

COMMISSION DES COMMUNAUTÉS EUROPÉENNES

**ETUDE SUR LA CONCENTRATION
LES PRIX ET LES MARGES
DANS LE COMPLEXE
AGRO-ALIMENTAIRE GREC**

Décembre 1979

COMMISSION DES COMMUNAUTÉS EUROPÉENNES

**ETUDE SUR LA CONCENTRATION
LES PRIX ET LES MARGES
DANS LE COMPLEXE
AGRO-ALIMENTAIRE GREC**

G. GHERSI, *et al*
L. BONTOSOGLOU
V. BONTOSOGLOU
A. BOURATSIS

COLLECTION ETUDES
Série Evolution de la concentration
et de la concurrence — n° 50
Bruxelles, décembre 1979

Une fiche bibliographique figure à la fin de l'ouvrage

© Copyright CECA — CEE — CEEA, Bruxelles-Luxembourg, 1980
Printed in Belgium

Les articles et textes paraissant dans cette publication peuvent être reproduits librement,
en entier ou en partie, avec citation de leur origine.

ISBN 92-825-1675-X

N° de catalogue: CB-NU-79-050-FR-C

P R E F A C E

Le présent volume fait partie d'une série d'études sectorielles sur l'évolution de la concentration dans les différents pays membres de la Communauté européenne.

Les rapports ont été établis par les différents Instituts et experts nationaux, chargés par la Commission de réaliser le programme d'études sectorielles en question.

Compte tenu de l'intérêt spécifique et général de ces rapports et des engagements pris par la Commission à l'égard du Parlement européen, ils sont publiés intégralement dans leur version originale.

A ce sujet, la Commission s'abstient de tout commentaire, en se bornant à préciser que la responsabilité des données et des opinions figurant dans chaque rapport incombe exclusivement à l'Institut ou expert qui en est l'Auteur.

Au fur et à mesure que d'autres rapports en exécution du programme sectoriel encore en cours seront livrés à la Commission, ils seront également publiés.

La Commission publiera également une série de documents et de tableaux de synthèse, afin de donner quelques indications permettant des comparaisons internationales sur l'évolution de la concentration dans les différents pays membres de la Communauté.

AVANT-PROPOS

Cette étude qui s'inscrit dans une série, déjà longue, de recherches menées pour le compte des Communautés Economiques Européennes dans les différents pays du Marché Commun, est sans doute la première de ce type conduite en Grèce. Elle constitue la première étape d'une réflexion qui se poursuivra dans les années à venir. En tentant d'aller un peu plus loin que la simple mesure de l'évolution de la concentration dans les IAA et que l'analyse de l'évolution des prix de détail des produits alimentaires qui étaient initialement demandées, l'équipe qui a participé à ce travail a cherché à apporter une contribution à la description du complexe agro-alimentaire grec sur lequel peu d'analyses sont aujourd'hui disponibles. Le peu d'informations récentes publiées et la difficulté d'accéder à des études préalables ont considérablement gêné l'avancement de ce travail. Sans l'étroite collaboration de la Banque Agricole⁽¹⁾ de Grèce, de la Coopération Panhellénique des Coopératives (PASEGES) et de la Banque de Grèce, cette étude n'aurait sans doute pas vu le jour.

L'étude du complexe agro-alimentaire grec présente un intérêt tout particulier, et ce pour deux raisons fondamentales. Tout d'abord, le rôle stratégique que jouent l'agriculture, les industries agro-alimentaires (IAA) et la distribution dans le développement présent et à venir de l'Economie Grecque, conduit à l'analyse de l'ensemble de ces secteurs dans une approche globale en terme d'Economie Agro-alimentaire. Ensuite, l'évolution extrêmement rapide observée dans certains secteurs de cette économie et la relative jeunesse des mutations qui s'y développent, offrent la possibilité de suivre ces transformations pratiquement à leurs origines. Aujourd'hui déjà les choses ont évolué très vite et dans quelques cas certaines observations faites sont déjà renversées, plus particulièrement dans le domaine des prix où la relative stabilité observée entre les enquêtes de Juillet 1978 et Janvier 1979 est actuellement fortement battue en brèche. Dans d'autres domaines par contre, comme celui de l'évolution des IAA et de l'appareil de distribution alimentaire, les tendances dégagées n'ont cessé de se poursuivre, dans certains cas à un rythme élevé, mettant en valeur le dynamisme souligné plus haut.

Dans la mesure où ce travail a fait l'objet de recherches parallèles menées sur la Distribution et les Industries Agro-alimentaires de la plupart des pays du Marché Commun, sur la base des mêmes méthodes, il sera possible de pratiquer certaines comparaisons entre la situation observée en Grèce de celle d'autres pays européens. De telles comparaisons qui seront réalisées dans une étude à venir, présentent un grand intérêt à la veille de l'adhésion de la Grèce au Marché Commun.

(1) Cette recherche a été largement appuyée par le Centre de Recherche de la Banque Agricole de Grèce et plus particulièrement par Madame MILONAKI Danaï.

Ce travail que l'on doit considérer comme une réflexion introductive, sera discuté en vue d'améliorer les bases à partir desquelles il a été conduit. Il est déjà prévu que la deuxième phase qui en est projetée pourra contenir certaines améliorations (élargissement des échantillons, traitement plus fouillé des entreprises agro-alimentaires). Mais c'est essentiellement grâce à l'intensification des relations déjà établies entre l'IAMM et les Institutions Grecques intéressées par cette recherche qu'il sera possible d'approfondir cette amorce d'analyse de l'Economie Agro-alimentaire Grecque.

Gérard GHERSI
Enseignant-Résident
à l'IAM de MONTPELLIER

TABLE DES MATIERES

	<u>Page</u>
PARTIE I -INTRODUCTION A L'ECONOMIE AGRO-ALIMENTAIRE GRECQUE	17
1.1. L'EVOLUTION DE LA CONSOMMATION ALIMENTAIRE EN GRECE AU COURS DES DERNIERES ANNEES	21
1.1.1. La dynamique de la consommation des ménages pendant la période 1958-1975	21
1.2. LES IAA GRECQUES : SITUATION ET EVOLUTION	28
1.2.1. Quelques indicateurs globaux : indices d'une forte hétérogénéité	28
1.2.2. La place des IAA dans l'ensemble des industries grecques	34
1.2.3. L'évolution des prix payés et des prix reçus par les IAA : une dégradation des termes de l'échange	35
1.2.4. La structure sectorielle des IAA	37
1.2.5. La politique de l'état vis-à-vis des IAA	42
1.2.6. Le commerce international des produits agro-alimentaires transformés	44
1.2.7. Les capitaux privés étrangers dans les IAA grecques	47
1.2.7.1. Les conditions d'implantations des capitaux étrangers	47
1.2.7.2. L'évolution des investissements étrangers	52
1.2.7.3. Les investissements des capitaux étrangers dans les IAA	52
1.2.7.4. Les firmes multinationales installées en Grèce dans le secteur des IAA	54
1.2.8. Les dix premières firmes agro-alimentaires	58
1.3. L'EVOLUTION DE L'APPAREIL DE DISTRIBUTION ALIMENTAIRE	59
1.3.1. Un commerce de gros caractérisé par un grand nombre de petites entreprises	59
1.3.2. Evolution de l'appareil de distribution alimentaire à Athènes	63
1.3.3. La réglementation des prix agro-alimentaires	82
1.3.4. Analyse qualitative des groupes leaders dans la distribution alimentaire grecque	85
PARTIE II - EVOLUTION DE LA CONCENTRATION DANS LES IAA	95
2.1. REFLEXION THEORIQUE	97
2.1.1. Les indices	97
2.1.1.1. Indicateurs de concentration "absolus" et "relatifs"	98
2.1.1.2. Les indicateurs retenus par la Direction Générale de la Concurrence	98
2.1.1.3. Les indices choisis	99
2.1.1.4. Les matrices de l'interdépendance oligopolistique	116
2.1.2. Le niveau d'analyse	123
2.1.3. Le type d'entreprises	123
2.1.4. Les variables	124
2.1.4.1. Chiffre d'affaires	124
2.1.4.2. Les effectifs	125
2.1.4.3. Masse salariale	125
2.1.4.4. Bénéfice net	125

	<u>Page</u>
2.1.4.5. Cash-flow	125
2.1.4.6. Investissements bruts	125
2.1.4.7. Capitaux propres	125
2.1.5. Les problèmes et les difficultés rencontrés	126
2.1.6. Analyse sectorielle de la concentration	128
2.2. ANALYSE SECTORIELLE	129
2.2.1. Evolution de la concentration dans l'ensemble des IAA (sauf boissons)	129
2.2.2. Industrie laitière	140
2.2.3. Industrie des condiments	150
2.2.4. Industrie de la viande	158
2.2.5. Chocolaterie-confiserie	170
2.2.6. Les aliments du bétail	178
 PARTIE III - ANALYSE DES DISTORSIONS DE PRIX DES PRODUITS ALIMENTAIRES A ATHENES : PREMIERS RESULTATS DES ENQUETES DE JUILLET 1978 ET DE JANVIER 1979	 187
3.1. LA METHODOLOGIE	189
3.1.1. L'échantillon des produits	190
3.1.2. Choix et classification des points de vente	193
3.1.2.1. Les critères géographiques	194
3.1.2.2. Les critères de forme d'organisation	200
3.1.2.3. Les critères de surface	203
3.2. PROBLEMES METHODOLOGIQUES	205
3.2.1. L'effet de différenciation des produits agro-alimentaires sur le niveau des prix	205
3.2.2. La définition de la nationalité du produit	209
3.2.3. Les problèmes soulevés par l'étude des marges commerciales	211
3.2.4. Les modifications proposées pour l'enquête Juillet 1980	216
3.3. PREMIERS RESULTATS DES ENQUETES DE JUILLET 1978 ET DE JANVIER 1979	219
3.3.1. L'évolution des prix entre Juillet 1978 et Janvier 1979	219
3.3.2. L'influence de la taille et de la forme d'organisation du commerce sur le niveau des prix	223
3.3.3. Uniformité de la stratégie de prix au niveau des groupes de la distribution alimentaire	226
3.3.4. La dispersion des prix dans l'espace	228
3.3.5. Les marges commerciales	230

	<u>Page</u>
PARTIE IV - ANALYSE DE QUELQUES FILIERES	237
4.1. BIERES	239
4.1.1. Production et consommation	239
4.1.2. La commercialisation	243
4.1.3. Analyse des prix et des marges	245
4.2. LES PECHES	251
4.2.1. La production agricole	251
4.2.2. La filière des pêches en frais	254
4.2.3. La filière des pêches transformées	264
4.2.4. La politique de l'état	275
4.3. LES ALIMENTS POUR BEBES	282
4.3.1. Production et consommation	282
4.3.2. La commercialisation	283
4.3.3. Analyse des prix et des marges	283
4.4. LE SUCRE	286
4.4.1. Production et consommation	286
4.4.2. La commercialisation et la structure des prix	290
<u>ANNEXES</u>	297

LISTE DES ANNEXES

	<u>Page</u>
<u>ANNEXES I</u>	299
Annexe I.1. L'évolution de la consommation alimentaire en Grèce au cours des dernières années	300
Annexe I.2. Les IAA grecques : Situation et Evolution	302
Annexe I.3. Evolution de l'appareil de distribution	312
 <u>ANNEXES II</u>	 313
Annexe II.1. Tableaux de concentration dans les IAA sans boissons	314
Annexe II.2. Tableaux de concentration dans l'industrie laitière	330
Annexe II.3. Tableaux de concentration dans les industries de condiments	341
Annexe II.4. Tableaux de concentration dans l'industrie de la viande	352
Annexe II.5. Tableaux de concentration dans la chocolaterie-confiserie	363
Annexe II.6. Tableaux de concentration dans les industries fabriquant des aliments du bétail	374
Annexe II.7. Le cadre juridique de l'entreprise en Grèce	385
 <u>ANNEXES III</u>	 389
Annexe III.1. La méthodologie	390
Annexe III.2. Problèmes méthodologiques	416
Annexe III.3. Premiers résultats des enquêtes de Juillet 1978 et de Janvier 1979	418
 <u>ANNEXES IV</u>	 467
Annexe IV.1. BIERES	468
Annexe IV.2. PECHEES	474
Annexe IV.2.0. La filière pêches en Grèce	475
Annexe IV.2.1. Pêches fraîches	476
Annexe IV.2.2. Pêches transformées	488
Annexe IV.3. Aliments pour bébés	493

