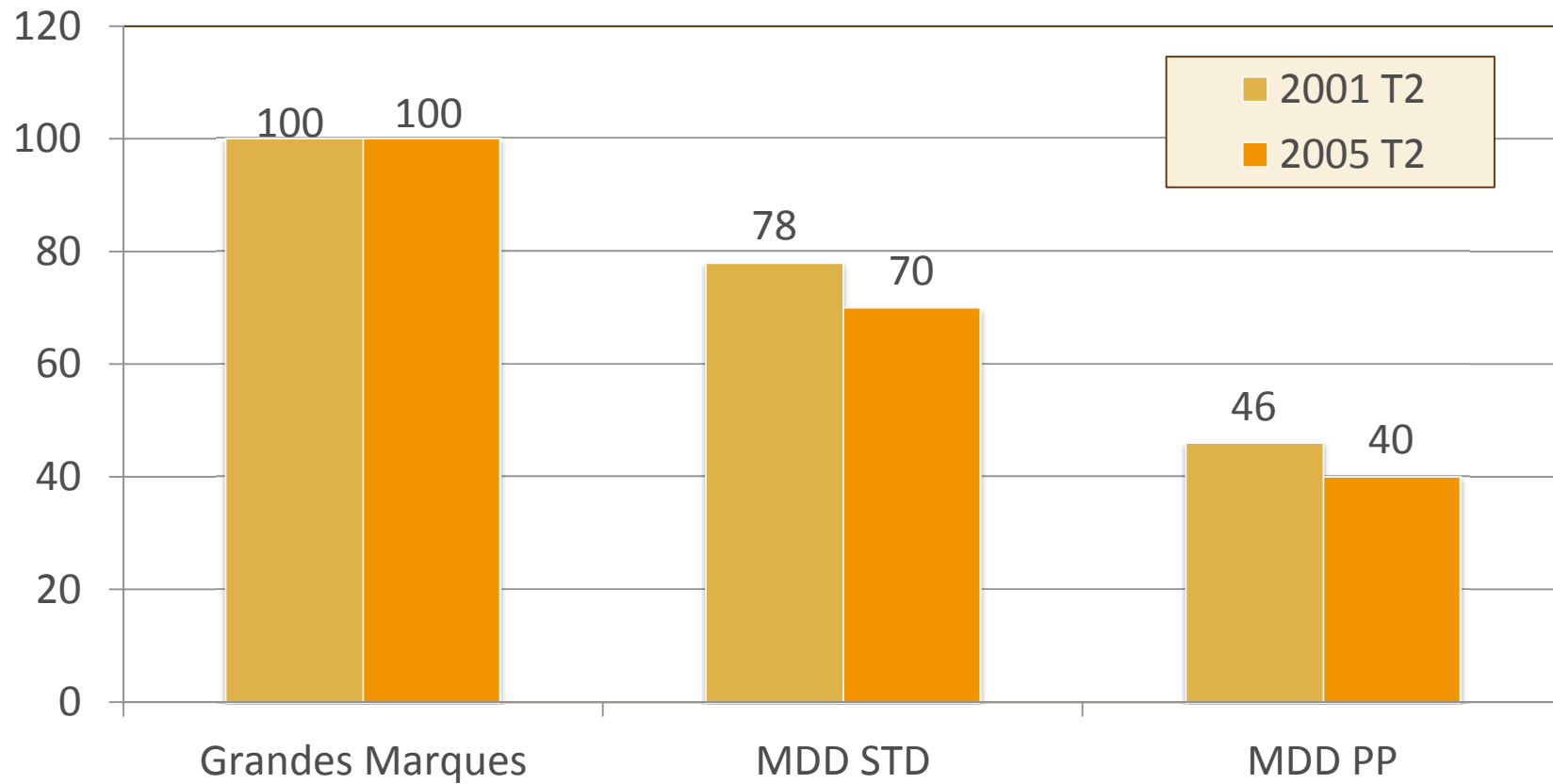
- **CGV non négociables**
- **SRP = prix net facturé**
- **Interdiction de discrimination entre clients d'une même catégorie**

- ➔ Basculement de la négociation à l'arrière
- ➔ Inflation des marges arrières
- ➔ Marges garanties pour le distributeur
- ➔ Elévation des prix des MN, relance des MDD et progression du HD



# De la Loi Galland...

La Loi Galland a favorisé le décrochage prix entre types de marques...(2/4)



