

# Dossiers



# Loi Galland et prix à la consommation

Xavier Boutin  
Guillaume Guerrero

## **Divisions :**

- **Marchés et stratégies d'entreprise**
- **Synthèse conjoncturelle**

*Entrée en application au début de 1997, la loi Galland est soupçonnée d'avoir poussé à la hausse les prix de détail. À partir de 2004, elle a été remise en cause progressivement, et ses modalités ont été modifiées à plusieurs reprises. On se propose dans ce dossier d'évaluer l'impact sur les prix de la loi Galland, puis de ses réformes successives.*

*Du point de vue de l'analyse microéconomique, la loi Galland a affaibli la concurrence entre distributeurs, en leur interdisant de répercuter au consommateur les « marges arrière » consenties par les producteurs (rabais pour présentation des produits en tête de gondole par exemple). Une analyse des prix relevés en magasin montre en effet que le lien entre la concentration locale de magasins et les prix de détail a disparu après l'instauration de la loi. Ainsi, là où la concentration des magasins était faible, la concurrence relativement forte et les prix plutôt bas, l'application de la loi Galland a entraîné des hausses de tarifs.*

*L'analyse macroéconomique suggère, elle aussi, que la loi Galland a eu pour effet d'accroître les prix de détail. Entre 1997 et 2004, les prix des produits de grande consommation dans la « grande distribution étendue » ont crû plus vite que ceux des « autres formes de commerce », moins concernés par la loi. L'écart de prix entre ces deux formes de vente explique une partie de la hausse des prix de détail. Le surcroît de hausse des prix à la consommation imputable à la loi aurait été de l'ordre d'un point de pourcentage sur la période 1997-2004. Les premières remises en cause de cette loi, intervenues en 2004 et 2005, ont probablement permis de diminuer les prix à la consommation de 0,4 point depuis 2004.*

### La définition par la loi Galland du seuil de revente à perte a entraîné une hausse non attendue des prix

#### La loi Galland a rendu effective la notion de seuil de revente à perte

*L'interdiction française de la revente à perte est ancienne et singulière en Europe*

L'interdiction de la revente à perte découle de la loi du 2 juillet 1963. Elle a été reprise et précisée par l'ordonnance de 1986 relative à la liberté des prix et de la concurrence. Depuis lors, il est interdit pour un distributeur de vendre en dessous de son prix d'achat unitaire (« prix réel facturé »). Cette réglementation découle de plaintes de producteurs : la pratique de prix d'appel par certains distributeurs les contraignait à baisser leur prix de vente pour tous.

Ce type de réglementation est singulier en Europe, à l'exception notable de l'Irlande où une interdiction similaire a existé entre 1987 et 2005.

*Elle était dans les faits difficilement applicable à ses débuts*

Les contrats d'approvisionnement des grandes surfaces contiennent de nombreuses clauses rendant difficile l'estimation du prix réel d'achat par un tiers. Le prix unitaire n'est qu'une partie de ce tarif, qui contient le plus souvent également de nombreuses remises et rabais. Il est par exemple courant qu'un producteur consente une remise à un distributeur ayant augmenté ses ventes annuelles sur un de ses produits. De même, la fourniture de services de vente, comme les têtes de gondole, est souvent rémunérée de manière rétroactive sous forme de rabais. Ces remises et rabais peuvent prendre des formes variées : ils peuvent être quantitatifs, rétroactifs, liés à des services multiples et réciproques, etc. L'ordonnance de 1986 permettait d'inclure dans les factures les remises « acquises » et dont le montant était « chiffrable à la date de la facturation ». Cette formulation floue laissait d'importantes possibilités de modification de ce prix par des déclarations de remises artificielles. En pratique, il était ainsi difficile de déterminer la pertinence des facturations pour chaque produit et l'interdiction de la revente à perte restait purement théorique.

*La loi Galland a rendu l'interdiction de revente à perte effective*

La loi Galland a donné une définition précise et simple du prix d'achat effectif et donc du seuil de revente à perte : « Le prix d'achat effectif est le prix unitaire figurant sur la facture majoré des taxes sur le chiffre d'affaires, des taxes spécifiques afférentes à cette revente et du prix de transport. » Depuis 1997, la définition du prix d'achat est ainsi réduite au prix figurant sur la facture dont on ne déduit aucune remise qui serait acquise en fin d'année par exemple. Par ailleurs, les contrôles sont renforcés par la loi, et les amendes augmentées. Seules les marges formellement acquises au moment de la facturation et présentes sur la facture, les *marges avant*, sont ainsi transférables aux consommateurs finals à travers des baisses du prix de vente final. Toutes les autres remises, par exemple conditionnelles à un volume de vente annuel, à la mise à disposition d'une étendue minimum de linéaire, à une coopération commerciale ou simplement liées au respect d'engagements mutuels sur une certaine période, sont par opposition qualifiées de *marges arrière* et donc exclues du seuil de revente à perte. De ce fait, les marges arrière ne peuvent d'aucune manière être rétrocédées au consommateur.

