



LE GOUVERNEMENT
DU GRAND-DUCHÉ DE LUXEMBOURG
Ministère de l'Économie

Observatoire de la formation des prix

***« Restrictions territoriales de l'offre au sein du Benelux :
analyse de données issues de l'enquête menée au Luxembourg »***

Les opinions exprimées sont celles des auteurs et ne correspondent pas nécessairement à celles du Ministère de l'Économie du Gouvernement.

Pour toute requête ou suggestion, contactez l'Observatoire de la formation des prix du Ministère de l'Économie du Grand-Duché de Luxembourg.

Ministère de l'Économie

Observatoire de la formation des prix

19-21, Boulevard Royal
L-2449 Luxembourg
Tél. (+352) 247 84176
Fax (+352) 26 86 45 18
observatoire@eco.etat.lu
Juin 2018

Cette publication est téléchargeable sur le site <https://odc.gouvernement.lu/fr/publications.html>

© Ministère de l'Économie, Luxembourg, 2018

Table de matières

Table de matières.....	3
1 Introduction.....	4
2 Rapport sur la situation en matière de RTO dans le Benelux	8
3 Principaux résultats de l'enquête au Luxembourg.....	10
3.1 Caractéristiques des répondants du Luxembourg.....	10
3.2 Les entreprises de commerce de détail	10
3.2.1 Caractéristiques des entreprises interrogées	10
3.2.2 Impact des RTO.....	10
3.2.3 Réaction de l'entreprise face aux RTO.....	12
3.2.4 Effets des RTO	13
3.2.5 Justification des RTO	13
3.3 Les entreprises « <i>non retail</i> » (hors commerce de détail)	14
3.3.1 Caractéristiques des entreprises interrogées	14
3.3.2 Impact des RTO.....	14
3.3.3 Réaction de l'entreprise face aux RTO.....	16
3.3.4 Effets des RTO	16
3.3.5 Justification des RTO	16
4 Conclusions	18
5 Annexe : Questionnaire.....	20

1 Introduction

De nombreuses entreprises luxembourgeoises affirment régulièrement faire face à des problèmes récurrents pour s'approvisionner librement auprès du fournisseur de leur choix au sein du marché intérieur de l'UE, à cause de restrictions territoriales de l'offre (RTO). Une multitude de secteurs économiques semblent concernés au Luxembourg, mais surtout le commerce et l'artisanat. Maints producteurs et grossistes obligeraient en effet les entreprises à s'approvisionner auprès de filiales ou plateformes déterminées par leur système de réseaux de distribution. Le libre accès au fournisseur économiquement le plus favorable à l'entreprise luxembourgeoise serait donc souvent refusé. Ceci entraîne une triple pénalisation pour les entreprises au Luxembourg : en matière de prix (impossibilité de s'approvisionner aux meilleurs prix) ; en matière d'offre de produits et de services (disponibilité limitée) ; en matière d'efficacité (services après-vente, formations inadéquates imposées par le distributeur, etc.).

Lors des réunions du Comité de coordination tripartite (2005/2006), le gouvernement et les partenaires sociaux ont procédé à un état des lieux détaillé de la situation économique, financière et sociale du pays. Dans ce contexte, ils se sont penchés plus particulièrement sur la compétitivité de l'économie nationale et sur les mesures nécessaires pour la garantir. Ils ont diagnostiqué un certain nombre de déséquilibres. Le gouvernement et les partenaires sociaux ont approuvé un avis du Comité de coordination tripartite sur un ensemble de mesures destinées à remédier aux déséquilibres fondamentaux qui hypothèquent la compétitivité de l'économie nationale et l'avenir du pays dans son ensemble, dont la problématique des RTO : *« Les règles et pratiques de la représentation générale pour l'importation qui pèsent sur la politique d'approvisionnement du commerce seront analysées au vu du droit européen de la concurrence »*¹. Dans son programme (2013), l'actuel gouvernement a stipulé ce qui suit au sujet des RTO : *« Au niveau communautaire, le Gouvernement s'emploiera en faveur d'une levée des difficultés d'approvisionnement que rencontrent une multitude d'entreprises luxembourgeoises dans le marché intérieur, et notamment en ce qui concerne les règles et pratiques de la représentation générale pour l'importation »*².

Depuis plusieurs années le Luxembourg a donc mené des discussions avec les autorités européennes au sujet des implications des RTO sur l'économie luxembourgeoise. La Commission européenne a notamment évoqué la problématique des RTO dans son rapport sur le marché unique accompagnant l'Examen annuel de la croissance 2014 : *« Les restrictions à la fourniture transfrontalière de biens peuvent également entraver la concurrence sur les marchés de détail. Les détaillants ne sont pas toujours libres de s'approvisionner au meilleur prix pratiqué en Europe. Certains écarts tarifaires entre les marchés nationaux peuvent être valablement justifiés, mais il existe également des contraintes territoriales à l'approvisionnement qui empêchent la baisse des tarifs sur certains marchés nationaux (au Luxembourg et en Belgique), notamment pour les produits de marque »*³.

Dans son dernier communiqué sur le sujet, la Commission européenne considère que *« Les contraintes territoriales d'approvisionnement conduisent à la segmentation du marché, ce qui*

¹ Pour plus de détails: <https://gouvernement.lu/dam-assets/fr/actualites/communiqués/2006/04/28tripartite/tripartiteconclusions2006.pdf>

² Pour plus de détails: <https://gouvernement.lu/content/dam/gouvernement/fr/actualites/articles/2013/11-novembre/29-signature/Programme-gouvernemental.pdf>

³ Commission européenne, UN MARCHÉ UNIQUE POUR LA CROISSANCE ET POUR L'EMPLOI: UNE ANALYSE DES PROGRÈS RÉALISÉS ET DES OBSTACLES RESTANTS ENTRE LES ÉTATS MEMBRES, COM(2013) 785 final, 13.11.2013, p.6, <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/HTML/?uri=CELEX:52017DC0327&from=FR>

limite la concurrence et risque d'entraîner d'importants écarts entre les prix de gros et les prix à la consommation ou dans le choix des produits proposés aux consommateurs à travers l'Union Européenne. Ces comportements doivent être évités, afin que les détaillants soient en mesure d'importer en parallèle tous les produits qui leur permettent de rapprocher encore davantage le marché unique des consommateurs européens. La Commission procédera à de nouvelles inspections sur les effets qu'ont ces pratiques sur le marché unique. Des mesures supplémentaires peuvent être nécessaires si la situation n'évolue pas au prix d'un changement d'approche volontaire des fournisseurs»⁴.

A côté des démarches engagées au niveau européen, le Luxembourg a lancé en 2015 en parallèle des travaux au Secrétariat général Benelux (SG Benelux)⁵, le centre administratif de l'Union Benelux, en vue d'essayer d'adopter une approche commune. Une position commune des trois pays s'est matérialisée dans une recommandation politique du Comité des ministres⁶ signée en novembre 2015. Cette recommandation politique a également affiché la volonté d'effectuer une analyse claire de la problématique dans la chaîne d'approvisionnement des marchés du commerce de détail dans les pays Benelux et de dégager, le cas échéant, des pistes de solutions. Le Ministre de l'Economie Etienne Schneider a déclaré ce qui suit lors de la signature : « Cette approche commune du Benelux sur initiative du Luxembourg constitue un signal fort à l'adresse de la Commission européenne. Les 3 pays s'engagent dorénavant à lutter ensemble contre les effets négatifs des restrictions territoriales. Celles-ci constituent une barrière potentielle à l'efficacité des marchés et à la fourniture transfrontalière de marchandises, ainsi qu'une entrave sérieuse au principe de la libre concurrence dans le marché intérieur. À la fois les entreprises et les consommateurs souffrent de ces obstacles au marché intérieur »⁷.

Le SG Benelux a par la suite lancé de fin 2016 à début 2017 une enquête qualitative⁸ permettant de recenser le ressenti des entrepreneurs belges, néerlandais et luxembourgeois sur la nature et l'ampleur des restrictions territoriales de l'offre dans le commerce de détail. Au Luxembourg, les entreprises ont été invitées à participer à l'enquête du SG Benelux d'une part à travers un communiqué de presse du Ministère de l'Economie⁹ et d'autre part à travers un appel à leurs membres respectifs de la part de la Chambre de commerce, de la Chambre des métiers, de la Confédération luxembourgeoise du commerce et de la Fédération des artisans. A noter que les organisations professionnelles ont été impliquées dès le début dans ces travaux du SG Benelux. Finalement, 68 représentants d'entreprises luxembourgeoises ont participé à l'enquête en ligne en vue d'analyser l'ampleur et les conséquences des obstacles à la chaîne d'approvisionnement pour les entreprises en rapport avec les RTO.