LISTE DES TABLEAUX

	<u>Page</u>
Tableau 1 : Evolution de la production et de la consommation de 1950 à 1975 en Grèce	21
Tableau 2 : Rythme de croissance moyen du PIB, des produits et services disponibles et de la consommation privée au cours des périodes 1950-60, 1960-70, 1970-75	21
Tableau 3 : Evolution de la structure de la consommation privée évaluée sur la base des prix de 1970	22
Tableau 4 : Evolution des coefficients budgétaires	23
Tableau 5 : Part des dépenses alimentaires dans les dépenses totales des ménages selon la profession du chef de famille	23
Tableau 6 : Part des dépenses alimentaires dans les dépenses totales des ménages selon la localisation du ménage (1974)	23
Tableau 7 : Evolution de la structure des dépenses des ménages grecs entre 1958 et 1974	24
Tableau 8 : Evolution de la demande interne de certains produits transformés en Grèce 1970-1974	26
Tableau 9 : Dépenses alimentaires et totales à prix courants dans les ménages urbains et ruraux en 1974 (en drs/personne/mois)	27
Tableau 10 : Concentration de la production, de la valeur ajoutée, des effectifs et des investissements bruts dans les IAA grecques en 1975	28
Tableau 11 : Capacités de transformation des IAA et degré d'utilisation en 1970 et 1975	30
Tableau 12 : Classement des IAA selon leur capacité de transformation en 1970 et 1975	32
Tableau 13 : Place des IAA dans l'ensemble industriel grec en 1971 et 1975	34
Tableau 14 : Evolution des prix des produits agricoles et des produits des IAA	36
Tableau 15 : Evolution des prix des produits alimentaires à la sortie de l'usine et dans le commerce de détail	36
Tableau 16 : Evolution de la part des différents sous-secteurs dans la production des IAA	37
Tableau 17 : Evolution de la part des différents sous-secteurs dans la valeur ajoutée des IAA, et évolution du ratio : valeur ajoutée/production	39
Tableau 18 : Evolution du nombre de salariés dans les différents sous-secteurs (entreprises de plus de 10 salariés)	40
Tableau 19 : Répartition et évolution du nombre d'établissements selon leur secteur d'activité en 1970 et en 1975	41
Tableau 20 : Prêts accordés par le système bancaire aux IAA et à l'ensemble de l'industrie de 1966 à 1973	42
Tableau 21 : Evolution du ratio frais financiers/dettes totales de 1966 à 1975	42
Tableau 22 : Montant des prêts bonifiés, accordés par la Banque Agricole de Grèce aux IAA de 1974	43

	<u>Page</u>
Tableau 23 : Balance commerciale des IAA	44
Tableau 24 : Structure des importations et des exportations des IAA en 1974	44
Tableau 25 : Part des exportations dans la production des principaux secteurs d'exportation des IAA en 1974	45
Tableau 26 : Répartition par zone géographique des exportations des IAA en 1974	45
Tableau 27 : Evolution des exportations grecques vers le monde entier et la CEE	46
Tableau 28 : Investissements étrangers en Grèce en 1954-1975	52
Tableau 29 : Part des investissements étrangers dans les investissements totaux réalisés dans les IAA et dans l'ensemble des industries de 1961 à 1971	52
Tableau 30 : Evolution dans le temps des investissements étrangers dans les IAA	53
Tableau 31 : Entreprises ayant une participation étrangère	55
Tableau 32 : Répartition selon la nationalité de la société-mère	56
Tableau 33 : Présence des géants mondiaux	56
Tableau 34 : Entreprises utilisant la technologie étrangère	57
Tableau 35 : Répartition selon la forme de la société grecque	57
Tableau 36 : Période de pénétration des firmes multinationales	58
Tableau 37 : La situation du commerce de gros en Grèce en 1969	60
Tableau 38 : La taille des entreprises de gros en Grèce en 1969	61
Tableau 39 : La situation du commerce de détail en Grèce en 1969	65
Tableau 40 : La taille des entreprises de détail en Grèce	65
Tableau 41 : Répartition des magasins de détail alimentaire sur l'ensemble du territoire grec	66
Tableau 42 : Structure des magasins de détail alimentaire sur la base de leur chiffre d'affaires, et répartition de ce dernier selon les différentes catégories	68
Tableau 43 : Physionomie de la distribution alimentaire en 1974, région d'Athènes et du Pirée	69
Tableau 44 : Répartition des magasins de détail selon le nombre d'employés (salariés et employés familiaux)	71
Tableau 45 : Répartition des magasins athéniens selon leur surface de vente en 1974	71
Tableau 46 : Répartition des magasins de détail selon la forme d'organisation à laquelle ils appartiennent	77
Tableau 47 : Marges commerciales officielles de certains produits agro-alimentaires	83
Tableau 48 : Les dix premières firmes dans la distribution alimentaire	85
Tableau 49 : L'évolution de la firme Prisunic-Marinopoulos	87
Tableau 50 : Indices de concentration	100
Tableau 51 : Exemple de courbe structurelle des indices L	105
Tableau 52 : Evolution des courbes structurelles dans quelques hypothèses	110
Tableau 53 : Classement des 5 premières IAA grecques en 1975	131

	<u>Page</u>
Tableau 54 : Ratio de rentabilité du C.A. et de la productivité du travail et concernant les 5 premières et la 38ème et 48ème IAA	132
Tableau 55 : Commerce extérieur du sous-secteur des produits laitiers	140
Tableau 56 : Répartition des entreprises laitières selon les capitaux totaux engagés	141
Tableau 57 : Répartition selon les résultats nets obtenus en 1966 et 1976	141
Tableau 58 : La part des quatre premières firmes classées selon l'actif total en 1976	142
Tableau 59 : Données relatives aux premières industries laitières	143
Tableau 60 : Valeur du L_g (industries laitières)	143
Tableau 61 : Valeur du L_g (industries des condiments)	150
Tableau 62 : Données relatives aux premières industries des condiments	151
Tableau 63 : Rendement des capitaux propres des premières industries des condiments	151
Tableau 64 : Production, consommation et importations des viandes en Grèce	159
Tableau 65 : Production, consommation et importations des produits élaborés dérivés des viandes	160
Tableau 66 : Les caractéristiques structurelles du sous-secteur des industries de la viande	160
Tableau 67 : Répartition des entreprises selon les capitaux totaux engagés (industries de la viande)	161
Tableau 68 : Les résultats économiques des entreprises SA et SARL du secteur de la transformation des viandes	161
Tableau 69 : Valeurs du L_g (industries de la viande)	163
Tableau 70 : Données relatives aux premières industries de la viande	163
Tableau 71 : Rentabilité des capitaux propres et rendement du CA des premières industries de la viande	163
Tableau 72 : Répartition des entreprises selon le montant des capitaux engagés en 1976 (chocolateries-confiseries)	170
Tableau 73 : Valeur du L_g (chocolateries-confiseries)	171
Tableau 74 : Données concernant les entreprises leaders en 1975 (chocolateries-confiseries)	171
Tableau 75 : Taux de rentabilité des entreprises leaders (chocolateries-confiseries)	172
Tableau 76 : Structure des industries des aliments du bétail selon les capitaux engagés (SA et SARL)	178
Tableau 77 : Part des quatre entreprises leaders dans l'ensemble des SA et SARL du secteur des aliments du bétail en 1975	178
Tableau 78 : La classification des entreprises leaders pour certains indicateurs en 1975	179
Tableau 79 : Rentabilité des capitaux propres des premières industries des aliments du bétail en 1975	179
Tableau 80 : Valeur du L_g (aliments du bétail)	180
Tableau 81 : Structure synthétique des échantillons français et grecs	191
Tableau 82 : Parallèle entre le nombre de produits retenus dans l'enquête et la structure de la consommation alimentaire d'un ménage moyen à Athènes par groupe de produits	192

	<u>Page</u>
Tableau 83 : Structure de la population et des magasins dans les différents dèmes retenus pour l'enquête	195
Tableau 84 : Comparaisons entre le nombre de magasins enquêtés et celui de l'ensemble des magasins alimentaires de la région d'Athènes	199
Tableau 85 : Evaluation du nombre de magasins alimentaires dans la région d'Athènes regroupés par forme d'organisation en 1976	202
Tableau 86 : Répartition des magasins de l'échantillon dans les différentes sous-régions d'Athènes selon leur forme d'organisation	203
Tableau 87 : Comparaison des prélèvements fiscaux entre le système actuel et le nouveau système de TVA proposé	215
Tableau 88 : L'évolution des prix de gros de certains produits alimentaires	220
Tableau 89 : Evolution comparée des prix moyens de détail et de production des principaux produits de l'échantillon entre Juillet 1978 et Janvier 1979	222
Tableau 90 : Distorsion maximale de prix selon la taille du point de vente	223
Tableau 91 : Distorsion maximale de prix selon la forme d'organisation à laquelle appartient chaque point de vente	225
Tableau 92 : Points de vente ayant des prix parfaitement identiques en Juillet 1978 et Janvier 1979	227
Tableau 93 : Différence de prix entre les points de vente	229
Tableau 94 : Les trois degrés de différence de prix : cas normal, cas divergent et cas uniforme	230
Tableau 95 : Classification des marges commerciales	232
Tableau 96 : L'évolution des marks-up entre les deux enquêtes	234
Tableau 97 : Evolution de la production, des importations et des exportations d'orge germé, au cours de la période 1972 à 1977	239
Tableau 98 : Participation de la bière dans les dépenses mensuelles des ménages dans les différentes villes de Grèce	240
Tableau 99 : La part de la consommation de la bière dans les dépenses alimentaires moyennes des différentes catégories socio-professionnelles	240
Tableau 100 : Evolution de la production, de la consommation et des échanges de bière de 1972 à 1977	241
Tableau 101 : Evaluation des marges moyennes pour les enquêtes Juillet 1978 et Janvier 1979	246
Tableau 102 : Evolution des marges bénéficiaires pendant Juillet 1978 et Janvier 1979	248
Tableau 103 : Evolution des marges commerciales dans un échantillon réduit pour la bière Henninger Bouteille 550 g et Conserve 330 g	248
Tableau 104 : Analyse globale des marges bénéficiaires en fonction de la taille des magasins	249
Tableau 105 : L'évolution des exportations de pêches à l'état frais et leur importance relative dans la production	254
Tableau 106 : Evolution des stations de normalisation pendant 1974 et 1976	255
Tableau 107 : Structure et évolution des prix des grandes catégories de pêches	261