#### La loi Galland a conduit à une élévation des prix

##### Une loi qui favorise un relâchement de la concurrence...

*Les marges arrière ont pris une importance croissante depuis l'instauration de la loi*

La loi Galland limite la part des remises que les distributeurs sont en mesure de retransmettre au consommateur. Collectivement, les producteurs et les distributeurs avaient donc intérêt à privilégier la part de ces marges arrière dans le prix de vente final payé par le consommateur, puisqu'elles constituaient une marge assurée n'étant pas susceptible d'être affectée par la concurrence. De fait, d'après l'association de producteurs ILEC, la part moyenne des marges arrières est pas-

sée de 22 % du prix de gros en 1998 à 32 % en 2003. Comme le déclare un rapport d'experts (*rapport Canivet*), la négociation commerciale s'est globalement déplacée des marges avant (les remises incluses sur factures) aux marges arrière (les remises rétroactives et les coopérations commerciales, qui ne peuvent figurer sur la facture) :

« Il reste que, progressivement, s'est opéré un déplacement par les entreprises de la négociation commerciale du prix de vente facturé tel qu'il résulte de l'application des conditions générales de vente (CGV) vers les réductions de prix hors facture et la coopération commerciale, cet ensemble constituant ce qu'il est convenu d'appeler la "marge arrière". »

*Dans des cas extrêmes, des entreprises ont utilisé le seuil de revente à perte pour se coordonner sur des prix de détail artificiellement élevés*

Dans des cas extrêmes, des entreprises ont mis en place un système de remises faussement conditionnelles afin de fixer le seuil de revente à perte à un niveau artificiellement élevé. Ainsi, le Conseil de la Concurrence (*décision 05-D-70*) a par exemple condamné un distributeur de cassettes vidéo enregistrées ainsi que certains de ses distributeurs pour avoir utilisé un tarif complexe dans lequel la quasi-totalité des remises était présentée de manière conditionnelle. Ce prix devient alors naturellement le seuil de revente à perte. Néanmoins, bien que ces remises soient formellement conditionnelles, il apparaissait qu'une partie importante d'entre elles était toujours versée aux distributeurs. Cela a conduit le Conseil de la Concurrence à considérer qu'il s'agissait d'une manipulation du seuil de revente à perte dont l'objectif était d'éliminer la concurrence entre distributeurs et d'imposer des prix artificiellement élevés au consommateur. Des pratiques comparables ont été condamnées plus récemment dans le secteur de la vente de jouets (*Conseil de la Concurrence, cas 07-D-50*).

### ... et une augmentation des prix

*Une augmentation de la part des marges arrière au détriment des marges avant conduit à un prix plancher sectoriel*

Le seuil de revente à perte constitue un prix en dessous duquel un produit ne peut se vendre. Si le seuil est bas par rapport au prix de vente habituel d'un bien, il n'affecte pas réellement les pratiques de prix des distributeurs : s'ils le souhaitent, ceux-ci peuvent en particulier décider de fixer des prix plus bas que leurs concurrents, par exemple pour être plus compétitifs. Si la pratique de modification du seuil pour faire monter les prix est généralisée, ce seuil est fixé à un niveau artificiellement élevé. Il contraint alors effectivement les distributeurs, qui ne sont plus en mesure de baisser leur prix de vente pour être plus attractifs que leurs concurrents. Ce seuil constitue donc un prix *plancher*. Les conditions générales de vente proposées par les producteurs ne peuvent être discriminatoires et s'appliquent de manière uniforme à tous les distributeurs. Le prix plancher est alors *sectoriel*. Puisqu'*aucun distributeur* ne peut vendre en dessous de ce même prix, les distributeurs ont donc l'assurance que leurs concurrents ne pourront proposer de prix plus bas pour le même produit.

*Les prix planchers sectoriels réduisent la concurrence entre distributeurs*

Il y a deux grands types de concurrence sur les produits vendus au consommateur : celle que se livrent les producteurs différents vendant le même type de produit (*concurrence inter-marques*) et celle que se livrent les distributeurs concurrents sur des produits ou des marques identiques (*concurrence intra-marques*). Ainsi, lorsque la concurrence entre producteurs est faible, c'est le niveau de concurrence en aval, c'est-à-dire entre les magasins, qui détermine le prix de vente final. La concurrence *intra-marques* est ainsi fondamentale pour garantir des prix relativement concurrentiels, même en l'absence d'alternative au producteur. Or, l'existence de prix planchers sectoriels élimine cette concurrence entre

distributeurs et conduit donc à des prix de détail élevés<sup>(1)</sup>. Pour cette raison, le droit de la concurrence est particulièrement sévère avec les pratiques de prix imposés ou de prix planchers, qui sont automatiquement interdites en droits européen et américain.

Le développement des marges arrière et la généralisation des prix planchers sectoriels que la loi Galland a suscités devraient ainsi avoir entraîné une hausse des prix de détail. Dès 2000, Patrick Rey et Jean Tirole exprimaient cette préoccupation dans un rapport du Conseil d'analyse économique. Plus récemment, cette préoccupation a été relayée par un rapport d'experts commandé en 2004 par le ministre de l'Économie (*rapport Canivet*) et par un avis du Conseil de la Concurrence (*avis 04-A-18*), qui soulignent que la loi Galland risque de favoriser des comportements anticoncurrentiels. Le niveau élevé des prix ne découlerait pas directement de la loi, mais de pratiques concurrentielles facilitées par celle-ci<sup>(2)</sup>. En particulier, ce n'est pas l'existence des marges arrière qui est problématique, mais le fait de les exclure du seuil de revente à perte : cela incite à la manipulation des conditions générales de vente et, finalement, permet l'élimination de la concurrence entre distributeurs et entraîne l'augmentation des prix.