Source Nielsen

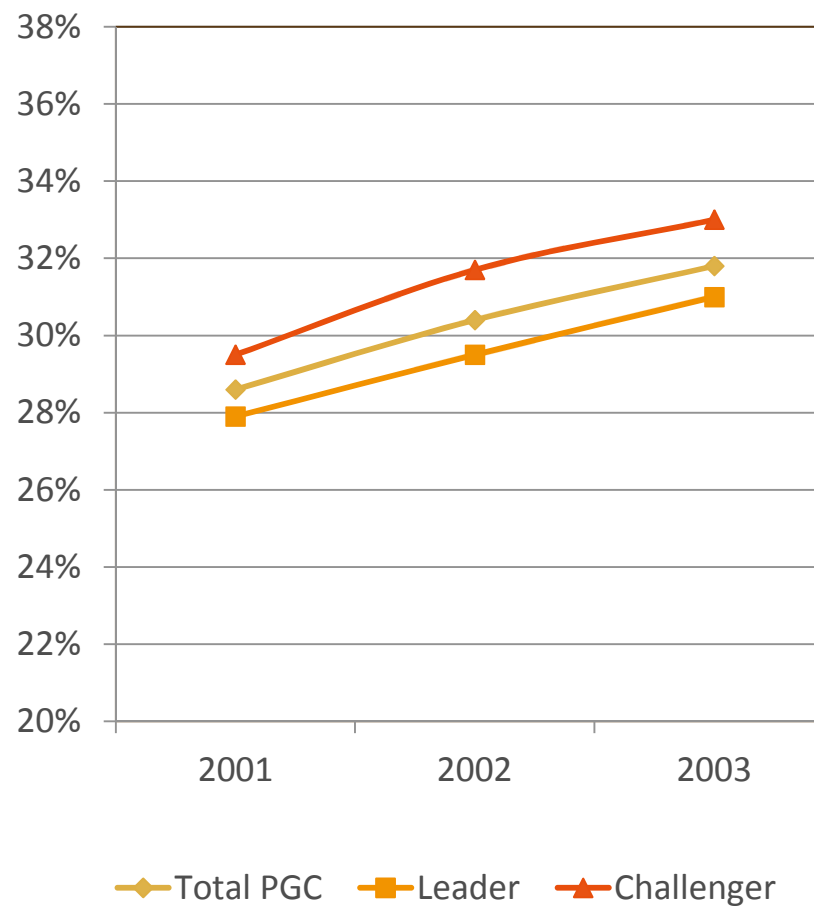
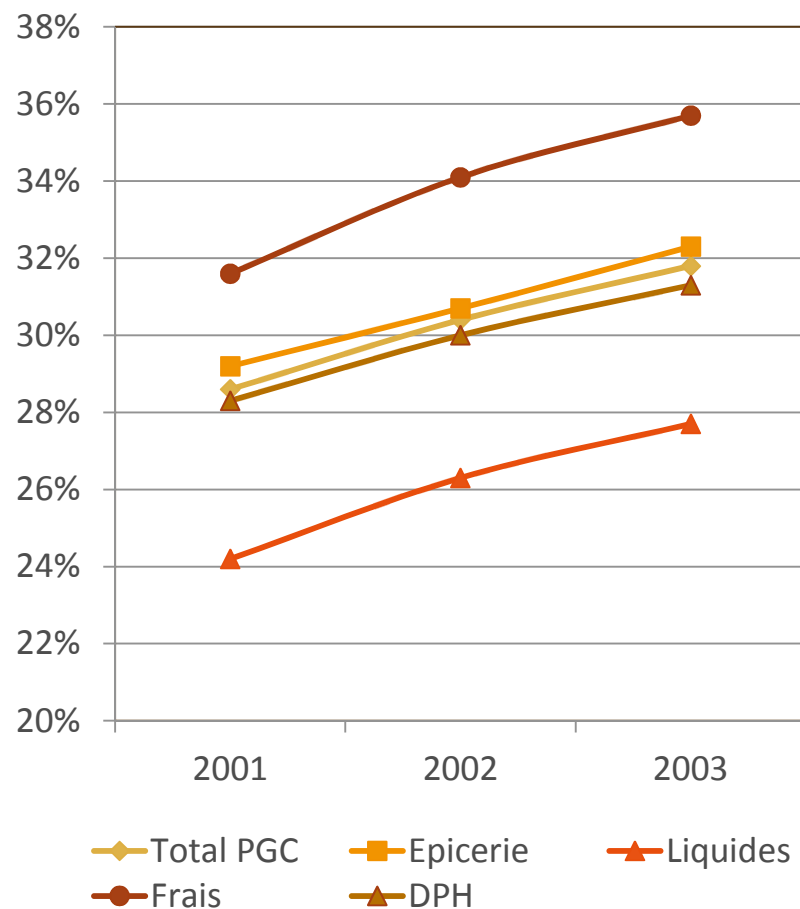




# De la Loi Galland

...et un gonflement des marges arrière (3/4)

## Niveau de marges arrière (y compris NIP) en % du prix net facturé

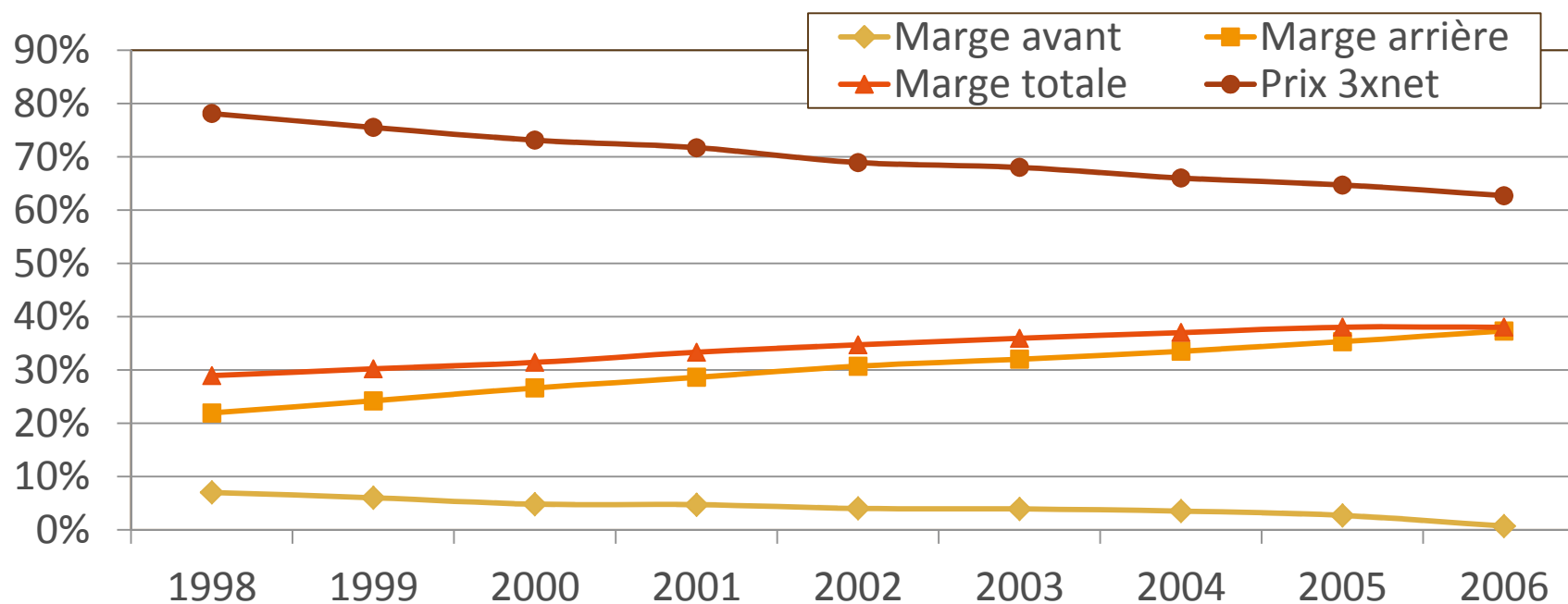


Source ILEC



# De la Loi Galland...Malgré les différentes mesures gouvernementales, poursuite de la dégradation du prix 3 x net du fabricant (4/4)

➔ En % du prix net facturé



Source ILEC

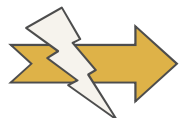
- › Les Circulaire Dutreil (2003) et Loi Dutreil (2005) avaient pour objectif de baisser les prix et d'enrayer le développement des marges arrière, en réintroduisant une partie vers l'avant
- › Si les prix des MN ont quelque peu reculé, les marges arrière ont poursuivi leur développement



# De la Loi Galland ... à la LME

## 1997 - Loi Galland

*Lutter contre les prix abusivement bas*



## 2008 - Loi Châtel

*Baisser les prix pour relancer la consommation*



## 2008 - LME

*Baisser les prix par la négociation et relancer la concurrence entre distributeurs*

