

Supplément

Infos-Rapides



6 août 2009 **CONJONCTURE**

■ Indice de chiffre d'affaires dans le commerce de détail – Mai 2009 : supplément

L'impact de la réduction des marges arrière sur les chiffre d'affaires du commerce et la correction des indices en volume

La réduction des marges arrière, consécutive notamment à la mise en place de la loi de modernisation de l'économie (LME), s'est traduite par une baisse des prix de production dans les industries agro-alimentaires. Concomitamment, les chiffres d'affaires en valeur ont baissé dans ce secteur et dans la grande distribution. Dans le commerce de détail, qui englobe cette dernière, l'Insee publie un indice de chiffre d'affaires en volume. Il convenait de le corriger dans la mesure où la baisse du chiffre d'affaires en valeur était un pur artefact comptable, n'ayant pas affecté l'activité réelle du secteur.

Dans sa publication des chiffres de mai 2009, l'Insee corrige les évolutions du chiffre d'affaires en volume des hypermarchés et des supermarchés, et donc du commerce de détail dans son ensemble. Sur un an, entre le premier trimestre 2008 et le premier trimestre 2009, le chiffre d'affaires des hypermarchés a ainsi reculé de 2,2 % (contre -6,5 % précédemment publiés) et celui des supermarchés de 5,6 % (contre -6,3 %).

La loi Galland et la mise en place des marges arrière

En 1996, la loi Galland avait interdit aux commerçants la revente à perte et aux fournisseurs la pratique de la discrimination par les prix, ce qui limitait fortement la liberté de négociation des contrats. Toutefois, le seuil de revente à perte, défini par la loi à partir des conditions particulières de vente des fournisseurs, ne tenait compte que d'une partie des remises : ignorant la pratique de remises conditionnelles, notamment aux quantités vendues, il ne retenait que les remises inconditionnelles. Le prix des conditions générales de ventes s'appelait « prix brut » et le prix des conditions particulières sans tenir compte des remises conditionnelles « prix net ». Le seuil de revente à perte était le prix net.

Usant de son pouvoir de négociation, la grande distribution a rétabli des conditions d'achat qui lui étaient plus favorables :

- en négociant des remises conditionnelles ;
- en facturant aux fournisseurs des prestations commerciales non prévues par le contrat des conditions de vente à un prix parfois jugé hors de proportion au service rendu : contributions aux promotions et animations commerciales...

Ces deux techniques ont reçu le nom de « marges arrière ».

Ce cadre a conduit à définir les prix suivants :

- les prix bruts, tarifs des conditions générales de ventes, sans aucune remise ;
- les prix (1 fois) nets, figurant dans les conditions particulières de vente, qui ne tiennent compte que des remises inconditionnelles ;
- les prix 2 fois nets, après déduction de toutes les remises, y compris conditionnelles ;
- les prix 3 fois nets, après déduction de toutes les remises ainsi que des prestations commerciales refacturées par le commerçant au fournisseur.

Après les lois Dutreil et Châtel, la LME a bouleversé cet équilibre

Dès 2005, la loi Dutreil avait abaissé le seuil de revente à perte et sanctionné les pratiques abusives. La loi Châtel (2008 pour application en 2009) et enfin la loi de modernisation de l'économie (LME) ont systématisé cette logique :

- en abaissant le seuil de revente à perte au niveau de prix de vente 3 fois nets du fournisseur ;
- en permettant une discrimination entre clients, autorisant donc une plus grande liberté de négociation des conditions particulières de ventes ;
- en obligeant les commerçants à faire figurer les prestations commerciales dans leur plan d'affaires annuel signé avec le fournisseur ;

- et en sanctionnant lourdement les prestations commerciales facturées sans contrepartie réelle.

Devenues largement sans objet et risquant désormais de provoquer des contentieux, les marges arrière étaient, pour une grande part, vouées à disparaître. En janvier (voire février) 2009, date de renégociation des contrats annuels entre les fournisseurs et la grande distribution, on pouvait donc s'attendre à ce que les prix 2 fois nets baissent pour converger peu ou prou vers les prix 3 fois nets, les autres prix étant peu affectés.