### Un test empirique sur données microéconomiques confirme les effets non souhaités de la loi Galland

*La loi Galland a bien affaibli la concurrence entre distributeurs*

L'analyse microéconométrique confirme que la loi Galland a permis la réduction de la concurrence entre les distributeurs, conduisant à des hausses de prix. En 1994, la concurrence semble effective : la concentration locale de magasins a un impact important et significatif sur les prix de détail (voir annexe 1). Au contraire, en 1999, soit trois ans après la loi Galland, cette relation a disparu : les prix de détail ne dépendent plus de la concentration de magasins dans une zone de chalandise. La relation entre prix et concentration est une des plus robustes mises en évidence par l'analyse économique. La disparition de cette relation est donc un fait particulièrement significatif. Il s'explique par la généralisation de l'usage du seuil de revente à perte comme prix plancher sectoriel, éliminant de facto la concurrence sur les prix entre distributeurs.

*L'effet haussier sur les prix est plus important dans les hypermarchés*

Selon leur implantation, par exemple plus ou moins proche des centres-villes, les magasins sont plus ou moins substituables pour les consommateurs, et donc plus ou moins sensibles au degré de concurrence locale. Par exemple, les clients des magasins au centre des grandes villes se rendent à pied à leur point de vente. La distance parcourue par le consommateur est donc un facteur plus important que pour les hypermarchés, situés en périphérie des villes. Ainsi, à distance égale, deux magasins de centre-ville sont moins substituables que des hypermarchés. De fait, l'analyse empirique confirme que ces derniers étaient plus réceptifs à la concurrence locale en 1994<sup>(3)</sup>. L'élimination de cette concurrence aura donc eu un impact plus important dans les hypermarchés. Enfin, une analyse complémentaire suivant les prix d'un ensemble de magasins sur la période confirme que les prix ont bien augmenté de manière plus importante dans les magasins initiale-

(1) Pour une présentation de la littérature récente sur les relations verticales, voir P. Rey et T. Vergé, « *The Economics of Vertical Restraints* », dans *Handbook of Antitrust Economics* (édité par P. Buccirossi), M.I.T. Press, 2008. Pour une présentation plus spécifique des problématiques liées à la loi Galland, voir P. Biscourp, X. Boutin et T. Vergé, « *The Effects of Retail Regulations on Prices: Evidence from the Loi Galland* », document de travail de la DESE n° G 2008/02, Insee 2008.

(2) La Loi Galland rend l'imposition du seuil non seulement possible, mais particulièrement crédible puisque toute vente en dessous de ce seuil est illégale. Dans le premier cas précédemment cité, lorsqu'un magasin vend une cassette en dessous du prix « tarif », c'est au titre du respect de la Loi Galland que le producteur intervient pour lui demander d'augmenter son prix de détail, bien souvent suite à une dénonciation d'un concurrent.

(3) Pour le détail sur ce point et sur le suivant, voir P. Biscourp, X. Boutin et T. Vergé, « *The Effects of Retail Regulations on Prices: Evidence from the Loi Galland* », document de travail de la DESE n° G 2008/02, Insee 2008.

ment meilleur marché : la généralisation de prix planchers sectoriels a conduit à une convergence « par le haut » des prix.

En conclusion, les effets microéconomiques de la loi Galland semblent bien correspondre à ce que prévoient les théories économiques. La création d'un seuil de revente à perte a éliminé la concurrence entre distributeurs et augmenté les profits des producteurs et des distributeurs au détriment des consommateurs. Néanmoins, si l'analyse microéconométrique permet de valider ces effets, elle ne permet pas de mesurer la perte macroéconomique des consommateurs sous forme d'augmentation générale des prix. C'est l'objectif de l'analyse macroéconométrique développée dans la suite de ce dossier.

### L'analyse macroéconomique donne un ordre de grandeur de l'impact de la loi Galland et de ses remises en cause

#### La hausse des prix imputable à la loi Galland pourrait aller jusqu'à un point

*L'analyse macroéconomique confirme la hausse des prix due à la loi Galland*

L'analyse macroéconomique confirme l'étude microéconomique : la loi Galland serait responsable d'une hausse des prix à la consommation de l'ordre d'un point sur la période 1997-2004<sup>(4)</sup>.

Cette analyse s'appuie sur les indices de prix des produits de grande consommation de la « grande distribution étendue » et des « autres formes de vente » publiés par l'Insee depuis 1998. La « grande distribution étendue » regroupe les points de vente à prédominance alimentaire d'une surface supérieure à 120 m<sup>2</sup>. Elle ne comprend pas le *hard discount*. Celui-ci est inclus dans les « autres formes de vente », qui recouvrent tous les autres points de vente, dont les petits magasins spécialisés (boucheries, boulangeries...). Les produits qui y sont vendus ne sont pas, dans leur majorité, de grandes marques. Par conséquent, ces formes de vente sont beaucoup moins concernées par la loi.