	<u>Page</u>
Tableau 108 : La formation des prix dans la filière "pêches" en Grèce	263
Tableau 109 : L'opération de la transformation des pêches	264
Tableau 110 : Nombre approximatif d'industries de production de pêches au sirop et des jus de pêches	265
Tableau 111 : La structure du coût de production d'un carton (24 boîtes x 1/2 kg) de pêches au sirop (qualité A2)	270
Tableau 112 : La composition du coût de production d'une conserve (1/1) de pêches au sirop (single processing) en 1976-77	271
Tableau 113 : Les importations de la CEE en pêches transformées	274
Tableau 114 : Composition géographique des importations (en %) de la CEE	274
Tableau 115 : Evolution du prix d'achat des engrais chimiques par la Banque Agricole et du prix de vente aux producteurs	276
Tableau 116 : La politique de crédits dans la production agricole de pêches	277
Tableau 117 : Dispersion des prix de détail des aliments pour enfants	283
Tableau 118 : Evolution des marges moyennes pour les enquêtes de Juillet 1978 et Janvier 1979	284
Tableau 119 : Evolution des marges	284
Tableau 120 : Evolution des marges bénéficiaires en fonction de la taille du magasin	285
Tableau 121 : Evolution de la production et de la consommation de sucre en Grèce	287
Tableau 122 : Evolution et participation des dépenses en produits sucrés dans le total des dépenses des ménages dans différentes régions de Grèce	288
Tableau 123 : Dépenses mensuelles moyennes par catégories socio-professionnelles	289
Tableau 124 : Evolution des prix du sucre	291
Tableau 125 : Dispersion des prix du sucre en Juillet 1978 et Janvier 1979	293
Tableau 126 : Analyse et classification des marks-up	294

SCHEMAS

Schéma 1 : Les modifications des circuits commerciaux traditionnels	74
Schéma 2 : L'organigramme de la PEPESKE	78

CARTES

Carte 1 : Localisation de points de vente enquêtés dans la région d'Athènes	198
---	-----

PARTIE I - INTRODUCTION A L'ECONOMIE

AGRO-ALIMENTAIRE GRECQUE

Les transformations profondes actuellement en cours au sein du complexe agro-alimentaire grec trouvent, pour une large part, leur origine dans la croissance économique sans précédent que connaît la Grèce depuis les années 50 (1). Après une période de près de dix années, consacrée à la mise en place des infrastructures indispensables à son développement industriel, on observe, dès le début des années 60, les changements qui vont modeler la situation économique du pays. Le sens de ces changements est donné par la politique d'ouverture pratiquée par le gouvernement qui favorise :

- le libre transfert des capitaux, avec une large ouverture du pays aux investissements étrangers,
- la libéralisation des échanges,
- et l'encouragement accordé au tourisme et à l'émigration.

Cette politique a façonné un modèle de développement nouveau qui a peu à peu fait passer la Grèce de la périphérie de l'Europe à sa semi-périphérie. L'apogée de ces transformations demeure sans nul doute, l'intégration du pays au sein de l'ensemble européen lui-même. L'adhésion de la Grèce à la CEE dont les conséquences sont encore aujourd'hui bien difficiles à évaluer, traduit bien cet effort déployé par l'Etat grec en vue d'élargir les limites de son marché national, et de se lier de plus près au système économique des pays de l'Europe de l'Ouest. L'entrée dans le Marché Commun suppose un renforcement des structures industrielles puisqu'elle s'accompagnera d'une diminution des protections douanières existantes (2).

Bien que cette politique ait eu des effets plus spectaculaires dans certains secteurs industriels -comme ceux de l'industrie lourde, de la pétrochimie, des industries extractives ou de la production d'électricité-, l'impact de ces changements, allié à une série de politiques menées par les pouvoirs publics au niveau de l'agriculture et des IAA, a contribué, avec quelques années de décalage, à amorcer la transformation de l'ensemble de l'économie agro-alimentaire. Les résultats les plus visibles, comme l'évolution des modes de consommation alimentaire, ou comme la modification profonde de la composition des exportations, se montrent très rapides au cours des dernières années. Ces transformations structurelles globales ne doivent cependant pas cacher la diversité des situations qu'entraînent des rythmes de développement extrêmement hétérogènes observés le long des filières agro-alimentaires, comme en témoignent les premiers résultats sur l'évolution de la concentration dans les IAA et la distribution agro-alimentaire.

(1) D'après BABANASSIS Soulas, in "La Grèce à la périphérie des pays développés", Athènes 1976 : la Grèce se situe en troisième position parmi les pays capitalistes avec un taux de croissance du volume du PIB de 7,4 % l'an sur la période 1960-70 derrière le Japon (11 %) et l'Espagne (7,5 %).

(2) Cf. à ce propos M. NIKOLIKANOS : "Etudes sur le capitalisme grec", Athènes 1976, p. 94

Bien qu'il soit difficile de prendre en compte dans sa diversité l'évolution du complexe agro-alimentaire au cours des dernières années, il est apparu important d'introduire cette étude en retraçant les aspects fondamentaux des changements enregistrés au niveau de la transformation, de la distribution et de la consommation agro-alimentaires. Un certain nombre de travaux actuellement en cours à l'IAMM se proposent de compléter et d'approfondir ces analyses ; aussi les informations contenues dans ce chapitre introductif auront pour unique objet de replacer dans leur contexte les études spécifiques présentées dans les chapitres suivants qui constituent en fait l'objet de la présente recherche.

Trois paragraphes principaux constituent cette introduction à l'économie agro-alimentaire.

- Le premier point traitera de l'évolution de la consommation alimentaire, en mettant en relief les changements fondamentaux survenus dans les habitudes alimentaires et dans les modalités de la consommation.

- Le deuxième paragraphe sera consacré à une présentation introductive des Industries Agro-alimentaires.

- Dans le troisième enfin, sera étudiée l'évolution de l'appareil de distribution alimentaire au cours des dernières années.

1.1. L'évolution de la consommation alimentaire en Grèce au cours des dernières années

1.1.1. La dynamique de la consommation des ménages pendant la période 1958-1975

La croissance économique enregistrée dès la fin de la seconde guerre mondiale -et de façon plus sensible à partir des années 60- s'est accompagnée d'une agumentation importante du pouvoir d'achat du consommateur. Parallèlement à cette évolution, le progrès technologique, les changements des structures économiques et sociales, le bouleversement des habitudes de vie et de travail, l'apparition de la civilisation des loisirs et l'intensification des moyens d'information, ont suscité une modification assez radicale de la consommation. Le tableau suivant donne une première idée de l'importance de cette évolution.

Tableau 1 : Evolution de la production et de la consommation de 1950 à 1975 en Grèce

	Indice de volume en 1975 (1959=100, base 1970)	Valeur en 1975 (Drachmes)
PNB aux prix du marché	291	692 637 drs *
Consommation privée	278	476 492 drs *
Consommation privée par tête	231	50 822 drs

* en millions de drs

Source : Comptabilité Nationale
Ministère de Coordination

Si l'on compare l'évolution de la production intérieure brute, aux produits et services disponibles, sur la base des données de la comptabilité nationale, on constate depuis 1970 un renversement très net de tendance. Avant cette période, la croissance de la consommation privée a été moins rapide que les produits et services disponibles, ce qui a permis une phase d'investissements productifs. Depuis lors, ces différentes variables évoluent sensiblement au même rythme et marquent un certain tassement (1).

Tableau 2 : Rythme de croissance moyen du PIB, des produits et services disponibles et de la consommation privée au cours des périodes 1950-60, 1960-70, 1970-75

Pourcentage annuel (sur la base des prix constants de 1970)

	PNB aux prix du marché	Produits et services disponibles	Consommation privée
1950-60	6,6	5,6	4,5
1960-70	7,7	7,9	6,7
1970-75	5,1	4,9	5,0

Source : Comptabilité nationale

(1) Cf. SMYNIORTI : Le modèle de consommation en Grèce et son évolution au cours des années 1955/59. 1972-74, Mémoire DEA, Montpellier 1979

Ces dépenses de consommation privée se ventilent entre d'une part les biens durables et semi-durables qui constituent la part de la consommation qui a tendance à croître avec l'augmentation du PIB, et d'autre part les biens non durables (dont font partie les produits alimentaires), qui diminuent en valeur relative dans le même temps.

Tableau 3 : Evolution de la structure de la consommation privée évaluée sur la base des prix de 1970

	1960	1970	1975
Biens durables	3,2	4,6	5,8
Biens semi-durables	11,3	15,3	15,6
Biens non durables	55,6	49,4	47,8
Services	29,9	30,7	30,8
Total	100	100	100

Source : Comptabilité Nationale

La part des dépenses des ménages consacrées aux dépenses alimentaires en baisse sensible

Bien que les dépenses consacrées par les ménages grecs à leur consommation alimentaire demeurent élevées et augmentent de façon absolue, leur part dans les budgets des ménages a tendance à diminuer. Ainsi, les dépenses alimentaires qui représentaient en 1958 : 47,1 % de la consommation privée (boissons comprises), ne comptaient plus que pour 35,5 % de ce total, en 1975.

L'analyse structurelle des dépenses des consommateurs (tableau 4) met en évidence le fait que cette diminution a lieu en faveur des dépenses consacrées au transport, aux communications et à l'habillement d'une part et aux dépenses de culture, de santé et d'habitation d'autre part. Cette baisse relative de la dépense alimentaire lorsque le pouvoir d'achat du consommateur augmente, formulée par Engel il y a près de cent ans, a rarement été démentie depuis, et la Grèce n'échappe pas à cette tendance. A titre de comparaison, la part des dépenses consacrées par un ménage français en 1973 était de 29 % et l'on prévoit qu'elle devrait diminuer encore pour atteindre 21 % en 1985 (1). On peut donc imaginer que la tendance ainsi mise en évidence est loin d'être achevée en Grèce.

(1) Claude LIEPMAN : "Les enquêtes de consommation et leurs enseignements", in Coopération, Distribution, Consommation, N° 4, Avril 1975.

Tableau 4 : Evolution des coefficients budgétaires

	Coefficients budgétaires		Indices des volumes en 1970 1958 = 100	Indices des valeurs en 1970 1958 = 100	Indices des prix
	1958	1975			
Alimentation(+)	47,1	35,5	201,3	543	269,7
Habillement	8,9	12,9	386,9	704,6	182,1
Tabac	3,9	3,7	256,5	495,8	193,3
Habitation	21,9	23,9	290,5	575,1	197,9
Santé	3,8	4,3	304,0	719,4	236,6
Transport	5,0	8,4	446,2	1 105,0	247,6
Communication	0,5	1,9	1 046,7	1 652,6	157,8
Culture et loisirs	7,8	8,5	289,2	716,7	247,8
Divers	1,1	0,9	229,0	521,7	227,8
Total	100	100	267	618,4	231,6

(+) Y compris les boissons

Source : Comptabilité nationale

La consommation et la structure des dépenses des ménages varient également avec les catégories socio-professionnelles et en fonction de la zone géographique étudiée. Les données présentées dans les tableaux suivants qui sont tirées de l'étude des budgets familiaux de 1974 (1), mettent en évidence l'hétérogénéité de la consommation.

Tableau 5 : Part des dépenses alimentaires dans les dépenses totales des ménages selon la profession du chef de famille (1974)

	Entrepreneur	Indépendant	Salarié	Chômeur
Part des dépenses alimentaires	30,4%	38,8%	36,6%	39,6%

Les disparités apparaissent également entre les zones urbaines et rurales.

Tableau 6 : Part des dépenses alimentaires dans les dépenses totales des ménages selon la localisation du ménage (1974)

	Urbaine	Semi-urbaine	Rurale	Moyenne pondérée
Part des dépenses alimentaires	35,4%	39,1%	40,5%	37,3%

(1) "Budgets Familiaux 1974" - Service National de Statistiques Grec.

Une modification assez sensible de la composition des dépenses des ménages

Sur la base des dépenses de consommation des ménages, il est possible de suivre l'évolution de la structure des coefficients budgétaires dans le temps. Cette structure, bien qu'elle reflète l'évolution conjointe des prix et des quantités consommées ainsi que les substitutions au sein des groupes de produits, est intéressante dans la mesure où elle permet de suivre comment se répartissent les dépenses alimentaires du consommateur, et comment évoluent ces dépenses dans le temps.