En mai 2018, le SG Benelux a publié son rapport sur base des informations issues de l'enquête réalisée dans les trois pays mettant en avant des tendances claires dans le cadre de la problématique des RTO dans le commerce de détail au Benelux. Le présent rapport de

⁴ Commission européenne, COMMUNICATION DE LA COMMISSION AU PARLEMENT EUROPÉEN, AU CONSEIL, AU COMITÉ ÉCONOMIQUE ET SOCIAL EUROPÉEN ET AU COMITÉ DES RÉGIONS, Adapter le commerce de détail de l'UE aux exigences du XXI^e siècle, COM(2018) 219, 19.4.2018, p.15, <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/HTML/?uri=CELEX:52018DC0219&from=FR>

⁵ Pour plus de détails: <http://www.benelux.int/fr/>

⁶ Pour plus de détails: <http://www.benelux.int/fr/nouvelles/les-ministres-de-leconomie-du-benelux-souhaitent-plus-de-transparence-sur-les-restrictions-territoriales-de-loffre-dans-le-comme/>

⁷ Pour plus de détails: https://gouvernement.lu/fr/actualites/toutes_actualites/communiques/2015/11-novembre/30-schneider-benelux.html

⁸ Pour plus de détails: <http://www.benelux.int/fr/rto>

⁹ Pour plus de détails: https://gouvernement.lu/fr/actualites/toutes_actualites/communiques/2016/10-octobre/24-closer-enquete.html

l'Observatoire de la formation des prix (OFP), basé sur les informations provenant de cette même enquête, est complémentaire à celui du SG Benelux :

- D'une part, il se focalise sur les résultats de l'enquête réalisée au niveau du Luxembourg. Il présente ainsi de manière synthétique les principaux résultats de cette enquête basés sur les réponses reçues de la part des entreprises localisées au Luxembourg et déclarant être affectées par les RTO.
- D'autre part, et comme cela a aussi déjà été mentionné dans le rapport Benelux, au Luxembourg un certain nombre d'entreprises n'appartenant pas au secteur du commerce de détail ont également participé à l'enquête (p.ex. artisanat, etc.). Pour des raisons de comparabilité des données entre la Belgique, les Pays-Bas et le Luxembourg, ces entreprises n'ont pas été prises en compte par le SG Benelux dans son analyse des résultats globaux au niveau du Benelux. Comme annoncé précédemment dans le rapport du SG Benelux, le ministère de l'Economie du Luxembourg a analysé les résultats issus de ces réponses de manière séparée. Ainsi, ces entreprises hors commerce de détail sont prises en compte dans le présent rapport de l'OFP afin de donner une image plus complète de la situation luxembourgeoise.

Les conclusions générales, qualitatives, de ce rapport sont basées sur les données d'une enquête réalisée parmi les entreprises au Luxembourg. Dans l'enquête, les représentants des entreprises font part de leurs propres expériences et estimations. Les résultats mesurent ainsi surtout les perceptions de ces entreprises.

Il est important de tenir compte du fait que *« l'analyse publique et quantitative des RTO s'est avérée difficile jusqu'à présent. Il n'existe pratiquement ni données quantitatives et qualitatives, ni informations publiques sur des cas concrets de RTO. Cela s'explique probablement par le fait que ce sujet est abordé avec prudence et retenue par les détaillants concernés, peut-être même avec une certaine crainte (« fear factor »), conséquence de rapports de force souvent unilatéraux et de la dépendance entre les commerçants et les entreprises qui les approvisionnent. En outre, des considérations commerciales peuvent jouer un rôle important dans ce contexte »*¹⁰. Ceci explique probablement le nombre relativement limité de réponses reçues, qui font que cette enquête ne puisse pas être considérée comme statistiquement significative. Néanmoins, elle permet de fournir un certain nombre de messages-clés et de mettre en avant des tendances claires en matière des RTO au Benelux, notamment au Luxembourg.

¹⁰ Source : <http://www.benelux.int/files/8215/2696/8422/etudebenelux.pdf>

Encadré 1 : Définition et exemples

Les restrictions territoriales de l'offre sont des restrictions imposées par un fournisseur empêchant le revendeur de s'approvisionner librement, notamment dans les pays de son choix. Le livre vert sur les pratiques commerciales déloyales¹¹ publié par la Commission européenne décrit les RTO comme suit : « *Les restrictions territoriales de l'offre imposées par certains fournisseurs multinationaux peuvent empêcher les détaillants de se tourner vers l'étranger pour s'approvisionner en biens identiques auprès d'une plateforme centrale et les distribuer dans d'autres États membres. Lorsqu'ils contrôlent effectivement l'aspect logistique ou le commerce de gros, les grands fabricants de produits de marque n'ont souvent aucun intérêt direct à réduire les prix et essaieront de négocier des contrats à l'échelle nationale afin de maintenir les différences de prix. [...] Des détaillants de petits États membres affirment que, lorsqu'ils cherchent à s'approvisionner auprès de grossistes étrangers ou même directement auprès de fournisseurs situés sur des marchés voisins plus concurrentiels et aux prix attractifs, ils sont redirigés vers la filiale chargée de ce marché géographique ou vers leurs grossistes nationaux qui ont signé des contrats territoriaux avec les fournisseurs. Ces contraintes permettent la fragmentation du marché et peuvent entraîner d'importantes différences de prix de gros entre pays.* »

Exemple 1 :

Un commerçant de détail dans un pays A peut vendre au consommateur des produits de marque identiques à des prix largement inférieurs aux prix de vente pratiqués sur le marché B. Le commerçant de détail du pays A est en mesure de pratiquer ces prix à la consommation largement inférieurs parce qu'il s'approvisionne auprès d'un fournisseur qui maintient des prix plus bas. Le commerçant de détail du pays B est exclu de l'approvisionnement direct auprès de ce fournisseur à cause de restrictions territoriales de l'offre. Dans certains cas extrêmes, les prix de vente peuvent même se situer en-dessous du prix d'achat que les entreprises du pays B doivent payer aux fournisseurs responsables pour approvisionner le marché B.

Exemple 2 :

Un consommateur d'un pays A veut s'acheter le maillot de football de son équipe préférée de la ligue de football du pays B dans un magasin de sa ville. Le commerçant explique au consommateur qu'il ne peut pas le lui procurer parce que le fabricant/distributeur responsable pour le marché A ne fournit pas ce produit au commerçant de détail. Ce produit est uniquement destiné au marché B. En outre, le commerçant de détail ne peut pas non plus s'approvisionner directement auprès du producteur/distributeur de la marque responsable pour le marché B en raison de restrictions territoriales de l'offre.

¹¹ Pour plus de détails : Livre vert du 31 janvier 2013 sur les pratiques commerciales déloyales dans la chaîne d'approvisionnement alimentaire et non alimentaire interentreprises en Europe (COM/2013/037 final)

2 Rapport sur la situation en matière de RTO dans le Benelux

Le SG Benelux a publié en mai 2018 un rapport reprenant les principaux messages et conclusions qui peuvent être tirés de cette enquête au niveau du Benelux dans son ensemble pour les seules entreprises du commerce de détail¹².

Encadré 2 : Communiqué de presse du SG Benelux du 22 mai 2018¹³

Des études ont prouvé que l'offre de marchandises et leur prix varient fortement en fonction du lieu où l'on se trouve au sein du Benelux. Cela vaut également par rapport aux zones frontalières en Allemagne et en France où les prix du commerce de détail sont bien souvent moins élevés que dans les pays Benelux voisins. Ce phénomène a des répercussions négatives tant sur les consommateurs que sur les commerçants. Les premiers déboursent trop et les seconds voient leur position concurrentielle mise à mal.

Par le biais d'une enquête commune réalisée auprès des détaillants, les trois pays ont examiné si les écarts de prix sont aussi le résultat de méthodes déloyales pratiquées par certains fournisseurs envers les commerçants de détail, appelées « restrictions territoriales de l'offre ». Les restrictions territoriales de l'offre sont des restrictions imposées par un fournisseur aux détaillants les empêchant de s'approvisionner librement, notamment dans les pays de leur choix.

Dans le cadre des efforts de la Commission européenne d'améliorer le fonctionnement du marché interne, et en particulier celui du marché du commerce de détail, le ministre belge du Travail, de l'Économie et des Consommateurs, Kris Peeters, en tant que président de l'Union Benelux, a transmis le rapport « Restrictions territoriales de l'offre dans le commerce de détail en Belgique, aux Pays-Bas et au Luxembourg » à la Commission européenne. Ce rapport sera remis officiellement le 19 juin à la commissaire européenne Bienkowska et fera l'objet d'une discussion lors de la conférence européenne sur le commerce de détail en Europe le jour même à Bruxelles.

Alain de Muyser, secrétaire général adjoint : « *Dans le marché intérieur européen et Benelux des biens et des services, les différences en matière de prix et d'offre résultant de restrictions territoriales de l'offre sont difficiles à digérer. C'est pourquoi les pays Benelux se sont engagés fin 2015 à lutter ensemble contre ces effets négatifs. Ce rapport constitue un signal clair à l'attention de l'Europe quant à la nécessité de s'attaquer à ce problème, qui ne se limite d'ailleurs pas au Benelux. Ce faisant, nous voulons alimenter le débat européen quant au fond, mais les pays pourraient aussi décider de coopérer de façon plus approfondie dans le cadre Benelux. Notre coopération sur ce thème n'est ainsi pas terminée. Le rapport constitue par ailleurs une primeur. L'enquête strictement confidentielle a fourni une première série de données qualitatives sur les restrictions territoriales de l'offre. Il n'y a pas encore eu d'étude systématique d'une certaine envergure à l'échelle de l'UE. L'Union Benelux joue son rôle de catalyseur et de laboratoire pour l'UE* ».