La hausse des prix des produits de grande consommation a été plus forte de 4,2 points entre 1997 et la mi-2004 dans la « grande distribution étendue » que dans les « autres formes de vente »<sup>(5)</sup> et, inversement, la baisse de ces prix a été plus faible de 4,1 points depuis la mi-2004, date à laquelle ont commencé les premières remises en cause de la loi Galland, intervenues en 2004 et 2005 (cf. encadré). Les produits de grande consommation vendus par la « grande distribution étendue » représentent 10 % environ de l'indice des prix. Si on fait l'hypothèse que ce différentiel mesure l'impact de la loi Galland sur les prix, on peut évaluer à un peu moins d'un demi-point cet impact cumulé.

Toutefois, l'hypothèse que le différentiel de prix capte exactement l'impact de la loi Galland est une hypothèse forte. Ainsi, on ne peut pas exclure *a priori* que ce différentiel capte d'autres phénomènes, qui auraient par exemple pu conduire à la baisse des prix dans les « autres formes de ventes », comme par exemple des gains de productivité plus forts dans le *hard discount* qui auraient fait baisser leurs

(4) Déjà fin 2004, le rapport Canivet soulignait une augmentation des prix dans la grande distribution. Pour ce faire, il comparait, d'une part, les prix des produits essentiellement vendus en grande surface aux autres prix et, d'autre part, les prix de ces produits avec ceux de nos voisins européens. Les prix des produits alimentaires et de grande consommation auraient ainsi augmenté plus rapidement que ceux des autres produits. En outre, ils auraient progressé plus vite en France que dans la plupart des pays de la zone euro. Néanmoins, ce rapport ne donnait pas d'évaluation quantitative de l'effet de la loi Galland sur l'inflation.

(5) Ce calcul est fait en prenant comme hypothèse raisonnable que le différentiel de prix entre les deux circuits de distribution s'élevait comme entre 1998 et la mi-2004, à 0,5 % par an entre 1997 et 1998 (période pour laquelle l'indice des prix dans la « grande distribution étendue » n'est pas disponible).

prix relativement à la grande distribution. À l'inverse, si cette variable capte qualitativement l'effet de la loi Galland, elle peut en sous-estimer l'impact, d'une part parce qu'elle ne couvre pas tout à fait l'ensemble des produits concernés, d'autre part, parce que les autres distributeurs, confrontés à une concurrence moins rude de la grande distribution, ont pu également relever leurs marges.

*L'analyse économétrique permet d'isoler les effets spécifiques de la loi Galland...*

C'est pourquoi une analyse complémentaire est nécessaire. Celle-ci s'appuie sur une modélisation économétrique, qui fait dépendre les prix à la consommation de l'écart de prix entre la « grande distribution étendue » et les « autres formes de vente », variable dont on souhaite ici mesurer l'effet, et des autres facteurs qui influent sur les prix, dont on ne cherche pas à mesurer les effets mais dont il faut tenir compte pour éviter notamment d'imputer à la loi Galland ce qui pourrait relever d'autres phénomènes.

*... d'autres facteurs conjoncturels et structurels*

Parmi ces autres facteurs, on trouve des éléments conjoncturels :

- le gel des prix dans la grande distribution entre novembre 2001 et mars 2002 a justifié des hausses, opérées soit au cours du troisième trimestre de 2001, soit après le premier semestre de 2002 ;
- la dépréciation de l'euro a renchéri le prix des produits alimentaires importés libellé en monnaie étrangère ;
- la crise de la vache folle en octobre 2000 et l'apparition de la fièvre aphteuse depuis février 2001 ont eu aussi des effets inflationnistes. Le report de la demande sur le poisson et les autres catégories de viande s'est traduit par une hausse des prix de ces produits.

Certains facteurs structurels ont également poussé les prix des produits de grande consommation à la hausse :

- les coûts salariaux unitaires dans le commerce ont accéléré au début des années 2000 ;
- la concentration dans le secteur de la grande distribution a réduit la concurrence par les prix ;
- la législation sur l'urbanisme commercial qui protège les principaux opérateurs de la grande distribution a amplifié les effets de la concentration. Ces derniers se retrouvaient bien souvent juges et parties lorsqu'il fallait attribuer un permis de construire à un concurrent.

### Les étapes de la remise en cause de la loi Galland

Le 17 juin 2004, sous l'égide des pouvoirs publics, les distributeurs et les industriels s'engagent à baisser durablement les prix des produits de grande consommation. Dans la foulée, le ministre de l'économie commande un rapport qui analyse la législation existante et ses effets d'un point de vue économique, et propose des réformes pour faire baisser les prix.

Le 18 octobre 2004, le rapport de la commission Canivet est remis au gouvernement.

Le 2 août 2005, la loi Dutreil II, qui s'inspire du rapport Canivet, autorise la déduction d'une partie des marges arrière du prix d'achat au fournisseur. Peut-être déduite du prix d'achat :

- au 1<sup>er</sup> janvier 2006, la part des marges arrière excédant 20 % de ce prix
- au 1<sup>er</sup> janvier 2007, la part des marges arrière excédant 15 % de ce prix

Le 4 janvier 2008, la loi Châtel est publiée au journal officiel. À compter du 1<sup>er</sup> mars 2008, les distributeurs sont autorisés à soustraire du prix d'achat l'ensemble des marges arrière. ■

Nous illustrons ce mécanisme de déduction des marges arrière dans le tableau suivant, sous l'hypothèse théorique que les marges arrière représentent 35 % du prix d'achat.