Tableau 7 : Evolution de la structure des dépenses des ménages grecs entre 1958 et 1974

	1958		1974	
	Valeur	%	Valeur	%
Céréales	6 724	19	11 801	7
Viandes	4 079	12	33 238	21
Poissons	1 642	5	7 209	5
Lait et produits laitiers	5 040	14	22 899	14
Corps gras	2 812	8	12 436	8
Fruits et légumes	8 836	25	45 803	29
Boissons non alcoolisées	187	ε	2 230	1
Boissons alcoolisées	2 492	7	11 845	7
Café et stimulants	477	1	1 895	1
Sucre et dérivés	2 673	8	9 782	6
Autres produits	240	1	1 374	1
Total	35 202	100	160 512	100

Source : Comptabilité Nationale

Le fait le plus frappant de ce tableau est sans nul doute la substitution des dépenses en viandes à celles consacrées aux produits à base de céréales, et cela sur une période très courte : 1958 - 1974. Le tableau 1 de l'annexe 1 donne le détail des dépenses mensuelles consacrées aux principaux produits alimentaires en 1974 (1).

Une évolution dans la composition de la ration alimentaire moyenne caractérisée par l'augmentation de la consommation de viande et de produits transformés

Les bilans alimentaires fournissent une première série d'indications sur l'évolution de la composition moyenne de la consommation alimentaire en grandes catégories de produits. Il ressort du Tableau 2 de l'Annexe I, qui établit une comparaison entre le bilan moyen des

(1) L'intérêt de ce tableau est de présenter la liste des produits selon une structure proche de celle retenue dans les enquêtes réalisées en Grèce et en France.

des années 1955-59 et celui des années 1972-74, un certain nombre d'observations :

- Une diminution sensible de la consommation moyenne par habitant des céréales (diminution de près du quart du volume consommé entre les deux périodes). Cette diminution s'explique essentiellement par la chute de la consommation de blé.
- Une augmentation de près de 30 % de la consommation de fruits et légumes avec diminution de près du tiers des légumineuses.
- Un essor sans précédent de la consommation de viande et plus particulièrement de celle de boeuf (multipliée par 3), de celle de porc (multipliée par 2,5) et de celle de volaille (multipliée par 5).
- Dans la catégorie oeufs et produits laitiers, ce sont les oeufs et les produits transformés du lait qui ont connu une progression considérable (coefficient de 1,5 à 2) alors que la consommation de lait brut n'a pratiquement pas varié. On observe également une substitution très nette des laits de vache aux laits de brebis et de chèvre.
- Une stagnation dans la consommation de poissons et de corps gras. Avec une substitution très nette au sein de ce dernier groupe des corps gras végétaux aux beurres et aux autres corps gras animaux.
- Un tassement important de la consommation de vin relayée par celle de la bière et des autres boissons non alcoolisées.
- Une augmentation sans précédent de la consommation de sucre (multipliée par deux) sur laquelle on reviendra plus loin.

L'étude de l'évolution de la demande en produits agro-alimentaires transformés met également en évidence la place de plus en plus importante que la plupart de ces produits occupent dans l'alimentation du consommateur grec.

Le tableau ci-après ne donne, faute d'informations plus anciennes, qu'une idée de l'évolution de la demande de certains de ces produits sur une période très courte (1970-74). Cependant, en cinq années, les changements ont été très rapides pour certains produits.

Tableau 8 : Evolution de la demande interne de certains produits transformés
en Grèce 1970 - 1974

milliers de tonnes

Produits	1970	1974	Indice 1974 1970=100
Conserves de fruits	7,0	9,0	129
Conserves de légumes	12,0	13,5	113
Fruits et légumes déshydratés	0,3	0,5	167
Fruits et légumes surgelés	1,6	2,9	181
Jus de fruits	14,5	16,0	110
Concentré de tomates	15	15	100
Produits laitiers	829,8	956,8	115
Fromage	123,6	134,4	109
Lait concentré	57,1	87,4	153
Lait en poudre	7,1	10,0	141
Lait frais	642,0	725	115
Pâtes alimentaires	59,6	58,4	97,3
Biscuits	14,9	17,8	119,2
Pain	-	-	95,8
Sucre	-	-	132,9
Produits transformés de la viande	26,2	33,6	128
Conserves de poissons	19,6	17,7	90
Aliments pour bébé	1,6	11,7	154
Total			

Sources: Ministère de l'Agriculture
Banque agricole de Grèce
Service National de Statistiques

Bien qu'incomplet, ce tableau met en évidence :

. Le développement de la consommation de fruits et légumes transformés. Dans ce groupe, et bien qu'ils ne représentent encore que 15 % des fruits et légumes transformés, on observe la progression des fruits et légumes déshydratés et surgelés (processus de transformation plus sophistiqué que l'appertisation et qui, dans le cas des produits surgelés suppose la présence de chaînes de froid complètes).

. La croissance de la consommation des produits laitiers et plus particulièrement celle des laits en conserve (concentrés et en poudre) qui représentent tout de même en 1974 près de la moitié du tonnage des produits laitiers.

. L'évolution sensible des produits transformés de la viande et des aliments pour bébé.

Une forte hétérogénéité dans la consommation : mais une certaine convergence vers le modèle urbain

Il existe en fait sur le terrain des différences assez marquées dans les modes de consommation alimentaire. Cette hétérogénéité qui est en fait le reflet du développement inégal du pays, des mécanismes de répartitions des revenus, des phénomènes de polarisation et de marginalisation n'est pas propre à la Grèce. Les tendances de la consommation présentées ici ne doivent donc être prises que comme une situation moyenne qui ne traduit qu'à des degrés divers des situations souvent différentes et parfois même opposées. Dans le tableau suivant, la comparaison des dépenses des ménages urbains et ruraux met en évidence ces disparités.

Tableau 9 : Dépenses alimentaires et totales à prix courants dans les ménages urbains et ruraux en 1974 (en drs/ personne et/ mois)

Biens et services	Régions urbaines		Régions rurales	
	Dépenses en drs à prix courants 1974	%	Dépenses en drs à prix courants 1974	%
Ensemble des achats	3 418	89	1 874	79
Autoconsommation	435	11	512	21
Consommation totale	3 853	100	2 386	100
Consommation alimentaire	1 264	100	1 061	100
Ensemble des achats	1 231	97	760	72
Autoconsommation	33	3	301	28

Source : in H. SMYRNIOTI, opus cité

Bien que les modèles de consommation ruraux se rapprochent peu à peu des modèles urbains et que ces derniers évoluent lentement vers les modèles occidentaux, la situation dans les villes comme Athènes et quelques autres pôles urbains demeure spécifique et les résultats de cette étude ne doivent en aucun cas être extrapolés au reste de la Grèce.

1.2. Les IAA grecques : Situation et évolution

Les industries agricoles et alimentaires grecques occupent dans l'ensemble des activités industrielles du pays une place à la fois importante et stratégique :

- Une place importante tout d'abord si l'on considère qu'elles se situent par leur production au premier rang de l'ensemble industriel en assurant 16,5 % de la production industrielle nationale.

- Un rôle stratégique enfin, à la fois par la place qu'elles occupent dans la consommation des ménages (les dépenses alimentaires des ménages représentent 32 % de leurs dépenses totales), par le rôle moteur qu'elles jouent en leur amont et aval et par leur contribution à la diminution du déséquilibre de la balance commerciale grecque.

1.2.1. Quelques indicateurs globaux : indices d'une forte hétérogénéité

Alors qu'on comptait, en 1975, 19 632 établissements agro-alimentaires sur l'ensemble du territoire grec, seulement 1 185 d'entre eux employaient plus de 10 salariés et réalisaient 71,6 % de la valeur de la production globale du secteur des industries agro-alimentaires soit : 67,2 milliards de drachmes.

Le Tableau 10 met en valeur cette forte concentration dans la taille des établissements agro-alimentaires sur la base d'indicateurs comme : la valeur ajoutée, les effectifs et les investissements bruts.

Tableau 10 : Concentration de la production, de la valeur ajoutée, des effectifs et des investissements bruts dans les IAA grecques en 1975

en milliards de Drs

	Nombre d'établissements	Production	V.A.	Effectifs (nombre)	Investissements bruts
IAA de plus de 10 salariés(1)	1 185	48,1	11,4	43 702	3,2
Ensemble des I.A.A. (2)	19 632	67,2	16,7	99 440	3,8
(1)/(2) en %	6 %	72 %	69 %	44 %	84 %

Sources : Service National de Statistiques "Annual Industrial Survey for the year 1971 eand 1975" Athènes 1976,1978.

Les établissements de plus de 10 salariés dont le nombre représentait, en 1975, seulement 6 % des établissements agro-alimentaires, employaient 44 % des effectifs, réalisaient 68 % de la valeur ajoutée, et effectuaient 84 % des investissements bruts.

Le secteur des IAA apparaît donc caractérisé par la présence d'un très grand nombre de petites unités, de caractère artisanal, réalisant un chiffre d'affaires modeste (3,4 millions de drs en moyenne), employant un petit nombre de personnes (5 employés en moyenne) et faisant appel à des investissements de très faible importance (200 000 drs toujours en moyenne, pour l'ensemble des établissements de moins de 10 salariés). A côté de ces petites entreprises se sont développées des unités de taille industrielle. Le calcul de ratios du type précédent pour les établissements employant plus de dix personnes ne serait guère significatif étant donné la grande hétérogénéité qui règne dans ce groupe. Mais, le chapitre suivant, consacré à l'étude de ces entreprises, et plus particulièrement à l'analyse des plus grandes d'entre elles, donnera une idée du degré de concentration plus ou moins important observé dans les différents secteurs des IAA.

Une capacité de transformation sous-employée

Depuis 1970, on constate, dans tous les sous-secteurs de la transformation agro-alimentaire un renforcement des capacités de traitement (1). Le tableau suivant met en évidence l'importance de ce phénomène dans différents domaines. Alors qu'en moyenne le potentiel d'élaboration des produits agro-alimentaires a augmenté de plus de 30 % entre 1970 et 1975, certains secteurs comme celui de la congélation, des conserves de fruits et légumes, de la transformation du lait ont vu leur capacité de production au moins doubler en volume.

Mais, fait paradoxal, ce renforcement des unités de production s'est réalisé alors même que l'utilisation de leurs installations étaient sous-exploitées. Bien que pour certaines unités de transformation saisonnière ce problème de sous-emploi soit bien connu et très difficile à résoudre, pour d'autres, cette situation demeure anormale et pose le problème de la coordination des investissements agro-alimentaires.

(1) La capacité de transformation est calculée ici sur la base de la puissance des différentes unités de transformation évaluées en puissance développée par les installations (Horse Power).

Tableau 11 Capacités de transformation des IAA et degré d'utilisation en 1970 et en 1975

Industries	Capacité de transformation		Variations		Volume de prod. effectivement transformés en milliers de t.	En % de la capacité
	1970	1975	Volume	%		
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
Cylindres moulins	4 000	5 714	+1 714	+ 43	1 460	26
Moulins du riz	120	120	-	-	101	84
Ind. des raisins secs	240	280	+ 40	+ 17	196	70
Cons. d'olives	36	52	+ 16	+ 44	52	100
Embal.de fruits et lég.	1 150	2 200	+ 1 050	+ 91	1 500	68
Légumes salés	10	14	+ 4	+ 40	4	29
Jus de fruits	219	275	+ 56	+ 26	83	30
Fruits et lég.déshyd.	5	12	+ 7	+140	7	58
Cons. de fruits et lég.	89	285	+ 196	+220	95	33
Concentré de tomate	750	1 200	+ 450	+ 60	768	64
Ind. du lait	200	460	+ 260	+130	139	30
Fromageries	820	960	+ 140	+ 17	772	80
Abattoirs	-	-	-	-	-	-
Prod. de saucissons	30	40	+ 10	+ 33	22	55
Cons. de poissons	3	5	+ 2	+ 66	3	60
Poissons salés	8	10	+ 2	+ 25	4	40
Sucreries	1 700	2 175	+ 475	+ 28	1 528	70
Huilleries	2 100	3 500	+1 400	+ 67	1 245	35
Huiles de grains	-	375	-	-	195	52
Chaînes frig.	240	340	+ 100	+ 42	170	50
Chaînes de congélation	8	68	+ 60	+750	13	20
Divers	-	-	-	-	70	-

$$(4) = (3)-(2) ; (5) = \frac{(4) \times 100}{(2)} ; (7) = \frac{(6) \times 100}{(3)}$$

Des unités de transformation souvent de petite taille

Le tissu industriel dans le secteur de la transformation agro-alimentaire demeure constitué par des unités de taille très modeste. Si l'on se réfère à la classification opérée par le Ministère de l'Agriculture sur une base essentiellement technique (capacités de productions), le faible pourcentage d'entreprises de grande ou de moyenne taille apparaît clairement (1). Selon ce travail seulement 10 % des IAA peuvent être considérées comme de grandes unités.