L'enquête

L'enquête a été menée d'octobre 2016 à avril 2017 et était exclusivement consacrée aux détaillants en Belgique, aux Pays-Bas et au Luxembourg. Elle a pour objectif d'établir s'il existe des restrictions territoriales de l'offre dans la chaîne d'approvisionnement du commerce de détail au sein du Benelux et d'estimer la nature et l'ampleur de ce phénomène.

¹² Pour plus de détails : <http://www.benelux.int/files/8215/2696/8422/etudebenelux.pdf>

¹³ Source : <http://www.benelux.int/fr/nouvelles/le-benelux-met-son-rapport-sur-les-restrictions-territoriales-de-loffre-dans-le-commerce-de-detail-la-disposition-de-la-commissi>

L'enquête a été menée par le SPF belge Économie, le ministère néerlandais des Affaires économiques et du Climat et le ministère luxembourgeois de l'Économie et a été coordonnée par le Secrétariat général de l'Union Benelux.

Coopération Benelux en matière de restrictions territoriales de l'offre

Le 30 novembre 2015, les ministres belge, néerlandais et luxembourgeois en charge de l'Économie ont signé la Recommandation (M (2015) 14) relative aux restrictions territoriales de l'offre dans le Benelux. Celle-ci tend à renforcer la coopération entre les trois pays Benelux en matière de restrictions territoriales de l'offre, afin d'améliorer la position des entreprises et des consommateurs. L'enquête met en œuvre cette recommandation.

Le commerce de détail est un secteur économique important qui contribue de manière considérable à l'emploi au sein du Benelux. Ce secteur exerce un effet direct sur tous les citoyens. Ses produits représentent une part importante des dépenses des ménages. Il est donc essentiel que le marché du commerce de détail fonctionne correctement pour que les produits soient vendus à des prix concurrentiels aux consommateurs et que les opérateurs économiques puissent agir dans des conditions de concurrence équitables.

Le présent rapport de l'Observatoire de la formation des prix (OFP) se focalise davantage sur les résultats de l'enquête réalisée au niveau du seul Luxembourg. Il présente ainsi de manière synthétique les principaux résultats de cette enquête, basés sur les réponses reçues de la part des entreprises localisées au Luxembourg et déclarant être affectées par les RTO. De plus, et contrairement au rapport du SG Benelux¹⁴, ce rapport de l'OFP ne se limite pas au seul secteur du commerce de détail. Comme cela est mentionné dans le rapport Benelux, un certain nombre d'entreprises n'appartenant pas au secteur du commerce de détail ont participé à l'enquête au Luxembourg (p.ex. artisanat, etc.). Ces entreprises n'ont pas été prises en compte par le SG Benelux dans l'analyse des résultats, pour des raisons de comparabilité des données entre la Belgique, les Pays-Bas et le Luxembourg. Or, ces entreprises hors commerce de détail (« *non retail* ») sont maintenant prises en compte dans le cadre de ce rapport de l'OFP qui est ainsi structuré en deux parties : analyse du secteur du commerce de détail et analyse du secteur « *non retail* ».

¹⁴ Au Luxembourg, la diffusion de l'enquête a été plus vaste et ne s'est pas limitée au seul commerce de détail. Le questionnaire était cependant identique. En effet au Luxembourg, l'enquête ciblait également d'autres activités comme l'artisanat et le secteur des services. Cela a généré des réponses supplémentaires, notamment du secteur du bâtiment, de l'artisanat, de la pharmacie et d'entreprises (para-)médicales, de l'agriculture et du commerce de gros. Ces résultats n'ont été ni détaillés dans le document Benelux, ni considérés pour l'analyse statistique qui a été effectuée. Cependant, ces réponses additionnelles ont montré que les RTO ne sont pas limitées au commerce de détail au Luxembourg.

3 Principaux résultats de l'enquête au Luxembourg

3.1 Caractéristiques des répondants du Luxembourg

68 représentants d'entreprises luxembourgeoises ont participé à l'enquête : 65 d'entre elles sont des PME¹⁵ (dont 25 microentreprises/TPE) et 3 sont des grandes entreprises employant plus de 250 personnes. Ce sont quasiment toutes des entreprises indépendantes à l'exception de deux qui dépendent d'une maison mère au Benelux, une étant franchisée et l'autre présentant une autre forme de société. Parmi ces 68 entreprises seules 16,2% d'entre elles, toutes des PME, font également du commerce électronique. Les deux tiers d'entre elles le font afin de profiter de prix d'achat plus favorables et le tiers restant afin d'élargir la gamme de produits et services pouvant être offerts par l'entreprise. Enfin, 8 répondants (dont 4 entreprises de commerce au détail) déclarent ne pas se sentir concernés par les RTO lorsque questionnés directement à ce sujet, alors que leurs réponses indiquent le contraire, soulignant ainsi un impact concret de ces limites sur leurs activités.

3.2 Les entreprises de commerce de détail

3.2.1 Caractéristiques des entreprises interrogées

Parmi les 68 entreprises luxembourgeoises ayant participé à l'enquête, 44 sont des entreprises de commerce de détail (65%), dont 23 TPE, 20 PME, et 1 grande entreprise. Parmi celles-ci, 41 sont des entreprises indépendantes et seules 8 de ces 44 font du commerce électronique (4 TPE et 4 PME). Les représentants du secteur du commerce de détail s'occupent principalement de la vente de produits électroniques et de vêtements/chaussures (près de la moitié des répondants), mais ce sont aussi des revendeurs de matériel sportif, des bijouteries/horlogeries, librairies/papeteries, cuisinistes, opticiens, revendeurs de sanitaires, maroquinerie et autres commerçants au détail.

3.2.2 Impact des RTO

Selon 84,1% des entreprises interrogées, les RTO ont un impact direct au Luxembourg sur la hausse des prix pour le consommateur de produits et services offerts par l'entreprise et, pour 79,5%, un impact à la baisse sur la marge bénéficiaire des entreprises afin de garder leur offre compétitive. Enfin, 70,5% des entreprises affectées par des RTO au Luxembourg déclarent être obligées d'offrir une gamme plus limitée à leurs clients faute d'accessibilité à certains produits et services. La très grande majorité des entreprises concernées au Luxembourg affirment donc que ces pratiques de RTO portent d'une part atteinte aux consommateurs, en les empêchant de bénéficier d'un choix plus vaste et à moindre coûts, et d'autre part aussi à l'entreprise en ayant un impact négatif sur sa marge bénéficiaire.

D'autres effets négatifs directs cités par les représentants des entreprises de commerce de détail sont les suivants (citations) :

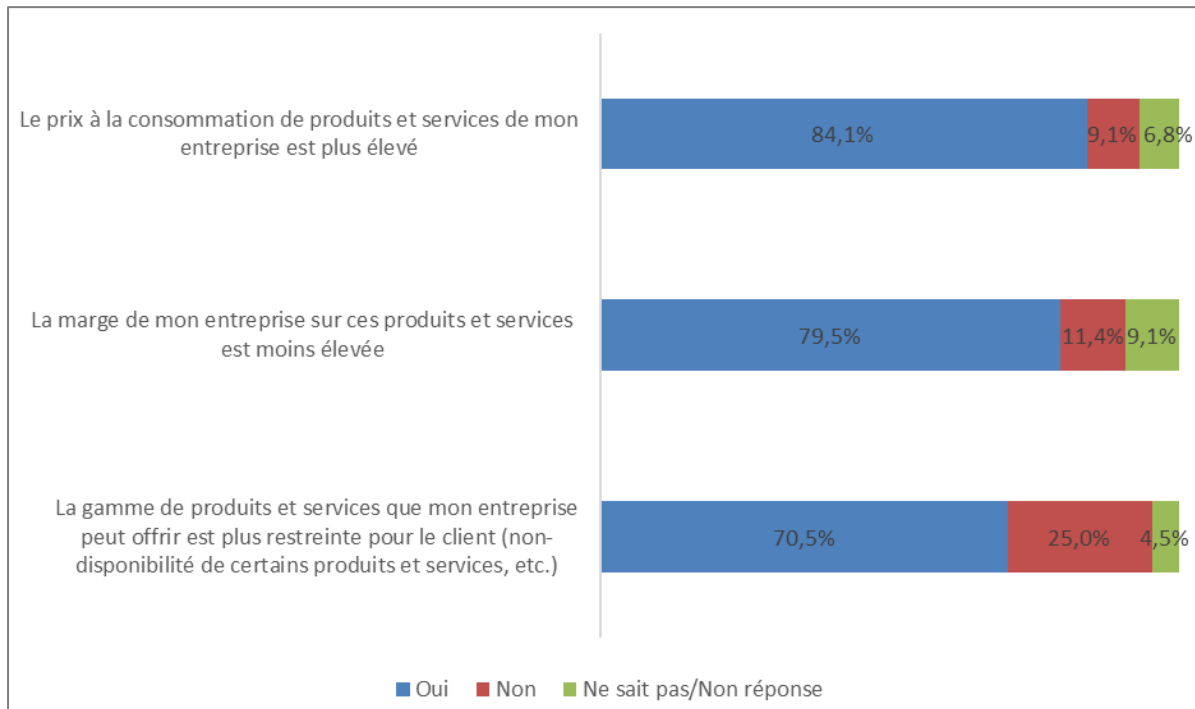
- *« La perte ou non signature de contrats de partenariat lorsque [l'] entreprise est en concurrence avec une entreprise qui n'a pas ou peu de restrictions territoriales »,*