- CGV non négociables
- SRP = prix net facturé
- Interdiction de discrimination entre clients d'une même catégorie

- Basculement de la négociation à l'arrière
- Inflation des marges arrières
- Marges garanties pour le distributeur
- Elévation des prix des MN, relance des MDD et progression du HD

- CGV non négociables
- **SRP = prix 3 X net**
- Interdiction de discrimination entre clients

- Fournisseur : perte de contrôle du PVC
- Distributeur : les marges ne sont plus garanties

- **Les CGV, point de départ des négociations tarifaires**
- **Discrimination possible entre clients**
- **SRP = prix 3 X net**
- Raccourcissement délais paiement
- Loi urbanisme commercial

- Regain d'intérêt des CPV pour faire de la discrimination
- Basculement à l'avant de prestations auparavant à l'arrière : juridiquement moins risqué et moins contraignant



# Le Bilan de la LME

## ➔ Une ambiguïté dans la rédaction du plan d'affaires, la Loi LME n'ayant fait l'objet d'aucun décret, ni circulaire d'application

- › Des conventions annuelles simplifiées au maximum, pour limiter tout risque juridique
- › Une possibilité de contournement laissée aux distributeurs, qui parviennent ainsi à imposer certaines de leurs conditions
  - En termes de prix, avec des refus des hausses inscrites dans les CGV
  - En termes de coopération commerciale, souvent imposée par le distributeur sans réelle justification
  - En termes de pénalités, avec des déductions d'office sans pouvoir vérifier la réalité du grief
  - En termes de rétorsion, en cas de refus des industriels d'obtempérer

## ➔ Un climat 2013 des négociations commerciales détestable, dans un contexte de hausse des prix des matières premières et de croissance économique nulle

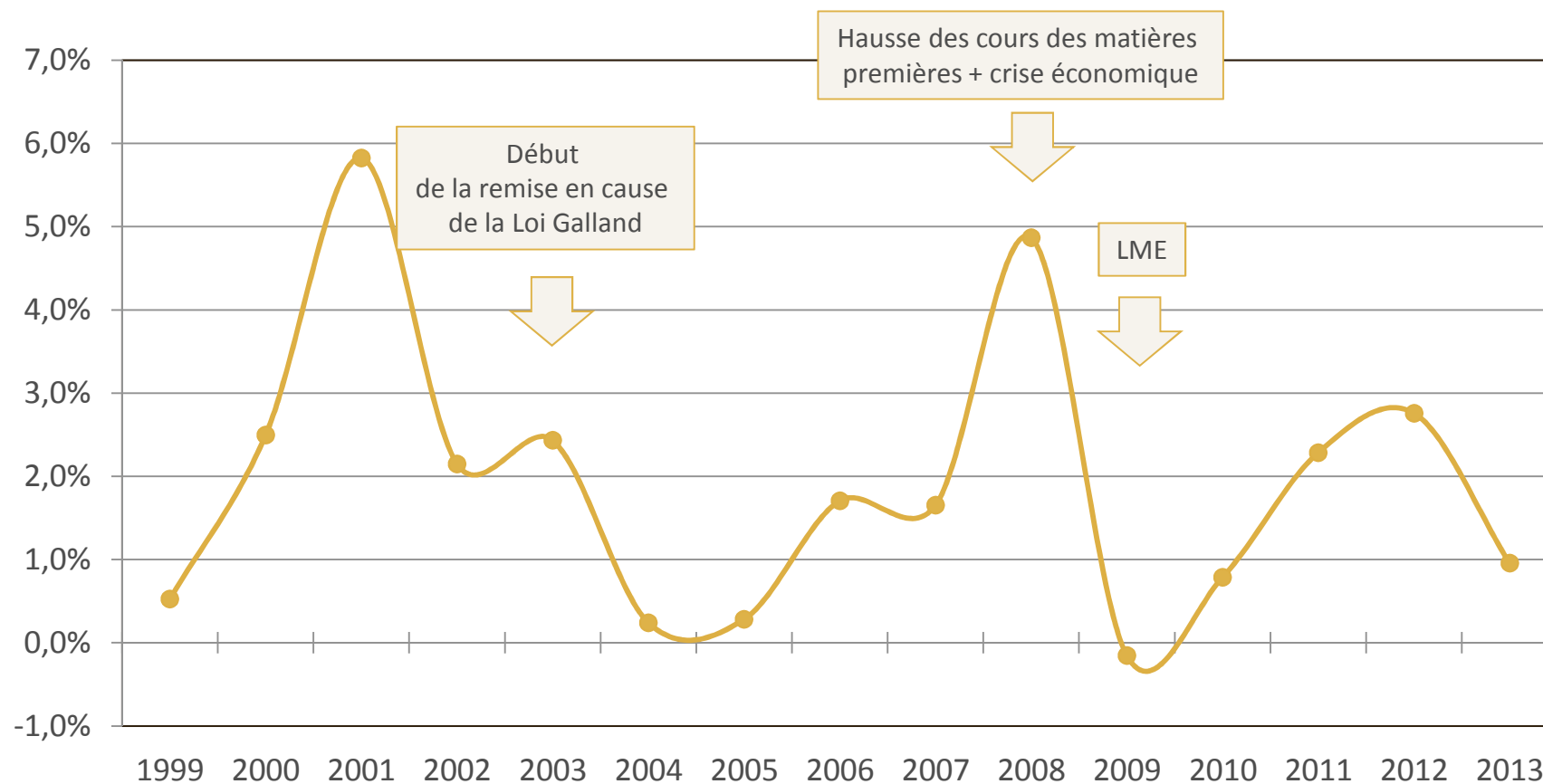
- › Dans un contexte économique difficile, de vive concurrence entre enseignes et de rapport de force déséquilibré entre distributeurs et fournisseurs, la LME, en redonnant la possibilité aux distributeurs de négocier les tarifs, a contribué à parvenir à des prix allant parfois au-delà du « juste prix »
- › Un contexte destructeur tant pour les industriels que pour la grande distribution