Toutefois, comme le démontre le tableau suivant, ce pourcentage varie beaucoup avec le secteur d'activité :

- ainsi, plus de 90 % des industries de légumes salés, des abattoirs, de la charcuterie, des huileries, de la meunerie demeurent encore des unités de transformation traditionnelles,
- plus de 50 % des unités dans les sous-secteurs : frigorifiques, des fromageries et de la charcuterie sont encore des unités artisanales,
- près de 50 % des entreprises de conserves d'olives, de conditionnement de fruits et légumes, d'huilerie et de salage de poisson sont également dans ce cas.
- seulement les secteurs du sucre, de la transformation de la viande sont considérés comme des secteurs constitués par des entreprises de grande taille.

(1) Bien que les critères techniques qui président à cette classification varient d'un secteur à l'autre, le Ministère de l'Agriculture réalise, dans les différents secteurs une classification regroupant d'une part les unités artisanales et les petites entreprises capitalistes et d'autre part, les entreprises de grande et de moyenne taille, sur la base de leur capacité de transformation.

Tableau 12: Classement des IAA selon leur capacité de transformation
en 1970 et 1975

Industrie	1 9 7 0			1 9 7 5			1 9 7 5	
	Petites unités	Grandes unités	TOTAL	Petites unités	Grandes unités	TOTAL	Petites %	Grandes %
Meunerie	3693	123	3816	1850	230	2080	89	11
Moulins à riz	-	33	33	-	36	36	-	100
Raisins secs	51	15	66	37	27	64	58	42
Conserves d'olives	67	6	73	72	11	83	87	87
Embal. fruits et légumes	91	15	106	128	33	161	80	20
Légumes salés	28	1	29	34	2	36	94	6
Jus de fruits	15	14	29	15	17	32	47	53
Fruits et lég. déshyd.	2	-	2	4	2	6	67	23
Conserves fruits et lég.	54	3	57	86	13	99	87	13
Concentré de tomate	32	6	38	44	10	54	81	19
Industrie du lait	16	10	26	19	11	30	63	37
Fromageries	1552	25	1577	1234	46	1280	96	4
Abattoirs	380	-	380	393	3	396	99	1
Charcuterie	160	-	160	145	5	150	97	3
Conserves de poissons	4	-	4	7	2	9	78	22
Poissons salés	-	-	52	46	9	55	84	16
Sucreries	-	3	3	-	5	5	-	100
Huileries	4967	338	5305	3431	298	3729	92	8
Huile de grains	-	-	45	-	-	42	non connu	
Chaînes frigorifiques	408	37	445	564	51	615	92	8
Chaînes de congélation	-	-	10	-	-	37	non connu	
Divers	-	-	108	-	-	119	non connu	
T O T A L	11520	629	11985	8109	811	8755	90	10

Source : Ministère de l'Agriculture, Département de Transformation des produits agricoles.

L'emploi dans les IAA : un rôle important et en constante évolution

Les industries agro-alimentaires grecques assuraient en moyenne ⁽¹⁾ en 1975: 99 440 emplois dont 66 236 rémunérés. Ces chiffres représentent 16,5 % du total des emplois dans l'industrie grecque et 15,8 % des emplois rémunérés.

Malgré la diminution du poids relatif des IAA dans l'industrie, le nombre de personnes employées dans ce secteur n'a cessé d'augmenter au cours des dernières années (2). Cette évolution met en lumière deux réussites importantes du secteur de la transformation agro-alimentaire :

- tout d'abord en dix années, près de 12 000 emplois nouveaux ont été créés.
- ensuite, la part des emplois salariés n'a cessé d'augmenter au cours de cette période puisque le ratio emplois salariés/emplois totaux est passé de 62,5 % à 66,6 % de 1966 à 1975.

Répartition géographique des unités de transformation agro-alimentaire

Le développement des industries agro-alimentaires présente l'intérêt de renforcer l'emploi en zone rurale, ce qui constitue un facteur rééquilibrant permettant de corriger la polarisation très importante de l'emploi dans les villes grecques. En effet, les IAA sont en général implantées près des lieux où sont produites leurs matières premières, à l'exception des entreprises de meunerie et de stockage des céréales et des conserveries de poisson. Ainsi, on trouve les unités de transformation alimentaires localisées à plus de 95 % dans la région et à l'extérieur d'Athènes. Cette répartition s'effectue de la manière suivante :

- près du tiers des établissements sont localisés dans le département du Péloponnèse et de la Stérea-Ouest,
- 17 % dans le département d'Attiki et des Iles,
- 15 % en Crète
- 12 % en Macédoine du centre et de l'ouest,

(1) Chiffres : toutes IAA confondues.

(2) En 1966 les IAA employaient 87 147 personnes dont 54 465 salariés.

- 10 % en Epire,
- 7 % en Grèce centrale,
- et 6 % en Macédoine de l'Est et en Thrace.

Bien que certaines régions possèdent un nombre important d'unités de transformation agro-alimentaire (1), seulement les départements du Péloponnèse, de la Stérea de l'Ouest et de Macédoine sont dotés des IAA les plus grandes et les plus modernes (près de la moitié des capacités de production est localisée dans ces régions).

1.2.2. La place des IAA dans l'ensemble des industries grecques

Sur la base des informations fournies par le Service National de la Statistique il est possible d'évaluer le poids des IAA par rapport à l'ensemble des secteurs industriels.

Tableau 13: Place des IAA dans l'ensemble industriel grec en 1971 et en 1975

	1 9 7 1		1 9 7 5		Taux de crois. annuel moyen
	IAA	IAA/Ind. en %	IAA	IAA/Ind. en %	
Nombre d'entreprises de plus de 10 effect.	1057,0	17 %	1185,0	15 %	2,9 %
Effectifs (nombre)	38703,0	14 %	43702,0	13 %	3,1 %
Production (M de Drs)	19112,9	17 %	48112,4	16 %	25,9 %
Valeur Ajoutée (M de Drs)	5061,0	18 %	11388,3	24 %	22,5 %
Investissements (M de Drs)	961,5	8 %	3226,3	12 %	37,0 %

Source : Service National de la Statistique : "Annual Industrial Survey for the year 1971 & 1975", Athènes, 1976, 1978.

En 1975, les IAA se situaient au premier rang des secteurs industriels, de par le niveau de leur production (16 % de la production de l'ensemble de l'industrie).

Elles se situaient, à la même époque, au deuxième rang par leur nombre d'employés (13 salariés sur 100 travaillaient dans les IAA) et au deuxième rang par la valeur ajoutée, juste après l'industrie textile.

(1) Dans certaines préfectures comme celles : de Messinia, d'Hêrakleion, de Corfou et d'Archaïa on dénombre un grand nombre d'entreprises de transformation agro-alimentaires, mais parmi elles la plupart sont de très petite taille.

On observe dans ce tableau que :

- malgré l'augmentation de la valeur de la production (26 % par an, en moyenne, sur la période 1971-75), la part des IAA dans la valeur de la production de l'ensemble industriel a eu tendance à diminuer légèrement,
- l'emploi dans les IAA a progressé en moyenne moins vite que dans l'ensemble des industries,
- la part de la V.A. des IAA, donc leur contribution à la production nationale, a augmenté au cours de cette période,
- malgré cette progression, la part de la valeur ajoutée dans le montant de la production des IAA apparaît beaucoup plus faible que dans les autres secteurs industriels (24 % pour les IAA contre 34 % pour l'ensemble de l'industrie). Ce ratio met en évidence la part importante des consommations intermédiaires dans les coûts de production et les liens étroits qui lient les IAA et l'agriculture.

1.2.3. L'évolution des prix payés et des prix reçus par les IAA : une dégradation des termes de l'échange

Le fournisseur principal des industries agro-alimentaires étant le secteur agricole, les prix des principales consommations intermédiaires des IAA sont fixés dans le cadre de la politique agricole. En aval, les prix des produits des IAA (prix sortie usine) sont fixés par le Ministère du Commerce (cf. la partie consacrée à la législation). Il est donc possible de suivre l'évolution relative des prix reçus et des prix payés par le secteur de la transformation alimentaire. Cette évolution résumée dans le tableau suivant laisse apparaître un rapport sensiblement défavorable aux IAA, et par ce, une dégradation des termes de l'échange pour ce secteur.

Tableau 14: Evolution des prix des produits agricoles et des produits des IAA

	1972/71	1973/72	1974/73	1975/74	1976/75
Produits agricoles	+ 6,6 %	+ 36,7 %	+ 30,4 %	+ 7 %	+ 18,6 %
Produits des IAA (sortie usine)	+ 0,2 %	+ 10,9 %	+ 32,7 %	+ 10,9 %	+ 8,0 %

Source : A.E.I.G. : Rapports annuels sur l'industrie grecque de 1971 à 1976

Il ressort de ces données, qu'à l'exception des années 1974 et 1975 pendant lesquelles les prix des produits des IAA ont augmenté en moyenne, à un rythme légèrement plus rapide que ceux des produits agricoles, les prix des matières premières agricoles ont tendance à augmenter à des taux plus élevés que ceux des produits des IAA. Ce phénomène qui n'est pas propre à l'économie grecque (1) constitue un des problèmes les plus sérieux du secteur : celui des marges bénéficiaires. En effet, si l'on se réfère au tableau précédent, il est fort probable que sur la période 1971-1976 la marge bénéficiaire des IAA ait été sensiblement amputée, dans la mesure où de telles distorsions de prix peuvent être difficilement rattrapées par des gains de productivité.

Parallèlement, au cours de la même période, le niveau des prix des produits alimentaires à la consommation a augmenté à un rythme plus rapide que celui des prix à la sortie des IAA.

Tableau 15: Evolution des prix des produits alimentaires à la sortie de l'usine et dans le commerce de détail

	1972	1973	1974	1975	1976
Produits IAA (sortie usine)	100,02	111,1	143,8	154,7	162,7
Alimentation (détail)	103,9	125,3	152,9	165,0	178,8

Source : A.E.I.G. : Rapports annuels sur l'industrie grecque de 1971 à 1976

(1) La même situation est observable en France où les IAA sont prises entre une réglementation des prix communautaires et une forte pression des entreprises de distribution de mieux en mieux structurées et de plus en plus concentrées.

1.2.4. La structure sectorielle des IAA

Au cours de la période 1966-1975, des changements très importants se sont produits dans la structure sectorielle des IAA, qui mettent en lumière la transformation de l'appareil de production agro-alimentaire. L'importance des modifications peut être mise en évidence en mesurant le degré d'évolution du poids de chaque sous-secteur dans l'ensemble de l'appareil de transformation agro-alimentaire du point de vue de trois variables plus fondamentales :

- la production brute,
- la valeur ajoutée,
- et les effectifs.