	1997 à 2005	1 <sup>er</sup> janvier 2006	1 <sup>er</sup> janvier 2007	1 <sup>er</sup> mars 2008
Prix d'achat	100	100	100	100
Marges arrière	35 %	35 %	35 %	35 %
Part déductible	0	15	20	35
Seuil de revente à perte	100	85	80	65

*La loi serait responsable d'un surcroît d'inflation de l'ordre d'un point de pourcentage*

Concrètement, des variables représentant des prix de production et des prix d'importation des biens concernés, ainsi que des coûts salariaux du commerce ont été introduites dans les équations économétriques expliquant les prix à la consommation (cf. annexe 2 pour plus de détail). Deux estimations complémentaires ont été menées pour mesurer l'impact de la loi.

La première estimation repose sur un modèle de l'inflation « sous-jacente ». Les tarifs publics (électricité, gaz, etc.) et les produits à prix volatils ou sensibles aux aléas climatiques (produits pétroliers et 68 % des produits alimentaires : produits frais, viande, vin, etc.) sont exclus du champ de l'inflation « sous-jacente ». Certains produits alimentaires qui ont pu être affectés par la loi sont par conséquent écartés. À l'opposé, cette estimation intègre des services et certains produits manufacturés qui ne sont pas concernés par la loi Galland, la rendant moins précise sur l'effet global. Selon ce modèle, la loi aurait augmenté l'inflation « sous-jacente » d'1,6 point sur la période 1997-2004 (cf. tableau et graphique 1). L'impact correspondant sur l'inflation d'ensemble est alors estimé à 1 point.

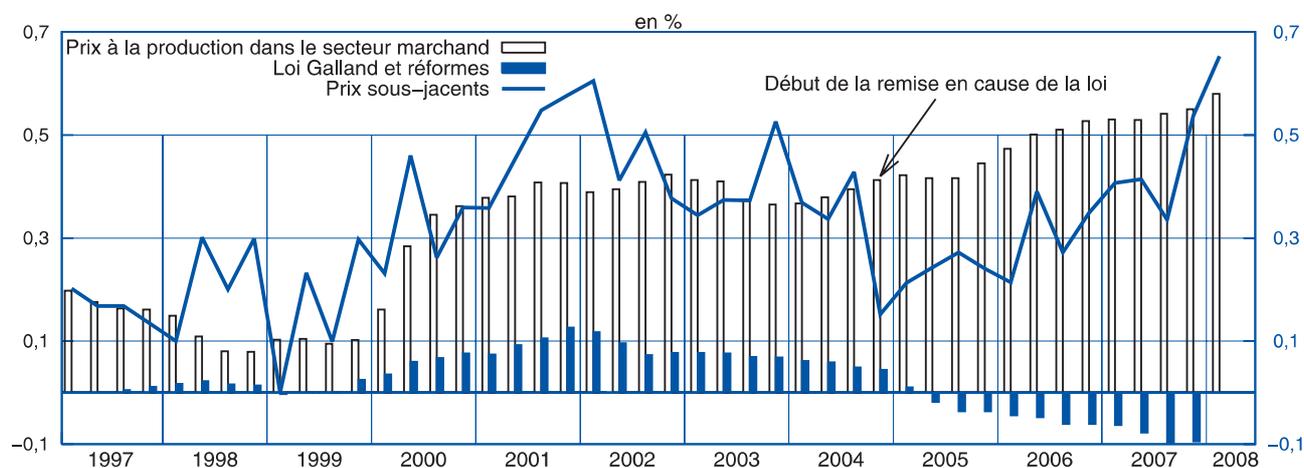
La seconde estimation repose sur un modèle moins agrégé comprenant deux équations : une équation de prix des produits alimentaires, hors fruits, légumes et poissons frais, et une équation des produits manufacturés principalement vendus en grande surface<sup>(6)</sup>. Selon ce modèle, la loi serait responsable d'un surcroît de 3,1 points de hausse des prix des produits alimentaires hors produits frais (cf. tableau et graphique 2), et de 1,1 point de hausse des prix des produits manufactu-

(6) Ces produits sont les articles de ménage en textile, la vaisselle, les produits d'hygiène et beauté, de bricolage et de sports et loisirs. Ils représentent à peu près 6 % de l'indice des prix. Certains produits manufacturés dont le réseau de distribution est très spécifique sont exclus du champ de l'étude (par exemple, les automobiles ou les vêtements et chaussures).

## Impact total sur la période de la loi Galland et de ses réformes

Secteurs (pondération 2008)	(en point de pourcentage)	
	1997 T1 - 2004 T3	2004 T4 - 2008 T1
IPC sous-jacent (61,4 %)	1,6	-0,7
Alimentation hors produits frais (14,3%)	3,1	-2,4
Produits manufacturés principalement vendus en grande surface (5,6 %)	1,1	-1,4
<b>Indice d'ensemble (100%)</b>		
Méthode "sous-jacent"	1,0	-0,4
Méthode "alimentation + produits manufacturés vendus dans les grandes surfaces"	0,5	-0,4

### 1- Contributions à la croissance de l'IPC sous-jacent



Source : Insee

rés principalement vendus en grande surface (cf. tableau). Au total, l'impact sur l'inflation d'ensemble est alors estimé à 0,5 point entre 1997 et 2004.