## ➔ Une déflation des prix des marques



# Evolution des prix et des lois

## ➔ Variations interannuelles des prix à la consommation (produits alimentaires et boissons non alcoolisées)

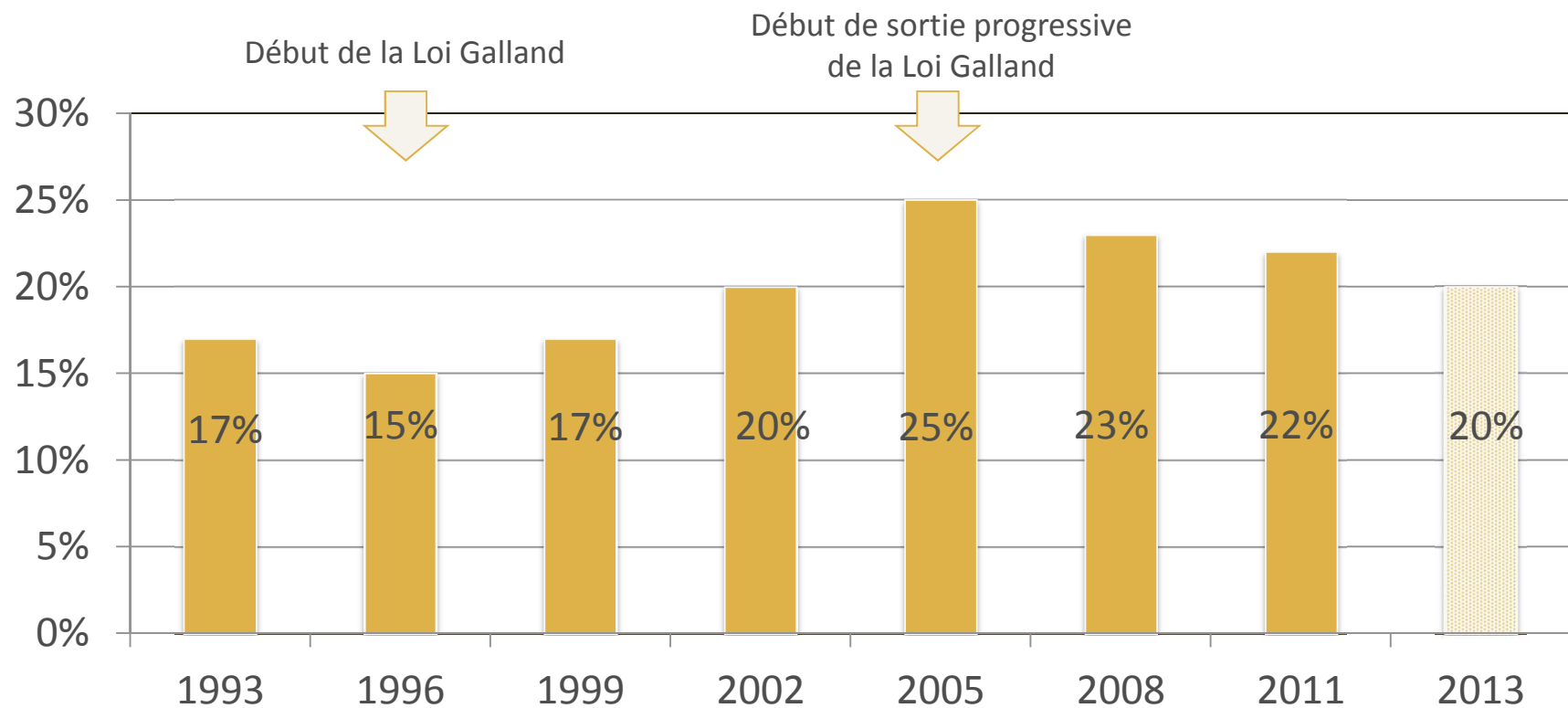


Source Unigrains d'après INSEE



# La libéralisation des prix a resserré l'écart tarifaire entre MN et MDD

## ➔ Ecart de prix entre MN et MDD en % (total GSA)

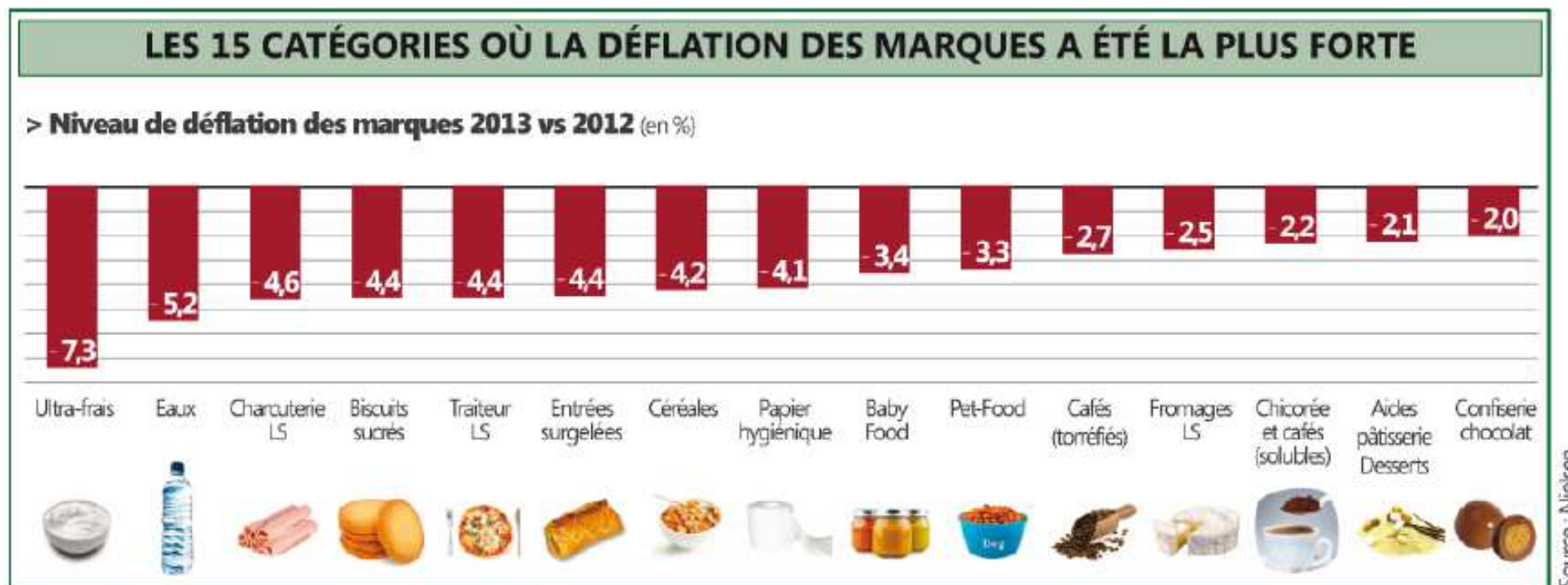


Source INSEE/Vigie Grande Conso

- › L'écart de prix moyen entre MN et MDD n'a cessé de croître jusqu'en 2005, période à partir de laquelle s'est enclenchée une relibéralisation des prix
- › Cet écart s'est restreint davantage par la baisse du prix des MN que par l'inflation des MDD
- › Sur certaines catégories, l'écart entre MN et MDD est aujourd'hui quasi nul



