

Brève histoire de la Grande distribution en France

Peuples Solidaires

07 / 2010

Aujourd'hui en France, la grande distribution représente 70% du marché alimentaire. 39% des ventes de commerce de détail et d'artisanat commercial se font dans la grande distribution. Un rapport présenté à l'Assemblée nationale en 2000 soulignait que « les rapports entre les producteurs de biens de consommation (70.000 entreprises et 400.000 agriculteurs) et les 60 millions de consommateurs sont analogues au passage dans le goulot d'étranglement d'un sablier. Au point d'étranglement, 5 groupements de distributeurs contrôlent la vente de plus de 90% de produits de grande consommation ». Comment et pourquoi en est-on arrivé là ?

Les prémices

Jusqu'au 18ème siècle, le commerce tel qu'on l'entend aujourd'hui se réduit à quelques boutiques dans les villes et à quelques négociants. Le commerce n'a alors qu'une fonction périphérique. De manière générale, les fonctions de distribution et de vente sont mises en œuvre par les producteurs eux-mêmes dans un schéma d'autoconsommation ou de consommation locale des produits.

Avec la révolution industrielle et la concentration grandissante de la population dans les zones urbaines, l'intermédiation entre consommateurs et producteurs apparaît. La présence d'une population ouvrière dans les villes entraîne la création des épiceries alimentaires quand le développement de la bourgeoisie citadine amène à la création de grands magasins non alimentaires, comme le Bon Marché créé en 1852. Ce sont là les prémices de l'ère de la grande distribution dite de « masse ».

Les précurseurs en France

C'est en pleine « trente glorieuses » que la grande distribution fait ses premiers pas en France. A cette époque, ce sont les commerçants isolés qui détiennent plus de 80% du chiffre d'affaires du commerce de détail. De dix à douze intermédiaires interviennent entre l'agriculteur et le consommateur. Les denrées sont rares et les prix flambent.

Dès les années 60, dans un contexte où la consommation des ménages progresse régulièrement avec une moyenne de 4,5% entre 1950 et 1960 et un budget annuel moyen qui double entre 1950 et 1968, les revenus des ménages sont suffisants pour permettre l'avènement de la consommation de masse.

En 1948, s'ouvre à Paris la première épicerie en libre service, nouveau concept importé des Etats-Unis.

En 1949, Michel Edouard Leclerc ouvre son premier libre-service, à Landerneau. Ce n'est pas une grande surface, puisque le magasin ne fait que 50m², mais cela constitue une étape clé dans le développement de la grande distribution.

A l'époque, les Américains font déjà leurs courses dans des sortes de hangars, situés en périphérie des villes avec à leur disposition chariots, parkings et même pompe à essence. Le concept fait des émules en France. Au libre service s'ajoute l'idée franco-française du « tout sous le même toit » qui fait aussi bien vendre des produits alimentaires que des vêtements ou de l'électroménager.

En 1957, le premier supermarché ouvre ses portes à Paris ; en 1963, le premier hypermarché est inauguré par Carrefour à Sainte-Geneviève-des-Bois.

Dès les années 60, le commerce se réduit de plus en plus à une fonction logistique pour écouler des produits. On peut alors abandonner le terme « commerce » pour parler de « distribution ».

Une stratégie offensive d'expansion et de concentration

Très vite, et parce que les parts de marché dans l'alimentaire et en France ne sont pas extensibles, les enseignes développent des stratégies particulières.

- L'internationalisation : il s'agit de mettre en œuvre à l'étranger ce qui a fait le succès de la Grande distribution en France - s'implanter dans des zones où seuls les petits commerces indépendants sont présents. Carrefour sera le premier à se lancer dans la course en ouvrant son premier hypermarché à Barcelone en 1973.
- La croissance externe par des opérations de fusion-acquisition afin de se renforcer en vue d'une future confrontation à l'échelle mondiale avec les géants anglo-saxons comme Wall Mart ou Tesco.
- La diversification : il s'agit d'élargir l'éventail de l'offre au-delà de l'alimentaire.

La Grande distribution en France aujourd'hui

Aujourd'hui la France est le pays européen qui compte la plus forte concentration de grandes surfaces au mètre carré. Le pays compte 10 692 grandes surfaces alimentaires (d'après l'Atlas de la distribution paru en 2008) et plus de 25 000 points de vente ce qui représente près de 20 millions de mètres carrés de magasins.

La grande distribution avait un chiffre d'affaires cumulés de 233 milliards d'euros en 2006 (source LSA) avec en tête Leclerc suivi de Carrefour.

Ce secteur employait plus de 630 000 personnes en 2007 (source INSEE) dont 61% de femmes.

La stratégie de fusion-acquisition aboutit à un véritable oligopole renforcé par la création des centrales d'achats : les magasins n'achètent plus directement leurs produits aux producteurs ou fabricants, mais à une centrale d'achats.

Les 5 plus grandes enseignes de la Grande distribution ont des centrales d'achats disséminées sur tout le territoire français et regroupées au sein de sociétés mères. Il n'en existe que 5 : Interdis pour Carrefour, Galec pour Leclerc, Lucie pour Leclerc et Système U, ITM pour Intermarché, Opéra pour Cora et Casino et Auchan France pour Auchan.

90% des achats en grandes surfaces se font aujourd'hui auprès de ces 5 centrales d'achats (source LSA). Ce véritable oligopole a permis à la Grande distribution de bénéficier d'un pouvoir énorme sur les fournisseurs quels qu'ils soient et où qu'ils soient.

Supermarché : magasin dont la surface de vente est comprise entre 400 et 2 500m² et qui réalise plus des deux tiers de son chiffre d'affaires dans l'alimentaire.

Hypermarché : magasin dont la surface de vente est supérieure à 2 500m² et qui réalise plus du tiers de son chiffre d'affaires dans l'alimentaire.

Grande distribution : il n'existe pas de définition officielle de la Grande distribution.!!!