Ainsi, quelle que soit l'évaluation, la mesure utilisée pour capter l'impact de la loi Galland, à savoir l'écart de prix entre la « grande distribution étendue » et les « autres formes de vente », a bien le signe attendu (positif) sur la période 1997-2004. En outre, son impact estimé est supérieur à l'impact mécanique : même s'il faut interpréter avec prudence les résultats des estimations économétriques, ce résultat tend à indiquer que l'effet de la loi Galland s'est fait sentir au-delà des produits de grande consommation vendus dans la grande distribution.

### Les remises en causes successives du seuil de revente à perte ont fait baisser les prix

*Les remises en cause successives de la loi Galland auraient fait baisser les prix de 0,4 point environ*

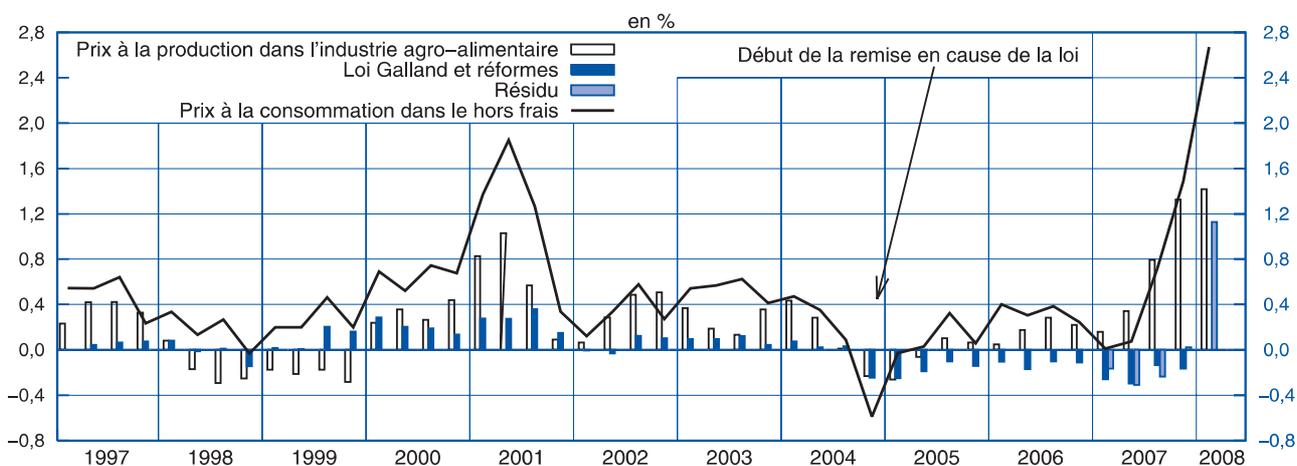
Même s'ils n'avaient pas été chiffrés, les effets non désirés sur les prix étaient bien admis depuis le rapport Canivet (2004). Ils ont conduit le législateur à progressivement remettre en cause la loi Galland (cf. encadré). Les mesures prises pour faire baisser les prix dans la grande distribution permettent de redéfinir le seuil de revente à perte, en incorporant les marges arrière. Nous avons estimé les effets de ces mesures en utilisant les mêmes méthodes que précédemment : depuis le quatrième trimestre de 2004, les premières remises en cause de la loi Galland, intervenues en 2004 et 2005, auraient pour l'instant fait diminuer les prix de 0,4 point environ (cf. tableau).

*Cependant, les effets des réformes semblent avoir marqué une pause récemment*

Néanmoins, les effets des réformes semblent avoir marqué une pause récemment. Même si le glissement annuel des prix des produits de grande consommation dans la « grande distribution étendue » demeure inférieur à celui des « autres formes de vente » (cf. graphique 3), les variations mensuelles sont quasi identiques depuis la fin de l'année 2007.