¹⁵ La catégorie des micro (ou TPE), petites et moyennes entreprises (PME) est constituée des entreprises qui occupent moins de 250 personnes et dont le chiffre d'affaires annuel n'excède pas 50 millions d'euros ou dont le total du bilan annuel n'excède pas 43 millions d'euros. Dans la catégorie des PME, une microentreprise est définie comme une entreprise qui occupe moins de 10 personnes et dont le chiffre d'affaires annuel ou le total du bilan annuel n'excède pas 2 millions d'euros.

Source : <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/HTML/?uri=CELEX:32003H0361&from=FR>

- « Des entreprises étrangères pouvant acheter les produits chez le fabricant, dans leurs pays, moins chers, viennent au Luxembourg et me font concurrence. Ex : installateurs de climatisation allemands »,
- « Le service après-vente n'est pas toujours de la même qualité »,
- « Le fournisseur applique les prix TVA incluse de la même façon alors que nous devrions avoir les prix légèrement plus avantageux que nos confrères belges, français, allemands ».

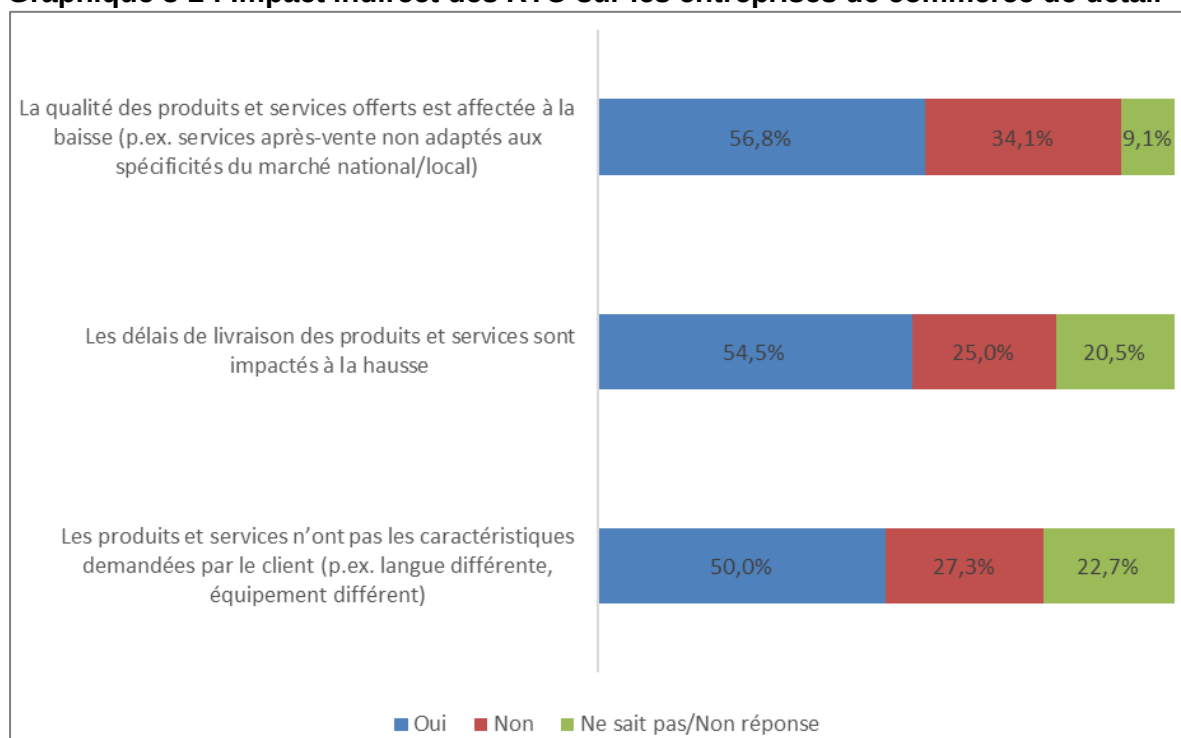
Graphique 3-1 : Impact direct des RTO sur l'offre et le prix proposés par les entreprises de commerce de détail



Base : répondants du secteur commerce de détail (n=44).

Outre leur impact sur le niveau de prix, la marge bénéficiaire et la gamme offerte, pour lesquels l'impact négatif des RTO semble être plus élevé, les réponses reçues soulignent d'autres effets indésirables. A titre d'exemple, pour 56,8% des entreprises du commerce de détail interrogées, les RTO ont aussi des répercussions indirectes négatives sur le niveau de qualité des produits et services offerts. Pour 54,5% d'entre elles les délais de livraison sont rallongés, et pour 50% d'entre elles les produits et services en question peuvent avoir des caractéristiques différentes de celles demandées par le consommateur.

Graphique 3-2 : Impact indirect des RTO sur les entreprises de commerce de détail



Base : répondants du secteur commerce de détail (n=44).

Ainsi, les entreprises de commerce de détail au Luxembourg se voient souvent contraintes de proposer des prix plus élevés que leurs concurrents internationaux, et notamment les entreprises étrangères localisées près de la frontière avec, comme conséquence, une perte de compétitivité des entreprises luxembourgeoises. On remarque ainsi une augmentation du nombre de revendeurs étrangers actifs sur le marché luxembourgeois grâce à leur avantage compétitif.

Finalement, un service après-vente de moins bonne qualité (ou carrément non disponible) ainsi que des problèmes de communication sont fréquemment cités par les répondants comme étant d'autres effets indirects indésirables des RTO : des difficultés de communication avec le fournisseur ou des manuels d'instruction fournis uniquement dans une langue non-compréhensible au revendeur semblent être un problème récurrent pour les entreprises de commerce de détail du Luxembourg.

3.2.3 Réaction de l'entreprise face aux RTO

Seulement 31,8% de ceux concernées par le problème d'approvisionnement lié aux RTO ont recours à des importations parallèles¹⁶, soit 14 des 44 entreprises de commerce de détail au Luxembourg. 10 de celles-ci (71,4%) peuvent ainsi surtout profiter de prix d'achat plus

¹⁶ Par importations parallèles, il faut entendre les importations de produits en provenance d'un autre État membre ainsi que leur commercialisation dans l'État membre de destination par des circuits autres que les réseaux officiels de distribution du fabricant ou de ses vendeurs agréés. Généralement, il y a des importations parallèles lorsque les prix de produits similaires varient sensiblement entre deux États membres, en raison des réglementations nationales ou de la politique du fabricant. De ce fait, les opérateurs ont intérêt à acheter ces produits dans l'État membre où ils sont moins chers et à les vendre dans celui où ils coûtent davantage, le tout à un prix qui leur permet de dégager un bénéfice. Source : http://europa.eu/rapid/press-release_MEMO-04-7_fr.htm

favorables et, pour les restantes, cette option permet aussi d'élargir la gamme de produits et services que l'entreprise peut offrir au consommateur.

Lorsque questionnés par rapport à d'autres réactions éventuelles qui leur permettraient de mitiger les effets des RTO, les participants à l'enquête ont cité :

- « Acheter chez un revendeur de la même marque en Allemagne [car cela] est moins cher qu'en direct chez le fabricant »,
- « Négocier, mettre de la pression, sensibiliser le fournisseur »,
- « Aucune solution [n'est] possible pour améliorer notre situation sans être « puni » par les fournisseurs basés en Belgique ou aux Pays Bas ».

3.2.4 Effets des RTO

Les entreprises estiment qu'en moyenne elles ne sont pas en mesure d'offrir directement sur leur territoire national 18% de leurs produits et services (fourchette des valeurs entre 0 et 50%). Cependant, 43,2% des entreprises interrogées n'ont pas été en mesure de quantifier l'impact exact des RTO sur le niveau de l'offre des produits et services offerts (gamme) sur le territoire national. De plus, les répondants estiment, en moyenne, à 14% (médiane : 14,5%, fourchette des valeurs entre 0 et 50%) le surcoût des produits ou services liés aux RTO et à 44% en moyenne (médiane : 40%, fourchette des valeurs entre 2 et 100%), de leurs fournisseurs qui suivent ces pratiques¹⁷ (respectivement 29,5% et 25% des entreprises de commerce de détail n'ont pas été en mesure de répondre à ces questions).