# Vers une déflation des prix des marques

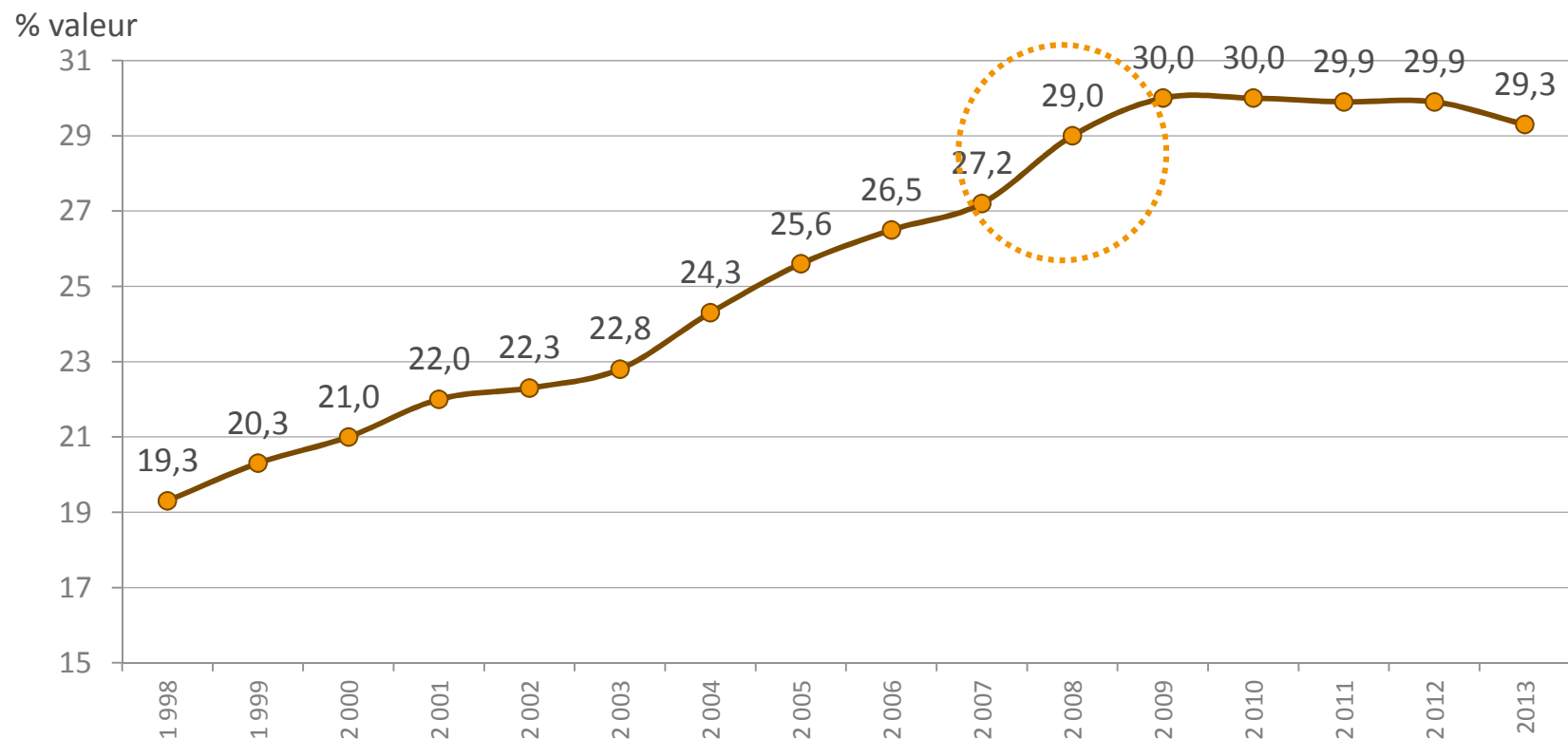


Source Dauvers



La pdm des MDD en HMSM tend à s'éroder quelque peu, alors qu'elle avait gagné près de 2 points lors de la crise de 2008

➔ Evolution de la pdm des MDD en HMSM (% en valeur – PGC + Frais LS)



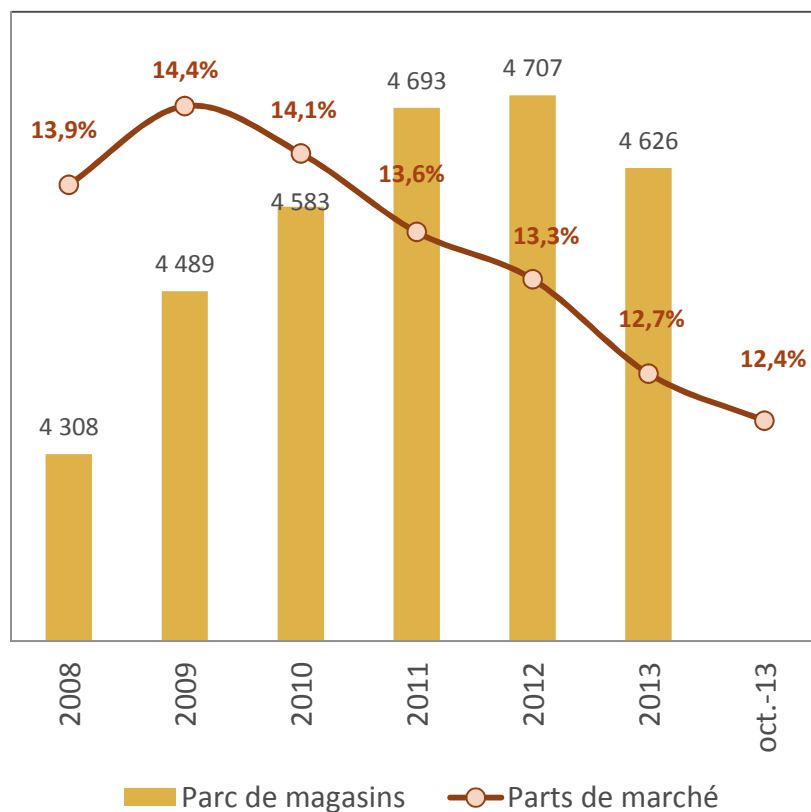
Source Unigrains d'après Iri (Le Figaro 03/02/2012, salon MDD 2014)





