

## **L'Autorité de la concurrence ouvre une enquête sur les alliances entre distributeurs**

### **Nous continuons à faire nos achats en grandes surfaces mais quelque chose me dit que cela risque de ne plus durer !**

Vous connaissez tous les acteurs de la distribution. Vous connaissez également le but qu'ils poursuivent : le profit, ce qui n'est pas répréhensible, en soit.

Mais cette recherche doit obéir à des règles, en particulier de concurrence. Et donc l'Autorité de la concurrence a annoncé avoir ouvert une enquête sur les alliances à l'achat nouées entre Auchan, Casino, Metro et Shiever ainsi qu'entre Carrefour et Système U. L'enquête concerne également le rapprochement récent annoncé entre Carrefour et le britannique Tesco. L'Autorité a décidé de renforcer ses investigations sur ces rapprochements à l'achat.

### **Que cherche cette Autorité de la concurrence ? Y aurait-il des accords préjudiciables pour les consommateurs ?**

Elle veut évaluer l'impact concurrentiel de ces rapprochements. Tous les aspects de cette concurrence sont examinés. Ces rapprochement se font-ils au dépend des fournisseurs ou des consommateurs ou des deux à la fois ?

D'autant plus qu'ils concernent potentiellement une part significative des produits de grandes consommation commercialisés par les acteurs de la grande distribution. Ces accords portent essentiellement sur les produits alimentaires, sur les produits d'hygiène et d'entretien.

### **Pourquoi ces alliances entre grands enseignes? Sont-elles devenues trop petites pour survivre seules?**

Vous avez constaté que pratiquement le seul critère d'achat avancé par les enseignes est le prix. De temps en temps on fait allusion à la proximité ou aux pratiques vertueuses de production mais le prix est l'étendard qui entraîne le réflexe d'achat. Les distributeurs ont, de ce fait, multiplié les alliances ces dernières années pour mieux négocier leurs prix d'achats, renforcer leur compétitivité et préserver leurs marges et ce au détriment des producteurs et des industriels.

Elles doivent aussi et depuis peu, faire face à la concurrence et aux ambitions d'Amazon. C'est ainsi que Casino a finalement décidé de s'allier à Amazon via sa filiale Monoprix. Celle-ci est devenue le premier distributeur alimentaire français à vendre ses produits sur le site du géant américain.

**Mars 2020 Serge AVEILLAN**