Evolution de la structure de la production

Cette évolution est résumée dans le tableau suivant :

Tableau 16 : Evolution de la part des différents sous-secteurs dans la production des IAA

Sous-secteurs	1 9 6 6		1 9 7 5		Taux annuel moy. d'augment.
	000 Drs	%	000 Drs	%	
Abattage et cons. viandes	130 715	1	2 428 520	5	38,3 %
Produits laitiers	948 745	8	5 051 727	10	20,4 %
Cons. de fruits et légumes	2 790 928	23	13 392 322	28	19 %
Corps gras	1 525 329	13	6 643 479	14	18 %
Meunerie	2 868 160	24	5 394 181	11	7 %
Boulangerie-Pâtisserie	835 249	7	2 148 531	5	11 %
Sucreries	804 730	6	4 771 065	10	22 %
Chocolateries-confiseries	979 272	8	2 770 599	6	12 %
Ind. alimentaires diverses	1 232 848	10	5 511 971	11	18 %
Ensemble des IAA	12 115 976	100	48 112 395	100	

Source : Nos calculs

A la lumière de ce tableau on observe les faits suivants :

- les industries de la transformation des fruits et légumes représentent une part importante de la valeur de la production des IAA, soit près du tiers.

- parmi les autres secteurs dont le poids relatif augmente, on note la progression sensible des industries de la viande et celle de la transformation des produits laitiers,
- par contre, les secteurs typiquement artisanaux comme ceux de la boulangerie-pâtisserie et de la chocolaterie-confiserie ont progressé à un rythme beaucoup moins rapide que celui des secteurs plus industriels.

Ces changements dans le poids relatif des différents sous-secteurs des IAA sont dus à une progression très hétérogène de la valeur de la production de ces derniers :

- certains secteurs voient la valeur de leur production augmenter chaque année à des rythmes très élevés : 38 % en moyenne pour les industries de la viande, 22 % pour les sucreries, 20 % pour les industries laitières, 17 % pour celles des conserves végétales, 18 % pour le groupe des autres industries et pour les industries des corps gras.

Au contraire, trois autres sous-secteurs ont vu la valeur de leur production progresser à un rythme beaucoup plus faible : 12 % pour les chocolateries-confiseries, 11 % pour les boulangeries-pâtisseries. Ce qui, compte tenu de l'évolution parallèle des prix, correspondrait plutôt à une diminution du volume de la production.

Evolution de la valeur ajoutée

En ce qui concerne l'évolution de la valeur ajoutée, deux tendances sont intéressantes à suivre :

- d'une part l'évolution de la valeur ajoutée dans les différents sous-secteurs et les modifications de structure qui en résultent,
- d'autre part, l'évolution de la part de cette valeur ajoutée dans la valeur de la production de chaque sous-secteur.

Du point de vue de l'évolution de la valeur ajoutée, on observe dans le tableau suivant :

- une augmentation dans tous les secteurs (en valeur) avec une progression plus rapide dans les secteurs présentant une forte augmentation de la valeur de la production (cf. tableau précédent) comme les sous-secteurs des conserves de

viandes, des industries laitières et les industries de transformation des fruits et légumes. Cette progression est cependant moins rapide en ce qui concerne l'industrie des corps gras.

- de ce fait, la contribution de trois sous-secteurs : industries de transformation de la viande, industries des conserves végétales et industries laitières à la valeur ajoutée des IAA augmente de façon sensible, alors que la part des autres a tendance à diminuer.

Tableau 17: Evolution de la part des différents sous-secteurs dans la valeur ajoutée des IAA, et évolution du ratio : valeur ajoutée/production

Sous-secteurs	Valeur ajoutée		Taux moy. ann. d'aug. de la VA	Val. ajout./Prod.	
	1966	1975		1966	1975
Abattage et conserves de viandes	1 %	4 %	29,8	28,9	16,3
Produits laitiers	6 %	10 %	24,5	16,4	22,1
Conserves de fruits et légumes	24 %	31 %	20,5	23,5	26,3
Corps gras	11 %	9 %	13,8	20,0	14,8
Meunerie	15 %	9 %	11,2	14,1	19,5
Boulangerie-pâtisserie	9 %	7 %	13,8	30,6	38,2
Sucreries	11 %	10 %	16,2	38,2	25,0
Chocolaterie-confiserie	8 %	7 %	15,5	23,6	30,4
Industries alimentaires diverses	15 %	13 %	14,7	34,2	26,3

Source : Nos calculs

Du point de vue de la part de la valeur ajoutée dans la valeur de la production le tableau précédent met en relief :

- une diminution sensible du poids des consommations intermédiaires en ce qui concerne : les industries laitières, la meunerie, la boulangerie-pâtisserie, la chocolaterie-confiserie et les industries de conserves végétales,
- par contre, cette part a augmenté pour les industries de transformation de la viande, celles des corps gras et les sucreries.

Evolution des effectifs

Le tableau suivant résume l'évolution de l'emploi dans les différents sous-secteurs et le rôle joué en ce domaine dans chacun d'entre eux par les établissements de plus de 10 salariés.

Tableau 18 : Evolution du nombre de salariés dans les différents sous-secteurs (entreprises de plus de 10 salariés)

Sous-secteurs	1 9 6 6		1 9 7 5		Taux variat. annuel moy.
	Nombre	%	Nombre	%	
Abattage et cons. viandes	617	2	2 409	6	16,3
Produits laitiers	1 955	6	3 849	9	7,8
Cons. fruits et légumes	9 653	30	17 299	39	6,7
Corps gras	2 743	9	2 880	7	0,5
Meunerie	3 199	10	2 967	7	-0,8
Boulangerie-pâtisserie	5 182	16	4 554	10	-1,4
Sucrieries	1 402	4	2 319	5	5,7
Chocolaterie-confiserie	3 334	10	3 052	7	-1,0
Ind. alimentaires diverses	4 096	13	4 373	10	0,7
Ensemble des IAA	32 181	100	43 702	100	

Source : Service national de statistique

Répartition et évolution des établissements dans les différents sous-secteurs

Selon les données du Ministère de l'Agriculture le nombre des établissements spécialisés dans la transformation agro-alimentaire était passé de 12 364 unités en 1970 à 9 118 unités en 1975, ce qui suppose la disparition d'une entreprise sur quatre.

La plus forte diminution des entreprises s'est opérée dans le sous-secteur des huileries et des fromageries (secteurs qui sont demeurés assez traditionnels) et dans le sous-secteur de la meunerie où près de la moitié des établissements ont disparu.

Par contre, dans le domaine de la congélation, de la déshydratation des fruits et légumes (secteurs nouveaux, faisant appel à des technologies de pointe), et dans une moindre mesure dans le secteur des conserves de poisson, de fruits et légumes et dans celui du sucre, on observe une forte progression.

Tableau 19: Répartition et évolution du nombre d'établissements
selon leur secteur d'activité en 1970 et en 1975

Industries	Nombre		Variat. 75/70	Variat.75/70
	1970	1975	Nombre	%
Cylindres moulins	3816	2080	- 1736	- 45
Moulins à riz	33	36	+ 3	+ 4
Industrie de raisins secs	66	64	- 2	- 3
Conserveries d'olives	73	83	+ 10	+ 14
Emballage de fruits et légumes	106	161	+ 55	+ 52
Légumes salés	29	36	+ 7	+ 24
Jus de fruits	29	32	+ 3	+ 10
Fruits et légumes déshydratés	2	6	+ 4	+ 200
Conserveries de fruits et légumes	57	99	+ 42	+ 74
Concentré de tomate	38	54	+ 16	+ 42
Industries du lait	26	30	+ 4	+ 15
Fromageries	1577	1280	- 297	- 19
Abattoirs	380	396	+ 16	- 4
Prod. de saucisses-saucissons	160	150	- 10	- 6
Conserveries de poissons	4	9	+ 5	+ 125
Poissons salés	52	55	+ 3	+ 6
Sucreries	3	5	+ 2	+ 67
Huileries	5305	3729	- 1576	- 30
Huiles de grains	45	42	- 3	- 7
Réfrigérateurs	445	615	+ 170	+ 38
Chaînes de congélation	10	37	+ 27	+ 270
Divers	108	119	+ 11	+ 10
T O T A L	12364	9118	- 3246	- 26,25

Source : Ministère de l'Agriculture, Département de la transformation
des produits agricoles.

1.2.5. La politique de l'état vis-à-vis des IAA

Selon les données de la Banque de Grèce, les prêts à long et moyen terme accordés par l'ensemble du système bancaire aux IAA, durant la période 1966-1973 a atteint 3,3 milliards de drachmes, soit 15 % environ du financement total accordé à l'ensemble de l'industrie. Le tableau suivant reprend la série des prêts accordés aux IAA et à l'ensemble de l'industrie depuis 1966.

Tableau 20 : Prêts accordés par le système bancaire aux IAA et à l'ensemble de l'industrie de 1966 à 1973

en milliards de Drachmes										
Prêts accordés	1966	1967	1968	1969	1970	1971	1972	1973	Total	Augm. annuelle
aux IAA	93	103	79	145	380	594	696	1148	3238	43,2
au reste de l'ind	442	874	1009	1853	2387	3289	4259	4321	18434	38,5
à l'ens.de l'ind.	535	974	1088	1998	2767	3883	4995	5469	21672	39,4
Part des prêts accordée aux IAA	17,4	10,5	7,3	7,2	13,7	15,3	13,9	21,0	14,9	-

Source : Banque de Grèce

L'intérêt que portent les banques et le gouvernement aux industries agro-alimentaires apparaît dans ce tableau puisque la part des financements réservés aux IAA a tendance à augmenter sur cette période. Mais cette politique d'aide au secteur de la transformation agro-alimentaire ne se limite pas seulement au volume des prêts accordés. Elle est complétée par une possibilité d'accès à des taux d'intérêt plus bas que ceux accordés aux autres industries. Ce fait est surtout marquant à partir de 1970.

Le tableau suivant met en évidence le coût comparé des capitaux empruntés par les IAA et par les autres industries sur la base du ratio : frais financiers/dettes totales.

Tableau 21 : Evolution du ratio $\frac{\text{frais financiers}}{\text{dettes totales}}$ de 1966 à 1975

	1966	1967	1968	1969	1970	1971	1972	1973	1974	1975
IAA	4,0	5,2	3,8	4,1	3,6	3,7	3,5	4,1	4,3	4,6
Reste industrie	3,5	4,2	4,3	4,2	4,3	4,1	3,8	4,5	4,9	5,5
Ensemble indust.	3,6	4,3	4,3	4,2	4,2	4,1	3,8	4,5	4,8	5,4

Source : Nos calculs

Les IAA peuvent faire recours aux sources financières suivantes pour satisfaire leurs besoins de financement :

- à la Banque Agricole de la Grèce (B.A.G.)
- à la Banque du Développement Industriel
- aux autres Banques Commerciales.

La Banque Agricole de Grèce est l'organe exécutif de la politique gouvernementale, auprès des IAA (hormis le cas des secteurs de la biscuiterie, des pâtes alimentaires, des condiments, et ce, pour les entreprises qui ne sont pas coopératives). Il exerce cette politique par le biais du crédit (1) et des subventions. Le tableau suivant donne la série des prêts accordés par la Banque Agricole de Grèce aux IAA de 1974 à 1976.

Tableau 22 : Montant des prêts bonifiés, accordés par la Banque Agricole de Grèce aux IAA de 1974

(en millions de drachmes)

I.A.A.	1 9 7 4		1 9 7 5		1 9 7 6		T O T A L		1974-76
	Valeur	%	Valeur	%	Valeur	%	Valeur	%	Augm.ann.
Coopératives	943,0	79	1369,0	85	1263,7	80	3575,7	81	15,8
Privées	252,0	21	256,0	15	313,3	20	821,3	19	11,5
T O T A L	1195,0	100	1625,0	100	1577,0	100	4397,0	100	14,9

Source : Banque Agricole de Grèce, rapports annuels.