# Le Hard Discount dans la tourmente

## ➔ Hard discount : parts de marché et parc



Source Unigrains d'après KWP, en CAM P2 ou P3 pour chaque année

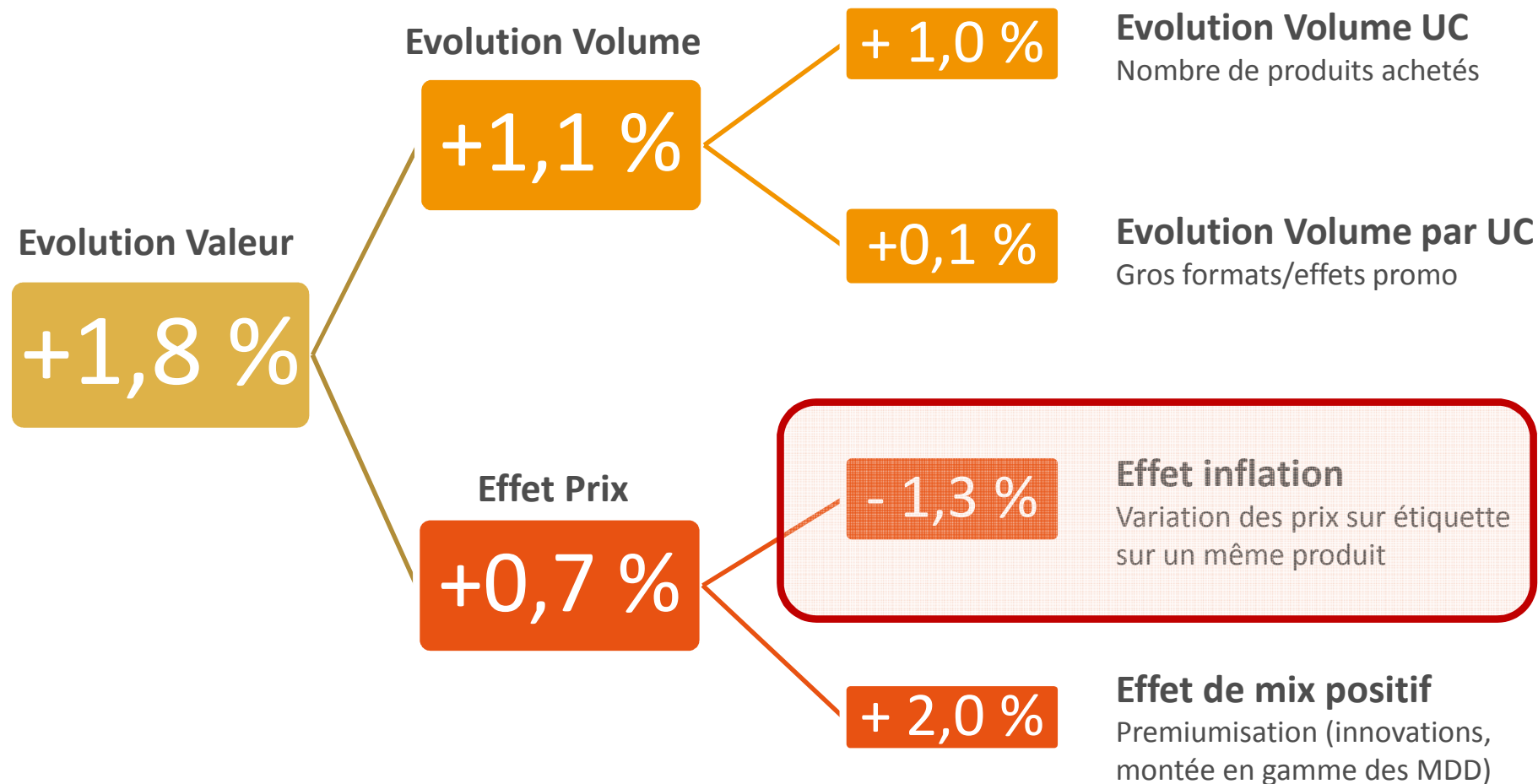
- ➔ Accélération des fermetures ou transformation en SM
- ➔ Contre-offensive des enseignes traditionnelles
  - › Sur les prix, permise par la loi LME
  - › Sur les formats de proximité
- ➔ Progression du Drive