3.2.5 Justification des RTO

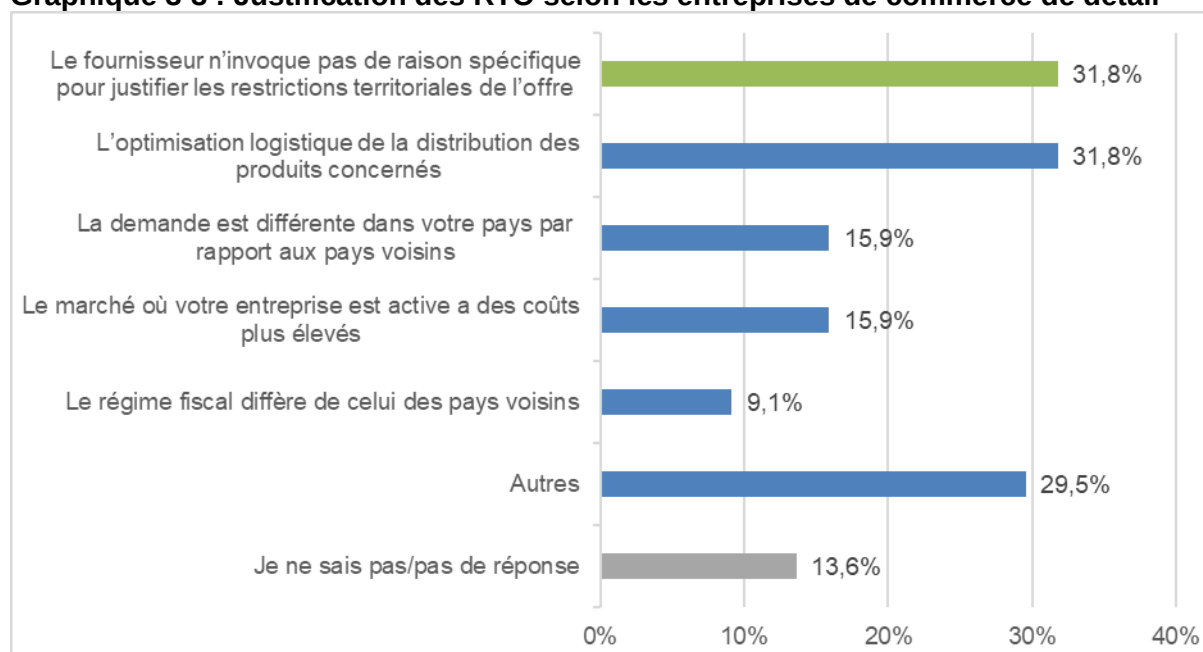
Quant aux raisons qui justifieraient les pratiques de RTO, 31,8% des entreprises interrogées déclarent que leurs fournisseurs n'invoquent pas de raison spécifique. Cependant, l'optimisation logistique de la distribution des produits concernés (pour 31,8% des répondants), la demande divergente par rapport aux pays voisins (15,9%) ainsi qu'un niveau de coûts plus élevé sur le marché où l'entreprise est active (15,9%) semblent constituer les principales raisons invoquées pour justifier les RTO. Au total, les entreprises de commerce de détail considèrent ces trois éléments comme principaux motifs de justification des RTO par leurs fournisseurs, suivi d'un régime fiscal au Luxembourg différent de celui des pays voisins (cité par 9,1% des répondants). D'autres motifs invoqués par les fournisseurs sont (extraits) :

- « La protection des zones de ventes par les distributeurs ou les marques »,
- « Le fournisseur profite de la différence TVA pour diminuer la marge [de l'entreprise] »,
- « Les contrats d'exclusivité avec les intermédiaires Benelux »,
- « Un agent ou représentant a l'exclusivité du marché luxembourgeois »,
- « Les représentants sont belges respectivement néerlandais »,
- « Le pouvoir d'achat plus élevé des consommateurs »,
- « La représentation et suivi après-vente assurée en langue française p.ex. d'une marque allemande, ainsi que la formation, suivi du CA etc. »,
- « L'imposition par le producteur : nous ne sommes plus approvisionnés par notre grossiste allemand, mais via les Pays-Bas » [traduction],
- « La présence d'un intermédiaire qui couvre un marché (p.ex. Benelux ou Belux). On est contraint d'importer via lui, alors qu'on pourrait obtenir le même service (commande, retour) directement auprès de la maison mère » [traduction],

¹⁷ Calculé uniquement sur base des pourcentages obtenus à la question (chiffres absolus exclus).

- « Les contrats exclusifs avec un intermédiaire de distribution établi dans le Benelux » [traduction],
- « Régi par le droit de la distribution (droit de la distribution organisé par région, p.ex. le Luxembourg comme partie de la Belgique) » [traduction].

Graphique 3-3 : Justification des RTO selon les entreprises de commerce de détail



Base : répondants du secteur commerce de détail (n=44).

3.3 Les entreprises « *non retail* » (hors commerce de détail)

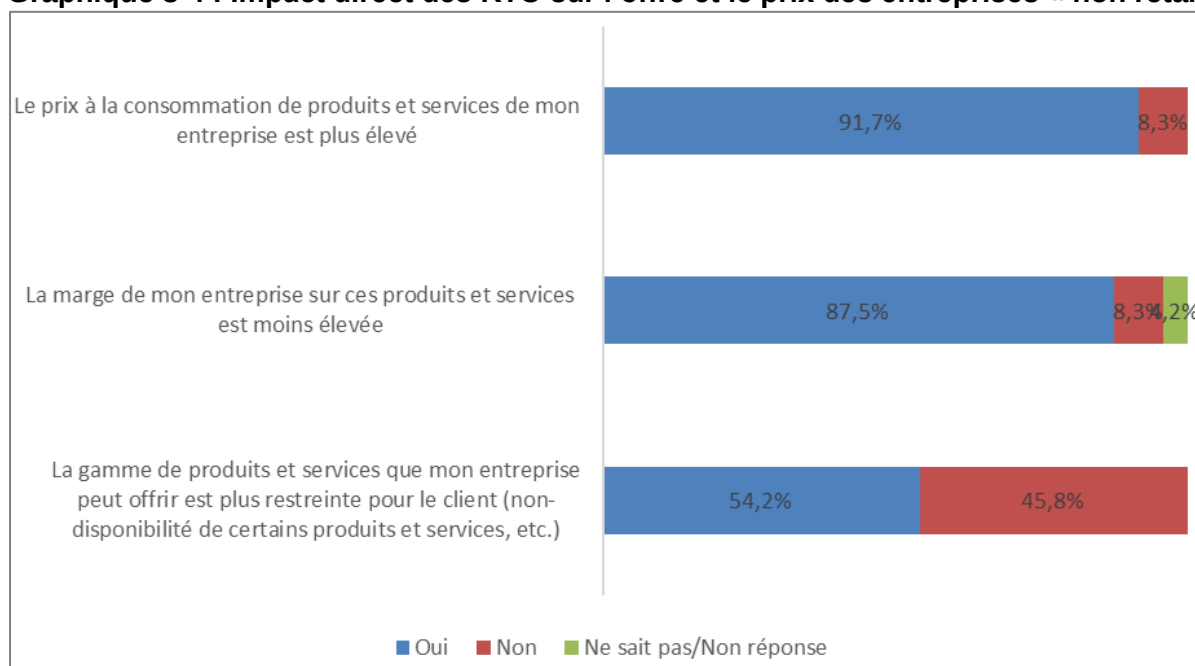
3.3.1 Caractéristiques des entreprises interrogées

Outre les représentants des entreprises de commerce de détail, au Luxembourg 24 entreprises non issues du secteur du commerce de détail ont également répondu à l'enquête sur les RTO (ce qui n'a pas été le cas ni en Belgique ni aux Pays-Bas). Parmi celles-ci on compte 2 TPE, 20 PME et 2 grandes entreprises. Ce sont principalement des entreprises faisant partie du secteur de la construction (installateurs et électriciens), mais aussi des pharmaciens, une entreprise de l'industrie alimentaire, une administration publique et une entreprise de commerce de gros. Parmi ces 24 entreprises, seules 3 PME font aussi du commerce électronique.

3.3.2 Impact des RTO

Pour 91,7% des entreprises interrogées, les RTO ont un impact direct sur la hausse des prix pour le consommateur et, pour 87,5%, sur la baisse de la marge bénéficiaire, alors que 54,2% des entreprises déclarent être obligées d'offrir une gamme plus limitée à leurs clients faute d'accessibilité à certains produits et services (contre 70,5% des entreprises de commerce de détail). Ainsi, pour ces entreprises hors secteur du commerce de détail l'impact négatif le plus important des RTO semble se manifester d'une part sur le niveau des prix pour le consommateur et, d'autre part, sur la marge bénéficiaire pour l'entreprise.