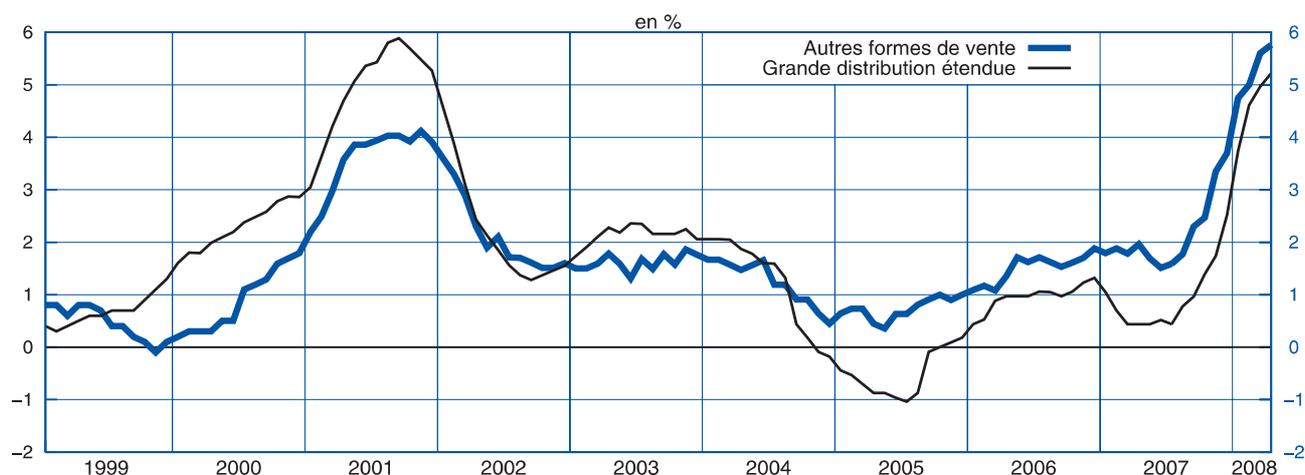
Par ailleurs, au premier trimestre de 2008, les prix à la consommation dans l'alimentation hors produits frais ont augmenté plus fortement que ne le suggèrent les déterminants économétriques (cf. graphique 2). Cette hausse, affectant aussi bien les prix des grandes surfaces que ceux des « autres formes de vente », pourrait s'expliquer par plusieurs facteurs : une transmission de la hausse des prix à la production dans l'industrie agroalimentaire plus rapide qu'habituellement ou une augmentation des marges globales (producteurs et distributeurs) par exemple. ■

## 2 - Contributions à la croissance des prix à la consommation dans l'alimentation hors produits frais



Note : les résidus ne figurent qu'à partir de l'année 2007 par souci d'une meilleure lisibilité du graphique.  
Source : Insee

## 3 - Glissements annuels des prix des produits de grande consommation



Source : Insee

### Annexe 1- Test microéconométrique

Dans un régime de concurrence normal, les prix de détail sont réceptifs à la concurrence locale entre magasins. Au contraire, si le seuil de revente à perte a été utilisé par les acteurs pour instaurer un prix minimum sectoriel, le prix de vente final ne dépend plus de la structure de marché locale. Biscourp, Boutin et Vergé (2008) s'appuient sur cette intuition pour examiner de manière systématique l'impact de la loi Galland sur les prix de détail en France. Cette étude s'appuie sur les relevés de prix utilisés par l'Insee pour calculer l'indice des prix à la consommation (IPC), ainsi que sur des données de localisation de magasins. Elle se concentre sur les biens homogènes, vendus dans la plupart des magasins. Les auteurs construisent un indicateur de concentration local, qui prend ses valeurs entre 0 et 1. Cet indicateur est d'autant plus élevé qu'il y a localement peu de magasins. Si la concurrence entre distributeurs est effective, les prix doivent être plus élevés dans les zones les plus concentrées.

Afin de tester les effets de la loi Galland, les auteurs régressent le logarithme du prix sur la concentration locale, avant et après la loi (respectivement 1994 et 1999). Pour éviter de capter des effets liés aux caractéristiques de la zone, les plus importantes d'entre elles ont été introduites dans les régressions : en particulier, le revenu moyen et la population (qui est une mesure de densité puisque les zones sont de taille fixe). Les résultats de ces régressions sont présentés dans le tableau<sup>(1)</sup>.

Ainsi, en 1994, la corrélation entre prix et concurrence locale est importante et significative. Un marché totalement concentré (indice de concentration égal à 1) aurait un prix en moyenne 10,3 % plus élevé qu'un marché totalement concurrentiel (indice de concentration égal à 0). En 1999, le rapport est de 1,8 % et n'est pas significatif. Cela indique un changement de régime profond cohérent avec l'utilisation systématique du seuil de revente à perte comme prix plancher sectoriel. Ces valeurs extrêmes de l'indice de concentration ne s'observent cependant pas en réalité. L'écart « standard » observé entre les secteurs les plus concentrés et les moins concentrés sur cette période est de 0,11 (écart type). L'écart de prix typique observé entre les magasins situés dans les zones plus ou moins concentrées était donc de 1% en moyenne en 1994, alors qu'il était statistiquement nul en 1999. ■

	1994	1999
Concentration locale	0,103*** (0,025)	0,018 (0,024)
Densité	0,016*** (0,003)	0,09*** (0,002)
Revenu (log)	0,023*** (0,010)	0,025** (0,013)
Nombre d'observations	4197	

Lecture : une variation de 0,5 de l'indicateur de concurrence locale correspond à un prix plus élevé d'environ 5 % en 1994 et de 0,9 % seulement en 1999. L'écart type de cet indicateur étant de 0,11, un magasin situé dans une zone plus concentrée d'un écart type avait des prix plus élevés de 1% en moyenne. Entre parenthèses figurent les variances estimées de paramètres, calculées à l'aide d'une méthode robuste (méthode dite *cluster commune*).

Note : 3, 2 et 1 étoiles correspondent respectivement à coefficients significatifs aux seuils de 1 %, 5 % et 10 %. Variables incluses dans la régression mais non reportées dans ce tableau : indicatrices par produits et par an, par type et par an, par enseigne et par an. La concentration est un indice HHI fondé sur la surface de vente dans une zone de 10 km à vol d'oiseau autour de la commune du magasin.

Sources : Insee, LSA

(1) Pour plus de détail sur la méthodologie et les données utilisées par les auteurs, se reporter à l'étude « *The Effects of Retail Regulations on Prices: Evidence from the loi Galland* », P. Biscourp, X. Boutin et T. Vergé, document de travail de la DESE n° G 2008/02, Insee 2008.