# Une guerre des prix destructrice...

## ⇒ Décomposition de la croissance valeur en HMSM+HD (YTD P4 2014)

Source Nielsen

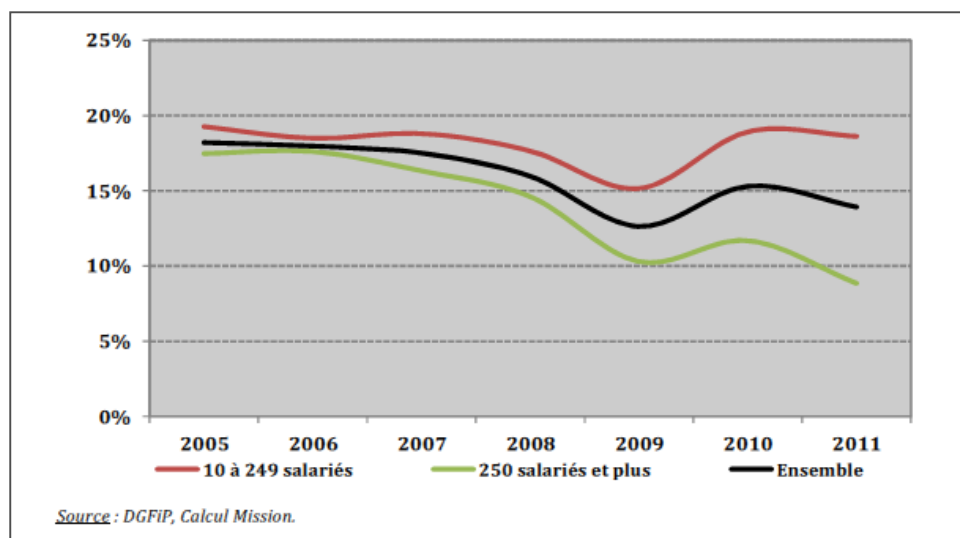


Effet prix + Evolution volume = Croissance valeur

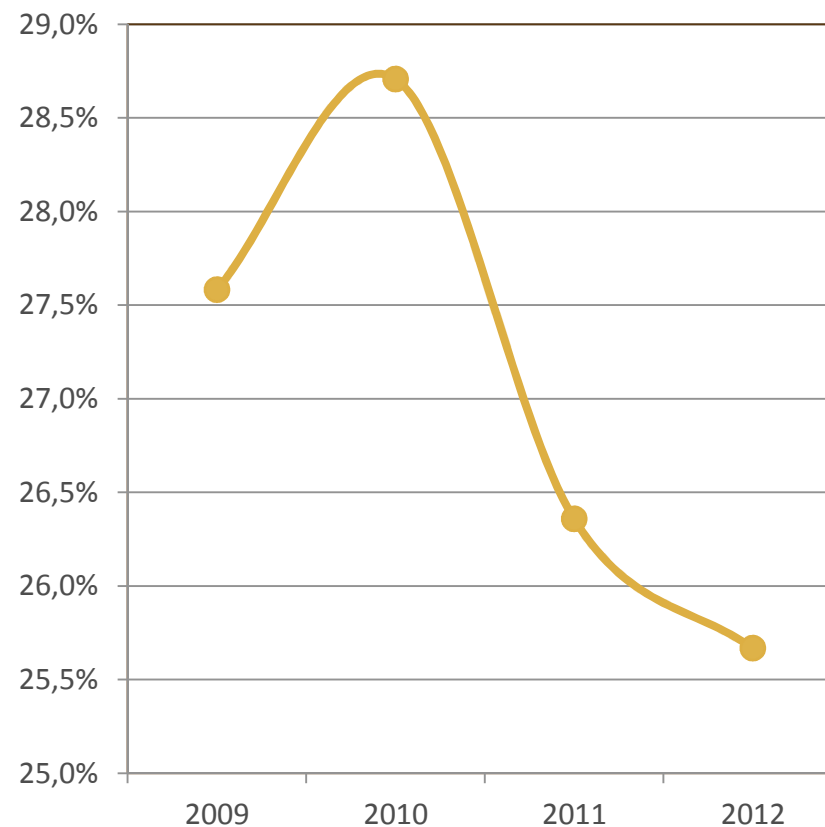


# ...tant pour les industriels que pour les distributeurs

## ➔ Rentabilité de la grande distribution (EBE/VA)



## ➔ Rentabilité des entreprises alimentaires (EBE/VA)



Source Unigrains d'après BDD Esane



## En conclusion, le bilan de la LME se résume en trois points

- 1 Des baisses de tarif systématiques
- 2 Un appauvrissement du contenu des contrats
- 3 Des compensations de marge pendant toute l'année

# Les revendications des différentes parties

## INDUSTRIELS

- Un renforcement de l'application de l'existant, par des sanctions immédiates et dissuasives
- Une meilleure prise en compte de la volatilité des prix des matières premières, avec l'introduction, dans les contrats, d'une clause de révision des prix
- Faire respecter les délais de paiement

## DISTRIBUTEURS

- Ne pas perdre leur liberté de négociation retrouvée avec la LME
- La transparence des marges des industriels, dans le cadre de la clause de révision des prix

## GOVERNEMENT

- Les craintes de répercussions négatives sur le pouvoir d'achat, en cas de hausse des prix



# Les objectifs de la Loi Hamon concernant les relations commerciales

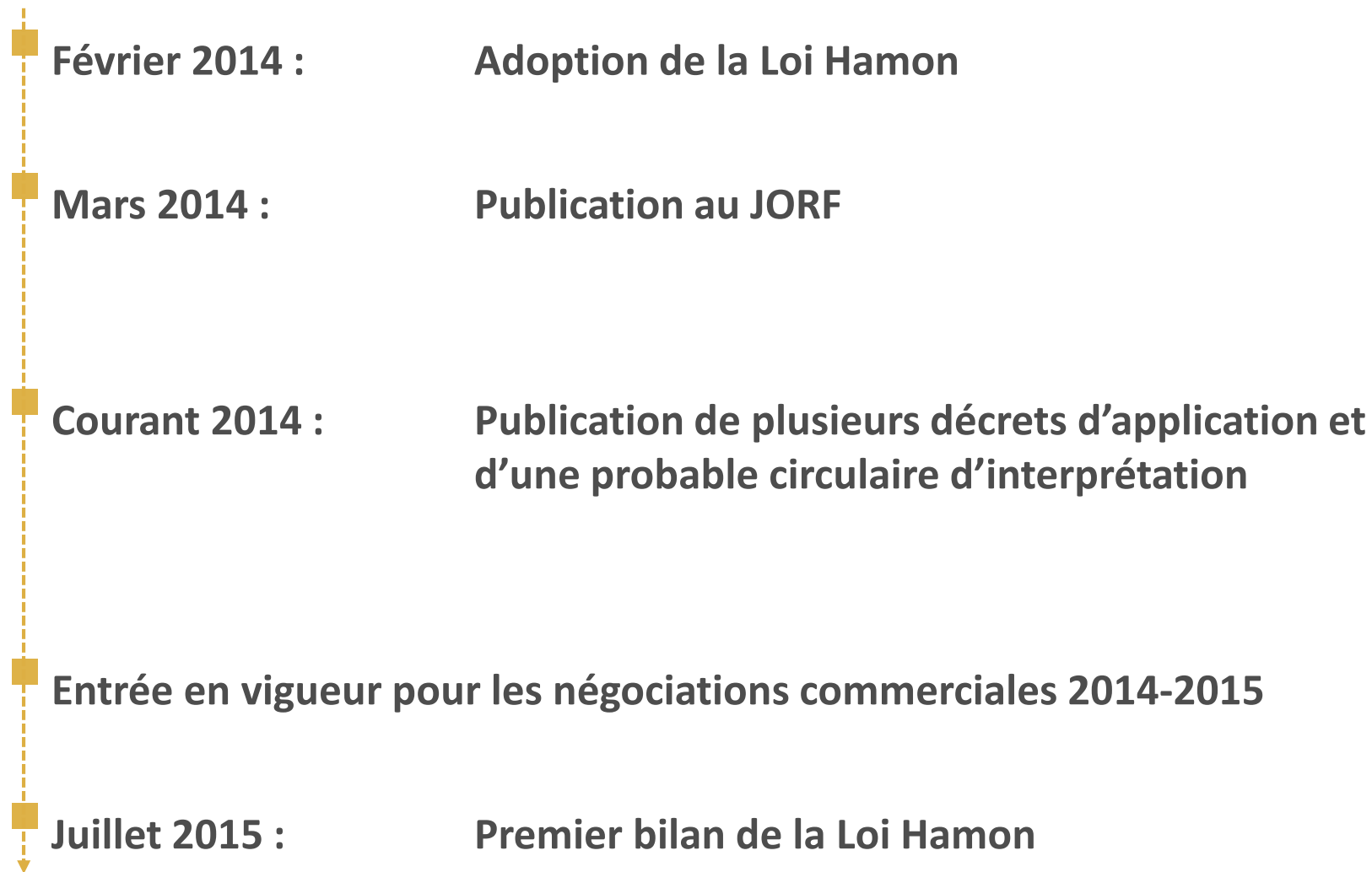
## ➔ Rééquilibrer les relations commerciales