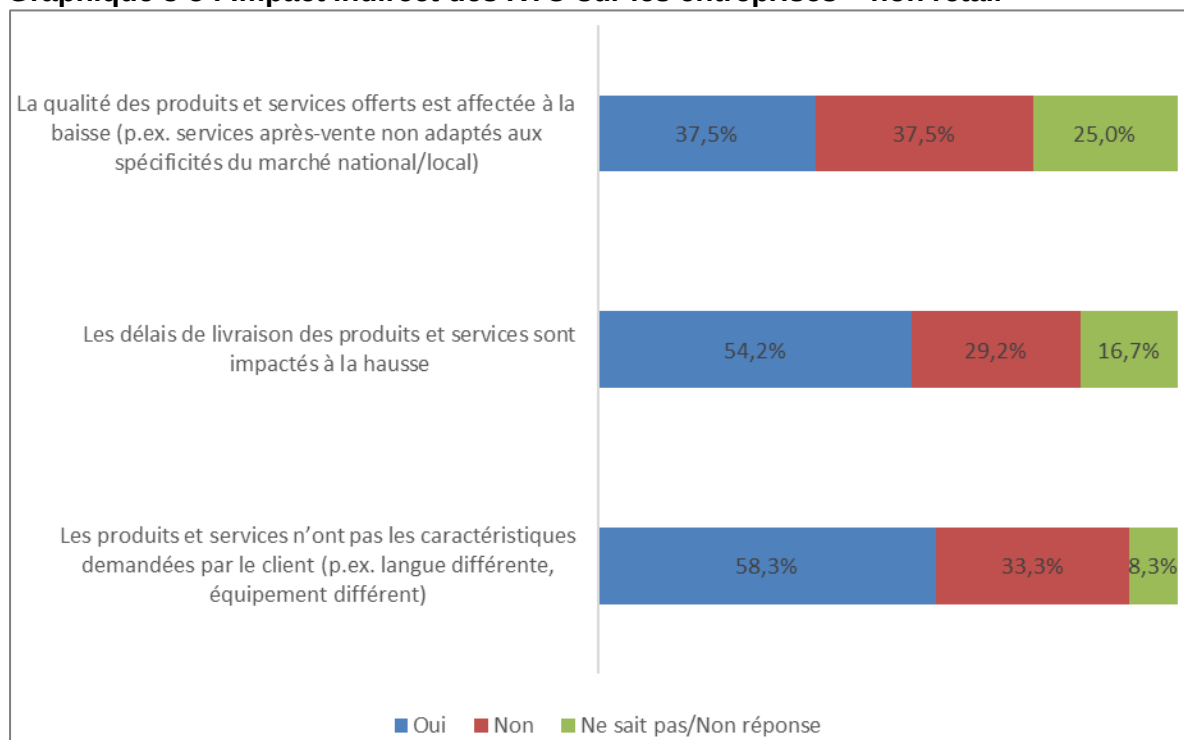
Graphique 3-4 : Impact direct des RTO sur l'offre et le prix des entreprises « non retail »



Base : répondants « non retail » (n=24).

Selon 58,3% de ces entreprises, les RTO ont aussi des répercussions indirectes négatives sur les caractéristiques demandées par le client, 54,2% voient leurs délais de livraison impactés à la hausse et 37,5% soutiennent que les RTO ont des répercussions négatives aussi indirectes sur le niveau de qualité des produits et services offerts, même si cela est plus mitigé par rapport aux déclarations des entreprises de commerce de détail (56,8%).

Graphique 3-5 : Impact indirect des RTO sur les entreprises « non retail »



Base : répondants « non retail » (n=24).

Les entreprises constatent aussi une perte de compétitivité par rapport à leurs concurrents internationaux :

- « *Nous perdons régulièrement des marchés (soumissions européennes notamment) car nous n'arrivons pas à acheter certains produits en direct aux fabricants, obligation d'achat sur le Luxembourg - prix beaucoup plus élevés que certains qui peuvent acheter en dehors du Luxembourg* »,
- « *Perte de la distribution en cas de non-respect du canal prescrit par le constructeur* »,
- « *Favoritisme envers certaines entreprises sur certains marchés publics et privés* ».

D'autres conséquences semblent être notamment des freins au développement des entreprises luxembourgeoises :

- « *Garanties non respectées ou conditions abusives imposées* »,
- « *Délais plus longs, un mauvais/pas de service après-vente* »,
- « *Pas de documentation dans la langue nécessaire, baisse des remises accordées pour sanctionner, coûts supplémentaires pour adapter le produit aux normes nationales* »,
- « *Paieement anticipé du consommateur exigé avant la livraison du produit* »,
- « *Vente directe via site Internet du fabricant au consommateur de certains dispositifs médicaux* ».

3.3.3 Réaction de l'entreprise face aux RTO

Afin de remédier au problème d'approvisionnement lié à la RTO, deux tiers (67,7%) des entreprises interrogées (contre 31,8% des entreprises du commerce de détail) ont recours à des importations parallèles : trois-quarts (75%) de celles-ci peuvent ainsi surtout profiter de prix d'achat plus favorables (contre 71,4% pour les entreprises de commerce de détail), et élargir la gamme de produits et services que l'entreprise peut offrir au consommateur pour les entreprises restantes (soit 25% contre 28,5% pour les entreprises de commerce de détail).

3.3.4 Effets des RTO

Les entreprises estiment qu'elles ne sont pas en mesure de pouvoir offrir directement sur leur territoire national, en moyenne, 15,5% de la totalité des produits et services qu'elles offrent (médiane : 11%, variation des valeurs entre 0 et 50%). Cependant 25% des entreprises n'ont pas été en mesure de quantifier l'impact exact des RTO sur le niveau de l'offre des produits et services offerts (gamme) sur le territoire national.

Les répondants estiment aussi à, en moyenne, 15,5% le surcoût des produits ou services liés aux RTO (médiane : 15%, variation des valeurs entre 5,5 et 40%) et à 29,2% le nombre de leurs fournisseurs suivant ces pratiques (médiane : 27,5%, variation des valeurs entre 5 et 60%)¹⁸ (16,7% de non-réponses à ces deux questions).

3.3.5 Justification des RTO

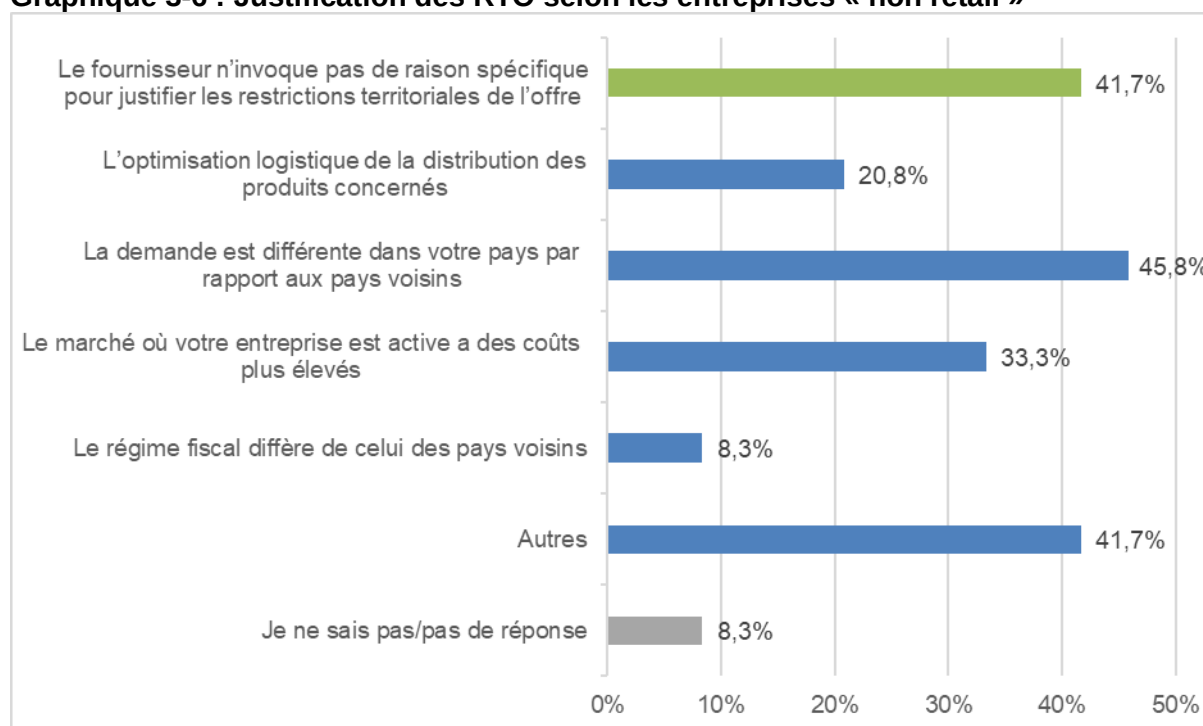
Enfin, en ce qui concerne les raisons évoquées par les fournisseurs pour justifier les pratiques de RTO, 47,1% des entreprises interrogées déclarent que leurs fournisseurs n'invoquent pas de raison spécifique. Cependant, selon 45,8% des répondants les fournisseurs soutiennent que la demande est différente par rapport aux pays voisins, que le marché où l'entreprise est active à des coûts plus élevés (selon 33,3% des répondants) et que l'optimisation logistique de la distribution des produits concernés sont des raisons qui peuvent justifier ces RTO (selon 20,8% des répondants). Les entreprises au Luxembourg considèrent donc ces trois éléments comme

¹⁸ Calculé uniquement sur base des pourcentages obtenus à la question (chiffres absolus exclus).