La LME affecte à la baisse les prix de production des IAA et les chiffres d'affaires en valeur des IAA et des grandes surfaces alimentaires

Après négociation, la disparition des marges arrière pour tout ou partie a été compensée par une baisse des prix 2 fois nets. Du côté des fournisseurs, cette baisse de prix s'est traduite par une **baisse sensiblement égale de leur chiffre d'affaires en valeur et de leurs charges**, puisque les distributeurs leur ont facturé moins de prestations commerciales. Du côté de la grande distribution, de façon symétrique, le chiffre d'affaires et les achats ont également diminué en valeur. Néanmoins, **cette baisse de chiffre d'affaires relève d'un pur artefact comptable, sans effet sur la valeur ajoutée, ni sur l'activité réelle des deux partenaires.**

Par ailleurs, on a mesuré sur janvier 2009 l'évolution des prix selon leur type sur l'ensemble des produits des industries agroalimentaires (C1) vendus sur le marché français. Les prix de vente 2 fois nets ont baissé de 6,6 % en moyenne, contre seulement 1,3 % pour les prix « trois fois nets » et « autres prix ». Cet écart de 5,3 points sur les prix correspond à l'artefact comptable et à la brusque baisse des chiffres d'affaires des IAA qui atteint 4,5% du chiffre d'affaires total du secteur et 6,6 milliards d'euros en année pleine.

Du côté des grandes surfaces alimentaires, on a estimé économétriquement, sur février et mars, la baisse correspondante du chiffre d'affaires en valeur : -7,0 % pour les hypermarchés et -1,3 % pour les supermarchés. Cet impact, de l'ordre de 6,7 milliards d'euros en année pleine, représente une baisse d'environ 2,7 % du chiffre d'affaires du commerce de détail à l'exception des automobiles et des motocycles (division NAF 47).

Les indices de chiffre d'affaire en volume du commerce et la nécessité d'une correction

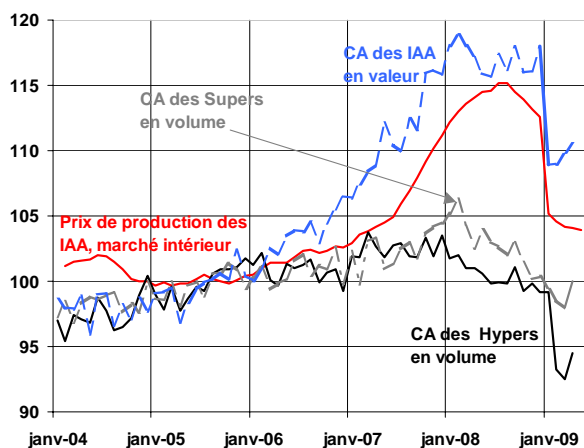
Les indices de chiffre d'affaires en volume du commerce de détail sont obtenus en déflatant les chiffres d'affaires en valeur issus des déclarations fiscales des entreprises, par des indices de prix à la consommation des ménages représentatifs des biens vendus. Dans la mesure où les chiffres d'affaires comprennent aussi les

marges arrière facturées au fournisseur, le calcul en volume est juste lorsque les marges arrière évoluent proportionnellement au chiffre d'affaires.

En février 2009, la suppression (partielle) d'une facturation réciproque entre les grandes surfaces et leurs fournisseurs n'a pas affecté les prix à la consommation ; la baisse des chiffres d'affaires en valeur des supermarchés et des hypermarchés a été intégralement répercutée sur les indices de chiffre d'affaires en volume qui ont été publiés lors des campagnes de février à avril (voir graphique ci-dessous).

Données en ligne le 5 août 2009 :

CA des hypermarchés et des supermarchés en volume, prix de production et CA des IAA



Dans les faits, cette évolution ne correspondait pas à une évolution réelle des ventes : simplement, des services annexes jusque là facturés par les grandes surfaces ne le sont plus car le service est désormais rendu sans contrepartie (prix nul), ou le sont encore, mais à un prix nettement plus faible. **Cette discordance appelait une correction.**

La correction est apportée avec la publication des indices de chiffre d'affaires de mai 2009 : le déflateur du chiffre d'affaires des hypermarchés et des supermarchés a été corrigé à la baisse ponctuellement en février 2009.

Ainsi, dans la publication du 6 août 2009, l'indice brut du chiffre d'affaires en volume de février 2009 a été redressé de +7,53 % (1-1/0,93) pour les hypermarchés, et de +1,32 % (1-1/0,987) pour les supermarchés. Pour les mois suivants, les évolutions ont été calculées selon les formules habituelles.

Après correction, le chiffre d'affaires des supermarchés en volume au 1^{er} trimestre 2009 est en baisse de 5,6 % par rapport au 1^{er} trimestre 2008 (-6,3 % précédemment publiés) ; celui des hypermarchés est en baisse de 2,2 % (contre -6,5 %).

Données publiées le 6 août 2009
CA des hypermarchés et des supermarchés en volume, prix de production et CA des IAA