### ➔ Sur le principe, le texte ne remet pas en cause la LME, mais veut donner les moyens de la faire appliquer

- › Pas de remise en cause du principe de négociabilité des prix, inscrit par la LME
- › Un apport de précisions utiles pour éviter des interprétations divergentes et donc des abus
- › Toutefois, certaines zones de flou subsistent encore



# Calendrier Loi Hamon



# La Loi Hamon en quelques lignes

## Les précisions utiles

- La confirmation des CGV comme socle unique
- L'introduction de nouvelles sanctions
- Le renforcement du pouvoir de la DGCCRF
- La notion de proportionnalité de la coopération commerciale et autres obligations
- Le rappel du respect des délais de paiement

## Les nouveautés

- Une clause de renégociation des tarifs rendue obligatoire
- La définition et l'encadrement des NIP

## Les zones de flou

- Des décrets en attente pour plus de précision
- Le sujet sensible entre réduction tarifaire « ligne à ligne » vs réduction tarifaire globale retranscrite dans la Loi par l'interdiction d'un déséquilibre significatif ou d'un avantage disproportionné
- La notion de compensation de marge abusive – Quelle preuve de l'abus ?





# Ce que précise la Loi Hamon

- ➔ **Les CGV redeviennent le socle unique des négociations**
  
- ➔ **Elle précise les mentions obligatoires dans la convention annuelle (plan d'affaires), en limite ainsi les risques de divergence d'interprétation et en facilite le contrôle par la DGCCRF**
  - › Le barème des prix unitaires du fournisseur, transmis avec les CGV
  - › Les réductions de prix (remises et ristournes)
  - › Les services et leur rémunération
  - › Les clauses de révision des prix
  
- ➔ **Elle définit et encadre les NIP sous contrat de mandat, mais dont la mention n'est pas obligatoire dans la convention annuelle**
  
- ➔ **Elle renforce les moyens de la DGCCRF pour contrôler et sanctionner davantage les fraudes ou tromperies**
  - › Elle introduit de nouvelles sanctions (notamment l'interdiction de ne pas respecter le prix convenu)
  - › Certaines sanctions civiles et pénales sont remplacées par des amendes administratives émises par la DGCCRF (plus rapide et plus efficace)
  - › La DGCCRF peut communiquer sur les amendes distribuées
  
- ➔ **Elle rappelle les conditions de paiement à 45 jours fin de mois ou 60 jours nets date de la facture**
  - › Ne concerne qu'une partie de l'agroalimentaire, certains secteurs bénéficient déjà de régimes particuliers (produits périssables)



# Des précisions en attente de décret

## ➔ **Clause de renégociation**

- › Liste des produits concernés : extension de la liste établie en mai 2011
- › Contenu des compte-rendus du rendez-vous de revoyure

## ➔ **Sanctions**

- › Modalités d'application des sanctions administratives



# Des « plus » et des « moins » pour les différentes parties prenantes

Industriels

## Les « plus »

- Les CGV : socle unique de la négociation
- Pouvoirs de la DGCCRF renforcés
- Le contenu de la convention annuelle est précisé, avec une exigence de proportionnalité de la coopération commerciale
- Encadrement des NIP (mais ne sont pas obligatoirement inscrits dans le plan d'affaires)
- Obligation pour les distributeurs de fournir une réponse écrite aux demandes des fournisseurs sur l'application de la convention
- Mise en place obligatoire d'une clause de renégociation liée à la volatilité des prix des matières premières

## Les « moins »

- La publicité des sanctions demeure facultative
- Seules, les compensations de marges « abusives » sont proscrites, d'où un certain flou accompagnant cette notion
- Dans le cadre de la clause de renégociation des prix, si les parties prenantes sont obligées de se parler, rien ne les oblige à trouver un accord, ni à indexer les prix sur les coûts de production
- Pour les PME, le maintien des accords de gamme dans les CGV et un formalisme difficile à appréhender

Distributeurs

- Pas de remise en cause véritable de la notion de compensation de marge
- Seuls les NIP sous contrat de mandat sont encadrés (pas les NIP sous coopération commerciale)

- Les CGV : socle unique des négociations (les CGA ne prévalent pas aux CGV)
- Une certaine rigidification du cadre de la convention annuelle et un retour au formalisme
- Des sanctions plus dissuasives (?)



# Beaucoup de bruit pour rien ?

## ⇒ Pour certains, une loi qui apparaît insuffisante pour mettre fin à la guerre des prix, dans un contexte concurrentiel intense

- › Qui asphyxie les fournisseurs
- › Qui étrangle les distributeurs

## ⇒ Tout dépend d'un ensemble favorable, et notamment :

- › De la volonté du gouvernement à faire appliquer la loi et à sanctionner les contrevenants
- › Des précisions qui seront apportées dans les décrets d'application
- › De la volonté des opérateurs à respecter la loi et changer les choses



## L'auteur

Céline ANSART-LE RUN  
Courriel : [cansart@unigrains.fr](mailto:cansart@unigrains.fr)  
Tél : +33 (0)1 44 31 16 13

La Direction des Etudes Economiques contribue à renforcer, à développer et à diffuser l'expertise d'Unigrains sur l'évolution des différents marchés de l'agroalimentaire et de l'agro-industrie, les stratégies des acteurs en présence et leur positionnement respectif en France et à l'international, pour éclairer les décisions d'investissement. Elle fournit une intelligence économique en déduisant les tendances de fond qui guideront les développements futurs de l'agroalimentaire, et offre un accompagnement des entreprises partenaires dans la compréhension des opportunités et des défis de demain.

## Unigrains

Depuis 50 ans, Unigrains est un partenaire en capital développement des entreprises du secteur agroalimentaire et agro-industriel.

Unigrains participe au développement et au renforcement des filières agroalimentaires et agro-industrielles en favorisant l'émergence d'entreprises leaders dans leurs secteurs.

Unigrains propose à ses partenaires de les accompagner dans leur réflexion sur des opportunités de développement à l'étranger.

Pour en savoir plus :  
23 avenue de Neuilly, 75116 PARIS  
+33 (0)1 44 31 10 00  
[www.unigrains.fr](http://www.unigrains.fr)



### Copyright

Aucune partie de cette publication ne peut être reproduite par quelque moyen que ce soit sans la permission écrite d'Unigrains.

### Avertissement

La présente note, diffusée à titre informatif et gratuit, a été réalisée par la société UNIGRAINS à partir de données publiques ou recueillies au travers d'entretiens. La société UNIGRAINS ne saurait être en aucun cas tenue responsable d'éventuelles erreurs, inexactitudes, et de toutes leurs conséquences directes et indirectes.