étant les principaux motifs de justification des RTO par les fournisseurs, le régime fiscal différent de celui des pays voisins n'étant cité que par 8,3% d'entre eux comme argument. D'autres raisons citées par les répondants sont notamment (extraits) :

- « Les différentes spécifications/normes techniques »,
- « L'ancien Benelux! On doit toujours passer par la Belgique ou les Pays-Bas alors qu'il s'agit de produits allemands, français ou anglais. »,
- « Le fournisseur impose ses canaux de distribution »,
- « Le monopole de l'importateur »,
- « Aucune. Il s'agit de simple protectionnisme pour s'assurer une certaine marge et le marché »,
- « La marge commerciale ? Reste à discuter : trop élevée pour le vendeur ou trop faible pour le fabricant. Disponibilité ? Les causes de rupture de stock sont, elles, à chercher auprès des intermédiaires ou plutôt des fabricants (facilité d'adaptation aux demandes) »,
- « En fixant ses prix le fabricant considère les différents marchés (pays) selon leur pouvoir d'achat »,
- « La maison mère exige qu'on prenne les produits à travers tel ou tel autre pays »,
- « Contrôler la distribution (marque, offres ...) = "diviser pour régner" »
- « La politique de prix nets [hors TVA] différente entre pays voisins »
- « Les différences de spécifications ou normes ».

Graphique 3-6 : Justification des RTO selon les entreprises « non retail »



Base : répondants « non retail » (n=24).

4 Conclusions

Les RTO concernent les entreprises de toutes tailles, dans le commerce de détail et hors commerce de détail

L'enquête du SG Benelux sur les RTO, conduite notamment au Luxembourg, semble révéler que la problématique des RTO concerne les entreprises de toutes tailles, à la fois les grandes entreprises mais surtout les PME.

Cette problématique des RTO concerne à la fois les entreprises de commerce détail et les entreprises « *non retail* » (hors commerce de détail) au Luxembourg, comme par exemple le secteur de la construction ou les pharmacies.

Les effets des RTO se remarquent notamment sur les niveaux de prix, les marges des entreprises et la gamme proposée

Les RTO ont des conséquences sur le niveau des prix à la consommation (selon 86,6% des entreprises interrogées), les marges bénéficiaires des entreprises (82,4%) et l'offre de produits et services (gamme) (64,7%), mais aussi sur les délais de livraison (54,4%), les caractéristiques (52,9%) et la qualité (50,0%) des produits. En effet, les entreprises concernées affirment que ces pratiques de RTO portent, d'une part, atteinte aux consommateurs en les empêchant de bénéficier d'un choix plus vaste et à coûts moindres, et d'autre part, aux entreprises à cause de la réduction de leur marge bénéficiaire. Ainsi, la grande majorité des entreprises déclarent être obligées de proposer des prix plus élevés suite aux RTO ou de devoir réduire leur marge bénéficiaire pour absorber la différence de coût. D'autres effets tels que l'offre d'une gamme plus restreinte, une qualité moindre et des caractéristiques différentes par rapport aux produits demandés par les clients sont cités par la majeure partie de toutes les entreprises interrogées. De plus, les délais de livraison sont souvent rallongés.

Les entreprises enquêtées au Luxembourg déclarent qu'en moyenne 39,1% de leurs fournisseurs pratiquent des RTO. Les entreprises luxembourgeoises concernées ne sont pas en mesure de pouvoir directement offrir sur le territoire national, en moyenne, 17,1% de leurs produits/services, et les RTO sont estimés produire un surcoût d'en moyenne 14,6%.

Les importations parallèles comme remède aux problèmes d'approvisionnement

Afin de remédier aux problèmes d'approvisionnement liés aux RTO, 67,7% des entreprises « *non retail* », contre seulement 35% du secteur du commerce de détail, déclarent avoir recours aux importations parallèles et pouvoir ainsi profiter d'un prix d'achat plus favorable des produits et services concernés.

Des justifications très variées des fournisseurs selon les entreprises interrogées

Alors que plus d'un tiers des fournisseurs ne semblent pas fournir de raisons spécifiques pour justifier ces RTO, selon les fournisseurs des entreprises de commerce de détail l'optimisation logistique de la distribution des produits concernés semble être le motif principal de ce phénomène (selon 31,8% d'entre elles). Selon 45,8% des fournisseurs des entreprises « *non retail* » le problème consiste dans le fait que la demande du pays est différente par rapport à celle des pays voisins.

Le tableau ci-dessous fournit une vue synthétique des principaux résultats issus de l'enquête menée au Benelux et les résultats spécifiques du Luxembourg, à la fois pour le secteur du commerce de détail et pour les autres entreprises.

Tableau 1 : Résumé des principaux résultats de l'enquête au Benelux et plus spécifiquement au Luxembourg

	Benelux	Luxembourg		
	Entreprises de commerce de détail N=66*	Entreprises de commerce de détail N=44	Entreprises hors commerce de détail N=24	Total Luxembourg N=68
Impact direct des RTO				
- Prix plus élevé	77%	84,1%	91,7%	86,8%
- Marge moins élevée	71%	79,5%	87,5%	82,4%
- Gamme de produits/services offerts plus restreinte	67%	70,5%	54,2%	64,7%
Impact indirect des RTO				
- Qualité moindre des produits/services offerts	50%	56,8%	37,5%	50,0%
- Délais de livraison plus longs	45%	54,5%	54,2%	54,4%
- Caractéristiques différentes des produits/services demandés	44%	50,0%	58,3%	52,9%
Réaction des entreprises aux RTO				
- Recours aux importations parallèles	33%	31,8%	67,7%	44,1%
Effets des RTO**				
- Part des produits/services affectés par les RTO	-	18,0% (N=25)	15,5% (N=14)	17,1% (N=39)
- Surcoût des produits/services liés aux RTO	-	14,0% (N=28)	15,5% (N=16)	14,6% (N=44)
- Part de fournisseurs pratiquant des RTO	-	44,0% (N=24)	29,2% (N=12)	39,1% (N=36)
Justifications des fournisseurs aux RTO				
- Optimisation logistique de distribution des produits concernés	33%	31,8%	20,8%	27,9%
- Demande différente du pays par rapport aux voisins	21%	15,9%	45,8%	26,5%
- Marché où l'entreprise est active a des coûts plus élevés	23%	15,9%	33,3%	22,1%
- Régime fiscal différent de celui des voisins	20%	9,1%	8,3%	8,8%
- Autres	23%	29,5%	41,7%	33,8%
- Pas de raison spécifique	30%	31,8%	41,7%	35,3%

Remarque : Les pourcentages représentent la part de répondants ayant cité l'énoncé.

* Dont 12 entreprises BE, 10 entreprises NL, 44 entreprises LU

** Pourcentages moyens pour le Luxembourg (nombre de répondants à la question entre parenthèses). Données non calculées dans le rapport Benelux

Base : Répondants ayant répondu « oui » à la Q1 « Est-ce que votre entreprise est concernée par de telles RTO ? »

5 Annexe : Questionnaire

Enquête sur la nature et l'ampleur des restrictions territoriales de l'offre dans le commerce de détail au sein du Benelux

Informations relatives à l'entreprise

Nombre d'emplois à temps plein (FTE) dans votre pays (en 2015, ou à défaut l'année la plus récente) :

- ☐ Moins de 10
☐ Entre 10-49
☐ Entre 50-249
☐ Plus de 250

Chiffre d'affaires annuel dans votre pays (2015, ou à défaut l'année la plus récente) :

- ☐ Moins de 2 millions d'euros
☐ Entre 2 millions et 10 millions d'euros
☐ Entre 10 millions d'euros et 50 millions d'euros
☐ Plus de 50 millions d'euros

Mon entreprise :

- ☐ est une entreprise indépendante
☐ est un franchisé
☐ dépend d'une maison mère au Benelux (filiale, succursale, etc.)
☐ dépend d'une maison mère en dehors du Benelux (filiale, succursale, etc.)
☐ A une autre forme de société

(facultatif) Veuillez préciser le pays d'origine de votre maison mère :

Est-ce que votre entreprise fait du commerce électronique ?

- ☐ Oui
☐ Non

Code NACE de l'entreprise (ou si vous ne connaissez pas ce code, description de l'activité principale de l'entreprise) :

Définition des Restrictions Territoriales de l'Offre (RTO) :

Les restrictions territoriales de l'offre sont des restrictions imposées par un fournisseur vous empêchant de vous approvisionner librement, notamment dans les pays de votre choix.