## Annexe 2 - Les modèles d'évaluation des effets de la loi Galland sur l'inflation

L'analyse macroéconomique repose sur les outils de prévision de l'inflation dont dispose l'Insee, notamment un modèle global basé sur une boucle prix-salaires. Au sein de cet outil, plusieurs équations ont été ré-estimées afin de tester les effets de la loi Galland sur l'inflation. Deux approches différentes ont été utilisées, basées sur des modélisations respectivement agrégées et désagrégées des prix de détail. Dans ce qui suit, nous ne présentons pas le modèle complet, mais les équations principales où la différence des logarithmes des prix dans la « grande distribution étendue » et dans les « autres formes de vente » intervient.

Ces équations se présentent comme des modèles à correction d'erreur. Elles ont pour la plupart la propriété souhaitable d'homogénéité statique et dynamique : à long terme et à court terme, une hausse de 1 % des prix exogènes conduit à une hausse de 1 % du prix expliqué. Ces propriétés permettent une stabilité à long terme du système et la définition d'un taux de chômage d'équilibre indépendant de l'inflation.

Le premier modèle est fondé sur une modification de l'équation d'inflation sous-jacente dans le modèle global de prévision. Le second modèle est basé sur une approche plus désagrégée où la différence des logarithmes des prix dans la « grande distribution étendue » et dans les « autres formes de vente » intervient d'une part dans l'équation des prix à la consommation dans l'alimentation hors produits frais, et d'autre part, dans l'équation des prix à la consommation des produits manufacturés principalement vendus dans la grande distribution.

### Modèle 1

#### Équation de l'indice des prix sous-jacents :

Période d'estimation 1990 T2-2007 T4

Statistiques de Student entre parenthèses

$$\Delta \log(IPCSJ_t) = 0,005 + 0,38 \Delta \log(IPCSJ_{t-1}) - 0,17 \Delta \log(IPCSJ_{t-3}) + 0,28 \Delta \log(IPCSJ_{t-4}) - 0,076 \log(IPCSJ_{t-1})$$

(8,0)      (4,4)      (-1,9)      (2,8)      (-7,5)

$$+ 0,06 \log(Pxprod_{t-1}) + 0,016 \log(PxIM\_EC\_ED_{t-1}) + 0,0003 \cdot Galland_{t-1} - 0,003 \cdot dum04 + \epsilon_t^{IPCSJ}$$

(7,3)      (c)      (3,8)      (-8,0)

$$R^2 = 0,86$$

où IPCSJ : indice des prix sous-jacents

Pxprod : prix à la production dans le secteur marchand (sur le marché intérieur)

PxIM\_EC\_ED : prix des biens de consommation et des automobiles importés

Galland : différence des logarithmes des prix dans la « grande distribution étendue » et dans les « autres formes de vente »

### Modèle 2

#### Équation des prix à la consommation dans l'alimentation hors produits frais :

Période d'estimation 1979 T3-2008 T1

$$\Delta \log(Px\_HF_t) = 0,48 \Delta \log(Px\_HF_{t-1}) + 0,09 \Delta \log(Px\_HF_{t-4}) + 0,19 \Delta \log(Px\_EB_t) + 0,15 \Delta \log(Px\_EB_{t-1})$$

(7,9)      (2,0)      (5,2)      (3,6)

$$+ 0,09 \Delta \log(CSU\_EJ_{t-3}) - 0,02 \cdot dum82t3 + 0,003 \cdot \Delta Galland_t + 0,001 + \epsilon_t^{Px\_HF}$$

(c)      (-7,6)      (2,2)      (2,6)

$$R^2 = 0,91$$

où Px\_HF : prix à la consommation dans l'alimentation hors produits frais

Px\_EB : prix à la production de l'industrie agro-alimentaire (sur le marché intérieur)

CSU\_EJ : coûts salariaux unitaires dans le commerce

#### Équation des prix à la consommation des produits manufacturés principalement vendus dans la grande distribution :

Période d'estimation : 1983 T2-2008 T1

$$\Delta \log(Px\_MAN_t) = 0,66 \Delta \log(Px\_MAN_{t-1}) + 0,08 \Delta \log(Px\_EC_{t-1}) + 0,06 \Delta \log(Px\_IMP\_EC_{t-8}) - 0,09 \log(Px\_MAN_{t-1})$$

(16,1)      (2,8)      (4,4)      (-5,5)

$$+ 0,04 \log(Px\_EC_{t-1}) + 0,01 \log(Px\_IMP\_EC_{t-1}) + 0,0003 \cdot TREND + 0,0001 \cdot Galland_{t-1} + 0,002 \cdot \Delta Galland_t + 0,15 + \epsilon_t^{Px\_MAN}$$

(3,9)      (2,6)      (5,5)      (c)      (2,4)      (5,5)

$$R^2 = 0,92$$

où Px\_MAN : prix à la consommation des produits manufacturés principalement vendus en grande surface

Px\_EC : prix à la production des biens de consommation (sur le marché intérieur)

Px\_IMP\_EC : prix des biens de consommation importés

TREND : tendance déterministe à partir de 1983 T2