Il apparaît d'après ces données que cette aide de la Banque Agricole demeure concentrée à 81 % sur les entreprises coopératives ou sur les IAA qu'elle contrôle directement. Ces entreprises représentent selon nos évaluations moins de 10 % du nombre total des IAA constituées sous forme de S.A. et de S.A.R.L., en 1976.

Les autres entreprises doivent faire appel aux autres banques privées qui ne peuvent toutefois leur accorder des conditions aussi avantageuses.

(1) Hormis les secteurs cités précédemment qui sont considérés comme industries alimentaires et non agricoles, toutes les entreprises appartenant aux autres secteurs ont le droit à l'aide et aux financements bonifiés de la Banque Agricole de Grèce (taux d'intérêt de 5 % pour les coopératives et de 7,5 % pour les entreprises privées).

1.2.6. Le commerce international des produits agro-alimentaires transformés

Depuis 1970 l'excédent de la balance commerciale des produits agro-alimentaires transformés n'a cessé de progresser rapidement comme en témoigne le tableau suivant :

Tableau 23 : Balance commerciale des IAA

(en millions de dragmes)

	1970	1971	1972	1973	1974
Exportations	1362,3	1694,6	2746,2	3615,7	5028,1
Importations	1221,9	1450,6	2035,4	2790,8	3533,7
SOLDE	+ 140,4	+ 255,0	+ 710,8	+ 824,9	+1494,4

Source : Service National des Statistiques.

Cette évolution contribue aux efforts de rééquilibrage de la balance commerciale de la Grèce, qui est largement déficitaire.

La structure des échanges

Ce sont les fruits et légumes transformés qui assurent les trois quarts des exportations des produits agro-alimentaires transformés de la Grèce. Les huiles constituent le deuxième groupe de produits exportés. Le tableau suivant met en évidence la nécessité de rechercher une diversification dans les exportations agro-alimentaires puisque ces dernières sont constituées à plus de 91 % par ces deux produits.

Tableau 24 : Structure des importations et des exportations des IAA en 1974

en millions de drachmes

Exportations			Importations		
Produit	Valeur	%	Produit	Valeur	%
Fruits et lég. transf.	3774,6	75	Conserves végétales	11,0	É
Huiles	818,4	16	Sucre	892,6	25
Riz	8,1	É	Huiles	22,7	É
Figues	155,8	3	Produits laitiers	1782,6	50
Prod. lait. et fromages	72,7	1	Conserves de viandes	155,0	4
Condiments	166,9	3	Conserves de poissons	419,9	12
Conserves de poissons	31,6	É	Baby foods	249,9	7
T O T A L	5028,1	100	T O T A L	3533,7	100

Source : Service National de Statistiques

Depuis cette période la liste des produits exportés, bien qu'élargie par les biscuits et les pâtes alimentaires, n'a guère vu sa structure évoluer.

Du point de vue des importations, celles-ci demeurent surtout marquées par les importations de produits laitiers, dans la mesure où depuis 1975 la Grèce est devenue excédentaire en sucre.

Mis à part le secteur de transformation des fruits et légumes pour lequel plus de 67 % de la production est exportée, les autres secteurs des IAA qui réalisent quelques exportations sont essentiellement orientés vers le marché national.

Tableau 25: Part des exportations dans la production des principaux secteurs d'exportation des IAA en 1974

Fruits et lég. transformés	Conserves poissons	Huiles	Pâtes alim. (1)	Biscuits (1)	Fromages
67,3 %	18,5 %	2,9 %	10,1 %	5,8 %	0,7 %

(1) 1975

Source : Ministère de l'Agriculture, Banque Agricole de Grèce

On peut donc imaginer qu'il est possible d'intensifier dans certains secteurs une stratégie d'exportation. De telles possibilités paraissent plus importantes dans des secteurs comme ceux de la biscuiterie, des pâtes alimentaires et de l'huile d'olive, ainsi que dans celui des plats cuisinés, apertisés ou surgelés. Etant donné l'importante similitude des habitudes alimentaires des grecs et des arabes, tout laisse supposer que l'exportation des produits alimentaires pourrait se renforcer vers cette région du monde en direction de laquelle la Grèce intensifie ses efforts commerciaux. Une telle politique ouvre des perspectives nouvelles aux IAA grecques.

Une répartition des échanges encore fortement orientée vers la CEE

Les pays de la CEE demeurent encore les clients privilégiés des IAA, puisqu'en 1974 près de 61 % de la valeur des exportations des IAA leurs étaient destinées.

Tableau 26 : Répartition par zone géographique des exportations des IAA en 1974

C.E.E.	Pays Arabes	Pays Socialistes	Etats-Unis	Reste du monde
60,7 %	13,0 %	12,1 %	9,2 %	5,0 %

Source : Service National de Statistique

Face à cette concentration des exportations, des efforts importants sont entrepris en vue de diversifier les échanges. Dans ce domaine la part des pays arabes est en constante progression depuis 1970.

En effet, les pays arabes et les marchés qu'ils représentent constituent non seulement un marché potentiel intéressant pour les produits des IAA grecques, mais aussi un grand pôle de croissance pour les entreprises exportatrices.

Deux raisons renforcent ce diagnostic :

- tout d'abord la Grèce se trouve géographiquement très proche des pays arabes et développe depuis quelques années des liaisons maritimes intenses et un redéploiement industriel dans ces pays ;
- ensuite, les possibilités de transformation alimentaires en Grèce se révèlent comme particulièrement adaptées à la demande des pays arabes.

Les pays socialistes constituent le troisième groupe de clients, mais leurs importations demeurent composées de produits peu transformés (raisins secs, huiles, etc...).

Les Etats-Unis se placent en quatrième position.

La place de la CEE dans les exportations grecques

Au cours des quinze années d'association de la Grèce à la CEE la valeur des exportations grecques a été multipliée par dix. Et une part de plus en plus importante de ces dernières a été dirigée vers les pays de la Communauté comme en témoigne le tableau suivant :

Tableau 27 : Evolution des exportations grecques vers le monde entier et la CEE

Année	en millions de \$		
	Exportations vers le monde (A)	Exportations vers la CEE (9) (B)	(B)/(A) en %
1961	223,3	86,6	39 %
1965	327,8	148,8	45 %
1967	495,2	225,3	46 %
1969	553,6	277,3	50 %
1971	662,5	350,4	53 %
1973	1 454,1	798,7	55 %
1975	2 292,9	1 139,3	50 %
Taux moy. annuel	+ 18,1 %	+ 20,2 %	

Source : Service National de Statistique

On constate qu'à partir de 1969, la part de la CEE se stabilise aux environs de 50 % du total des exportations grecques alors qu'elles n'étaient en 1961 que de 39 %. Cette ouverture s'avère comme très importante en Grèce où l'on reconnaît le rôle important joué par la CEE en ce qui concerne l'augmentation du rythme de développement de l'industrie du pays. Les échanges avec les pays de la Communauté Européenne ont joué à deux niveaux dans ce développement :

- directement, grâce au développement de ces exportations
- indirectement, grâce aux "standards" et la qualité exigée par les produits grecs.

1.2.7. Les capitaux privés étrangers dans les IAA grecques

Depuis 1953 la politique de développement économique favorise largement l'implantation des capitaux étrangers en Grèce :

"De fait, outre leur participation à l'équilibre de la balance commerciale et au financement des investissements, ceux-ci peuvent contribuer à l'amélioration de l'organisation et de la technologie par les entreprises et à moderniser l'économie dans son ensemble " (1).

Dans cet esprit, la législation grecque accorde une protection exceptionnelle aux investissements productifs réalisés en Grèce à partir de capitaux étrangers. Ces divers avantages sont fixés dans le décret-loi D.L. 2687/1953 sur "L'investissement et la protection des capitaux étrangers".

La loi 89/1967 sur "l'installation en Grèce de sociétés industrielles et commerciales étrangères qu'elle complète" accorde une franchise totale et plus autres avantages aux bureaux des sociétés qui s'établiraient en Grèce à condition que ceux-ci s'occupent exclusivement d'affaires dont l'objet se trouve hors de Grèce.

1.2.7.1. Les conditions d'implantations des capitaux étrangers

La politique suivie par les gouvernements grecs se présente donc favorable à l'installation en Grèce des capitaux étrangers" pour la réalisation d'investissements productifs" (2).

(1) Rapport introductif sur le D.L. 2687/1953

(2) Décret-Loi 2687/1953 - Art. 2, Paragraphe 1.

D'après ce décret-loi, sont considérés comme investissements productifs ceux qui contribuent à promouvoir la production nationale et à accélérer le progrès de l'économie (1).

Le capital étranger peut-être importé soit sous forme de capital social, soit sous forme d'emprunt. La loi accorde la même protection, que le capital soit importé en devises étrangères ou en machines et matières, en brevets d'invention, en procédés techniques, ou en marques de fabrique et de commerce. Il peut-être affecté à des installations fixes et, dans une proportion raisonnable, au fond de roulement.

L'entreprise étrangère peut réaliser l'investissement à elle seule ou conjointement avec des intérêts grecs et bien que les autorités grecques envisagent plus favorablement une telle collaboration entre capitaux grecs et étrangers, celle-ci n'est nullement requise par la loi. D'autre part, l'entreprise étrangère peut céder à une entreprise grecque l'usage de procédés techniques, de marques de fabrique, etc... Elle peut enfin importer la totalité des fonds nécessaires pour l'investissement ou s'en procurer une partir sur le marché des capitaux grecs.

Les bénéfices nets résultant de l'investissement de capitaux importés aux termes du D.L. 2687/1953 peuvent aussi être considérés comme capitaux étrangers à condition d'être investis dans l'entreprise d'où ils proviennent ou dans une autre entreprise prévue selon l'acte d'approbation.

Facilités et avantages

Les avantages et privilèges accordés par l'acte d'approbation émis selon les dispositions du D.L. 2687 concernent principalement :

- la protection de la propriété
- l'irrévocabilité des instruments d'approbation
- le rapatriement du capital des bénéfices
- l'octroi d'un régime fiscal préférentiel.

Protection de la propriété

Le patrimoine des entreprises fondées ou renforcées au moyen de capitaux étrangers ne peut pas faire l'objet d'une expropriation forcée. Il ne peut pas être non plus réquisitionné si ce n'est en cas de guerre et exclusivement pour les besoins des forces armées.

(1) D.L. 2687/1953, Art. 2, paragraphe 2.

Une indemnité, déterminée après accord entre l'état et les intéressés ou par arbitrage, est versée pour la durée de la réquisition (Art. 11).

Irrévocabilité des instruments d'approbation

Les termes et conditions définis par l'acte administratif ne peuvent pas être modifiés unilatéralement par le gouvernement hellénique, qui ne peut pas non plus interpréter unilatéralement son contenu ni combler d'éventuelles lacunes.

Les différences qui pourraient surgir entre le gouvernement hellénique et les entreprises intéressées sont résolues par voie d'arbitrage, comme en dispose l'acte d'approbation (Art. 3, par. 12 et Art. 12).

L'acte d'approbation peut aussi, si le promoteur s'engage à exporter une part substantielle de sa production, reconnaître comme stable pour une durée maximale de dix ans l'impôt sur le revenu en vigueur lors de son émission ou fixer un taux d'impôt sur les bénéfices nets ou bruts lequel peut être inférieur au taux prévu par la législation fiscale. Il va de soi, que l'impôt ainsi stabilisé sera réajusté en cas de diminution du taux de l'impôt au-dessous du taux admis par l'acte d'approbation (Art. 8, par. 1a).

Rapatriement du capital et exportation des bénéfices, etc...

La Banque de Grèce est tenue de fournir les devises nécessaires dans les cas suivants :

- a/ rapatriement du capital importé à raison de 10 % par an commençant un an après la mise en marche de l'entreprise et en tout cas pas plus tôt qu'un an après l'importation du capital
- b/ rapatriement des bénéfices à raison de 12 % par an du capital importé et pas encore rapatrié.