Le livre vert sur les pratiques commerciales déloyales [1] publié par la Commission européenne décrit les restrictions territoriales de l'offre comme suit :

« Les restrictions territoriales de l'offre imposées par certains fournisseurs multinationaux peuvent empêcher les détaillants de se tourner vers l'étranger pour s'approvisionner en biens identiques auprès d'une plateforme centrale et les distributeurs dans d'autres États membres [2]. Lorsqu'ils contrôlent effectivement l'aspect logistique ou le commerce de gros, les grands fabricants de produits de marque n'ont souvent aucun intérêt direct à réduire les prix et essaieront de négocier des contrats à l'échelle nationale afin de maintenir les différences de prix. [...] »

Des détaillants de petits États membres affirment que, lorsqu'ils cherchent à s'approvisionner auprès de grossistes étrangers ou même directement auprès de fournisseurs situés sur des marchés voisins plus concurrentiels et aux prix attractifs, ils sont redirigés vers la filiale chargée de ce marché géographique ou vers leurs grossistes nationaux qui ont signé des contrats territoriaux avec les fournisseurs. Ces contraintes peuvent la fragmentation du marché et peuvent entraîner d'importantes différences de prix de gros entre pays. »

Exemple des restrictions territoriales de l'offre qui ont une influence sur le « prix » :

Un commerçant de détail dans un pays A peut vendre au consommateur des produits de marque identiques à des prix largement inférieurs aux prix de vente pratiqués sur le marché B. Le commerçant de détail du pays A est en mesure de pratiquer ces prix à la consommation largement inférieurs parce qu'il s'approvisionne auprès d'un fournisseur qui maintient des prix plus bas. Les commerçants de détail du pays B sont exclus de l'approvisionnement direct auprès de ce fournisseur à cause de restrictions territoriales de l'offre. Dans certains cas extrêmes, les prix de vente peuvent même se situer en-dessous du prix d'achat que les entreprises du pays B doivent payer aux fournisseurs responsables pour approvisionner le marché B.

Exemple des restrictions territoriales de l'offre qui ont une influence sur l'« offre » :

Un consommateur d'un pays A veut s'acheter le maillot de football de son équipe préférée de la ligue de football du pays B dans un magasin de sa ville. Le commerçant explique au consommateur qu'il ne peut pas le lui procurer parce que le fabricant/distributeur responsable pour le marché A ne fournit pas ce produit au commerçant de détail. Ce produit est uniquement destiné au marché B. En outre, le commerçant de détail ne peut pas non plus s'approvisionner directement auprès du producteur/distributeur de la marque responsable pour le marché B en raison de restrictions territoriales de l'offre.

[1] Livre vert du 31 janvier 2013 sur les pratiques commerciales déloyales dans la chaîne d'approvisionnement alimentaire et non alimentaire entreprises en Europe (COM/2013/037 final)

[2] Veuillez noter que les restrictions territoriales de l'offre dans ce contexte se définissent par l'interdiction pour les fournisseurs de vendre à des vendeurs qui cherchent à s'approvisionner par eux-mêmes auprès du fournisseur. Il n'y a pas de restriction territoriale de l'offre lorsque, par exemple, un distributeur qui s'est vu attribuer un territoire exclusif dans une zone géographique donnée est protégé des ventes actives d'autres distributeurs dans ladite zone.

Question 1 : Pertinence des RIO

Est-ce que votre entreprise est concernée par de telles restrictions territoriales de l'offre ?

- ☐ Oui
☐ Non
☐ Je ne sais pas

Avez-vous connaissance d'autres entreprises qui sont concernées par de telles restrictions territoriales de l'offre ?

- ☐ Oui, notamment dans ce(s) secteur(s) :
- ☐ Non
☐ Je ne sais pas

Question 2 : Impact des RIO

Quelles sont, selon vous, les principales conséquences de telles restrictions territoriales de l'offre sur les activités de votre entreprise ? Veuillez cocher la case correspondante ci-dessous.

Question 2.a - Impact direct sur l'offre et le prix

- La gamme de produits et services que mon entreprise peut offrir est plus restreinte pour le client (non-disponibilité de certains produits et services, etc.)
☐ Oui
☐ Non
☐ Je ne sais pas
- Le prix à la consommation de produits et services de mon entreprise est plus élevé
☐ Oui
☐ Non
☐ Je ne sais pas
- La marge de mon entreprise sur ces produits et services est moins élevée
☐ Oui
☐ Non
☐ Je ne sais pas

Autres (veuillez préciser) :

Question 2.b - Impact indirect des RIO

- Les délais de livraison des produits et services sont impactés à la hausse
☐ Oui
☐ Non
☐ Je ne sais pas

- La qualité des produits et services offerts est affectée à la baisse (p.ex. services après-vente non adaptés aux spécificités du marché national/local)
☐ Oui
☐ Non
☐ Je ne sais pas

- Les produits et services n'ont pas les caractéristiques demandées par le client (p.ex. langue différente, équipement différent)
☐ Oui
☐ Non
☐ Je ne sais pas

Autres (veuillez préciser) :

Question 3 : Réaction de votre entreprise sur les RIO

Votre entreprise a-t-elle recours à des importations parallèles [3] ?

- ☐ Oui
☐ Non

Si oui, ces importations parallèles vous permettent :

- ☐ d'élargir la gamme de produits et services que votre entreprise peut offrir
☐ de profiter de prix d'achat plus favorables
☐ autres (veuillez préciser) :

Autres réactions permettant de mitiger les effets des restrictions territoriales de l'offre (veuillez préciser) :

[3] Le site web juridischewoordenboek.nl définit l'importation parallèle comme étant : l'importation de marchandises par un importateur qui n'a pas été désigné à cet effet par le fabricant. Ou plus précisément : Le commerce d'articles (de marque) par des tiers, sans intervention ou supervision (du titulaire) de la marque, du fabricant, de l'importateur agréé ou de tout autre canal de distribution agréé.

Question 4 : Exemples et quantification de l'impact des RIO

Question 4.a – Exemples de produits ou services concernés par les restrictions territoriales de l'offre

Veuillez indiquer des exemples concrets du type de produits et services que vous n'êtes pas en mesure d'offrir directement ou seulement à un prix plus élevé à cause des restrictions territoriales de l'offre :

- ☐ Je ne sais pas
- ☐ Je préfère ne pas me prononcer
- ☐ Produits de droguerie, parfumerie, hygiène
- ☐ Produits d'épicerie & boissons (aliments transformés)
- ☐ Vêtements
- ☐ Produits électroniques
- ☐ Livres et papeterie
- ☐ Matières premières (veuillez préciser) :

☐ Produits intermédiaires (veuillez préciser) :

☐ Autres (veuillez préciser) :

Question 4.b – Restriction de la gamme de produits

Si vous subissez des restrictions territoriales de l'offre, quelle est la part de produits et services que vous n'êtes pas en mesure de pouvoir directement offrir sur votre territoire national à cause des restrictions territoriales de l'offre par rapport au total des produits et services que votre entreprise offre (estimation en %) ?

%

À défaut d'estimation:

- ☐ Je préfère ne pas répondre
- ☐ Je ne sais pas
- ☐ Sans effet

Question 4.c – Impact sur le niveau de prix

Si le niveau de prix des produits et services est plus élevé pour le client, quel est le différentiel de prix dû à des restrictions territoriales de l'offre pour les produits concernés?

Entre % et %

À défaut d'estimation:

- ☐ Je préfère ne pas répondre
- ☐ Je ne sais pas

Question 4.d – Fournisseurs

Combien de vos fournisseurs pratiquent des restrictions territoriales de l'offre à votre égard ?

% ou fournisseurs

À défaut d'estimation:

- ☐ Je préfère ne pas répondre
- ☐ Je ne sais pas

Question 5 : Justification des RIO

Quelles raisons sont invoquées par les fournisseurs pour justifier les restrictions territoriales de l'offre ?

- ☐ La demande est différente dans votre pays par rapport aux pays voisins (p.ex. en raison des préférences des consommateurs, des différences de niveau de vie, de la position de la marque sur le marché)
- ☐ Le marché où votre entreprise est active a des coûts plus élevés (p.ex. en raison des coûts de main-d'œuvre, frais de transport ou frais de publicité plus élevés ou règles d'étiquetage)
- ☐ Le régime fiscal diffère de celui des pays voisins
- ☐ L'optimisation logistique de la distribution des produits concernés
- ☐ Autres (veuillez préciser) :

- ☐ Le fournisseur n'invoque pas de raison spécifique pour justifier les restrictions territoriales de l'offre
- ☐ Je ne sais pas

Suivi de l'enquête

Suivi de l'enquête

- ☐ J'autorise les organisateurs de la présente enquête à me contacter pour des renseignements complémentaires relatifs à mes réponses

Nom de l'entreprise :

Personne de contact :

- ☐ Je désire ne pas être contacté à la suite de cette enquête

Vos commentaires et remarques éventuels