Néanmoins, les entreprises bénéficiant des dispositions de la Loi 4171/1961 ont aussi le droit retour de leurs bénéfices, correspondant à la partie du capital déjà rapatriée à condition que lesdits bénéfices ne dépassent pas 6 % de celle-ci ni 8 % des devises importées du fait des exportations effectuées par l'entreprise (Loi 4171/1961, Art. 2, par. 3).

c/ Sortie du pays des intérêts, à raison de 10 % du capital emprunté à l'étranger. Il est aussi permis de rapatrier cumulativement les bénéfices et les intérêts courus, si au cours des années précédentes le plafond prévu par la loi n'a pas été atteint (Art. 5, par. 2).

Les entreprises exportatrices ont droit à des taux plus élevés pour le rapatriement du capital et des bénéfices à condition que le montant nécessaire ne dépasse pas 70 % des devises entrées dans le pays du fait des exportations de l'entreprise intéressée (D.L. 4256/1962, Ar. 5, par. 4 et Art. 7).

Enfin des remises peuvent être approuvées pour le paiement du loyer de machines importées ou des droits pour brevets d'invention, marques de fabrique, procédés techniques, etc... et pour le paiement des émoluments du personnel étranger, technique et administratif (Art. 5, par. 4 et Art. 7).

Il convient de noter qu'en cas d'abolition des restrictions sur le change généralement en vigueur en Grèce, décret-loi 2687 prévoit expressément que les dispositions ci-dessus concernant les capitaux importés de l'étranger deviennent ipso facto caduques (Art. 16).

La Banque de Grèce est tenue d'octroyer chaque fois les devises requises aux fins énoncées ci-dessus. La conversion des drachmes en devises s'effectue sur la base du cours officiel pratiqué le jour du transfert des fonds. Il en est de même pour la conversion en drachmes des capitaux importés.

Traitement fiscal préférentiel

Les entreprises fondées en vertu du décret-loi 2687 bénéficient de certains avantages fiscaux à condition d'exporter une part substantielle de leur production et de se situer dans le secteur de l'industrie manufacturière ou de l'exploitation minière. Le même traitement est accordé aux entreprises fondées en Grèce pour la première fois et permettant au pays de réaliser chaque année d'importantes économies de devises.

Outre la stabilisation de l'impôt sur le revenu pour une période de dix ans, dont il a été question ci-dessus, les facilités fiscales suivantes peuvent être conférées par l'acte d'approbation :

- réduction ou exemption, pendant une durée maxima de dix ans des droits de douane, contribution et autres charges sur les machines, accessoires, pièces de rechange et outils importés.
- réduction ou exemption pendant une durée maxima de dix ans de tout impôt, taxe ou contribution perçus par les municipalités, communautés, caisses portuaires et autres établissements publics.
- réduction ou exemption de tout impôt ou taxe perçus lors de l'inscription d'une hypothèque ou de la constitution d'un gage garantissant les capitaux importés.
- il est de plus interdit de décréter, pour les entreprises fondées en vertu du D.L. 2687, un impôt à effet rétroactif. Au cas où les impôts généralement en vigueur en Grèce (sur le revenu, les importations, etc...) seraient réduits au-dessous du niveau prévu pour les investissements de capitaux étrangers, les impôts frappant ces capitaux seront ipso facto ajustés aux taux inférieurs (Art. 8).
- les entreprises fondées en vertu du décret-loi 2687 ont droit à un traitement aussi favorable que celui qui est conféré à d'autres entreprises similaires établies en Grèce.

Au cas où seraient accordées à une entreprises fondée en vertu du décret-loi 2687 des conditions plus favorables que celles qui auraient été conférées à une entreprise antérieurement fondée en vertu également du décret-loi 2687, ces conditions plus favorables sont étendues à l'entreprise antérieurement fondée, l'acte d'approbation pouvant être modifié en conséquence à la demande de l'intéressé (Art. 10).

Emploi de personnel étranger

Les entreprises fondées en Grèce en vertu du D.L. 2687/53 ont le droit d'employer aux postes supérieurs techniques et administratifs, du personnel étranger dont les émoluments peuvent être transférés à l'étranger (Art. 7).

1.2.7.2. L'évolution des investissements étrangers

Durant la période 1954-1975, plus de 1000 milliards de dollars US ont été importés en Grèce selon la loi 2687/1953 (tableau 26).

L'industrie de transformation a absorbé 68 % de ces capitaux, soit près de 700 milliards de dollars US (tableau 26)

Tableau 28 : Investissements étrangers en Grèce 1954-1975
en milliers de dollars US

Année	Total (1)	Industrie (2)	(2) : (1) %	Année	Total (1)	Industrie (2)	(2) : (1) %
1954	2235	1504	67,3	1965	72211	61319	84,9
1955	1296	1192	91,9	1966	48438	42385	87,5
1956	2458	1361	55,3	1967	62804	25896	41,2
1957	3932	2969	75,5	1968	29647	28140	94,9
1958	8184	5376	65,7	1969	20746	11233	54,1
1959	4401	2706	61,5	1970	40186	37316	92,8
1960	5976	5774	96,6	1971	43816	31284	71,4
1961	7345	6193	84,3	1972	27284	20146	73,8
1962	12853	8776	68,3	1973	133508	95778	71,7
1963	30699	28139	91,7	1974	254382	97293	38,2
1964	43732	39744	90,9	1975	151729	126933	86,7

Source : Banque de Grèce

1.2.7.3. Les investissements des capitaux étrangers dans les IAA

Les investissements faits dans les IAA pendant la décennie 1961-1971 représentent 1,2 % du total des investissements réalisés dans l'industrie manufacturière par les capitaux étrangers.

Tableau 29 : Part des investissements étrangers dans les investissements totaux réalisés dans les IAA et dans l'ensemble des industries de 1961 à 1971

	en millions de \$		
	Investissements totaux en capitaux fixes 1961-1971	Investissements étrangers	Part des investissements étrangers (%)
IAA	206,7	3,24	1,56
Total indust.	1859,23	264,51	14,00
IAA/Total indust. en %	11,1	1,2	-

Source : Banque de Grèce

Ce n'est donc pas dans le secteur des IAA que les investissements étrangers se sont montrés le plus dynamique, puisque seulement 1,5 % des investissements réalisés dans ce secteur de 1961 à 1971 ont été financés par des capitaux étrangers. Cependant l'analyse sectorielle de la pénétration du capital étranger met en évidence le fait que si certains secteurs ne présentent aucun intérêt pour les firmes étrangères et n'attirent aucun investisseur, d'autres, plus stratégiques, sont déjà très fortement investis comme cela sera mis en évidence plus loin.

L'évolution des investissements étrangers dans les IAA

Les premiers investissements étrangers dans les IAA n'ont eu lieu que cinq ans après l'adoption par le Parlement du décret-loi 2687/1953.

Tableau 30 : Evolution dans le temps des investissements étrangers dans les IAA

Année	Importance des capitaux importés	(1)		Rapatriement des bénéfices et intérêts
		Capit.étr.dans IAA	Importance des capitaux exportés	
		Capit.étr.ds Ens.Ind.		en \$
1954	-	-	-	-
1955	-	-	-	-
1956	-	-	-	-
1957	-	-	-	-
1958	35000	0,65	-	-
1959	-	-	3500	-
1960	-	-	3500	2448
1961	115370	1,86	3500	2150
1962	35000	0,40	3500	1868
1963	850252	3,02	3500	1586
1964	98621	0,25	3500	1326
1965	376517	0,61	3500	13975
1966	-	-	3500	4239
1967	22000	0,08	3500	476
1968	4559	0,02	3703	43748
1969	737641	6,57	154	31762
1970	709174	1,90	15000	2168
1971	300715	0,96	17667	90439
1972	339146	1,68	259965	46897
1973	153106	0,16	21930	34664
1974	844245	0,87	26767	32672
1975	1206959	0,95	214277	86367
Total	5828305	1,2	590963	396785

(1) Capitaux étrangers dans les IAA
Capitaux étrangers dans l'ensemble des Industries

Source : Banque de Grèce

1.2.7.4. Les firmes multinationales installées en Grèce dans le secteur des IAA

Selon nos estimations il y avait en Grèce à la fin de l'année 1976 :

- 24 IAA ayant une participation étrangère
- 2 IAA travaillant sous licence étrangère
- 3 IAA travaillant sous royalties étrangères
- 2 IAA travaillant sous "know-how" étranger

soit au total 31 entreprises ayant des "relations internationales" sur un nombre total de 316 entreprises alimentaires grecques sous forme de SA et SARL et qui constituaient à l'époque, l'ensemble du secteur.

Des 24 firmes ayant une participation étrangère, 21 sont des filiales des sociétés multinationales et 3 sont des anciennes entreprises grecques, dont une partie des actions a été achetée par des multinationales.

Le tableau suivant donne une bonne idée de l'importance et de la forme des prises de participation du capital étranger dans les toutes premières entreprises des IAA grecques et ce pour neuf sous-secteurs sur les onze retenus dans cette étude (deux sous-secteurs n'ont pas de prise de participation étrangère).

Tableau N° 31: Entreprises ayant une participation étrangère

Entreprise	Société-mère	Nationalité de la société-mère	Importance de la partic.	Forme de cette prise de part.
A - Cons.vég.et jus de fruits				
1/ SILION Can. Co.	Non connue	Italienne-Suisse	99 %	Filiale
2/ ELBAK AG	Schroeder IKG	Ouest-Allemande	+ de 50 %	Joint Vent.
3/ HELLENIC FOOD	a) Del Monte Corp. b) Intern.Fin.Corp.	U.S.A. } U.S.A. }	+ de - 50 %	Joint Vent.
4/ SIMCODAL SACI	a) Dal.Int.Trading Co Ltd b) Agros Foreign Entr. c) Union of fruits et Veg.Ind.	Pologne } " } " }	- 50 %	Joint Vent.
5/ GREEK Juice Proces. & Canning Ind.SA	a) Schweppes Homme Ltd b) Hambros Bank Ltd	England } " }	- 50 %	Joint Vent.
6/ Confructa Ltd	Non connue	Ouest-Allemande	- 70 %	Joint Vent.
B - Viandes et cons.de viandes				
1/ THRACE SA	Likolasa Holding AG	Suisse	+ de - 50 %	Joint Vent.
2/ INTORI SA	Finzara	Lichtenstein	- 100 %	Filiale
3/ PORKY SA	Protein Products Inc.	U.S.A.	Non connue	Joint Vent.
C - Industries laitières				
1/ NESTLE HELLAS SA	Nestlé Alimentana	Suisse	- 51 %	Joint Vent.
2/ EVGA SA	Apco SA	U.S.A. Ouest-Allemande	+ de - 50 %	Joint Vent.
D - Meunerie				
1/ ST GEORGE'S MILLS SA	Non connue	France	- de 33 %	Joint Vent.
E - Aliments du bétail				
1/ POLMAR-CORBORN SA	Colborn Intern.	G.B.	45 %	Joint Vent.
2/ SPILLERS HELLAS SA	Spillers Ltd	G.B.	54 %	Joint Vent.
3/ PROVIMI HELLAS SA	Provimi BV	N.L.	20 %	Joint Vent.
F - Corps gras				
1/ ELAIS SA	Unilever	N.L./G.B.	48 %	Joint Vent.
G - Chocolaterie-Confiserie				
1/ ADAMS CHILCOTT SA	Cophag AG	Suisse	100 %	Filiale
2/ CREDIN-DENMARK HELLAS LTD	Fabriken Credin	Danemark	33 %	Joint Vent.
3/ AGRANO HELLAS LTD	V/Schou Fombet Agrano AG	Suisse	Non connue	Joint Vent.
H - Condiments				
1/ KNORR FOOD PROD. SA	C.P.C. Intern.	U.S.A.	60 %	Joint Vent.
2/ BALTIMORE SPICE HELLAS LTD	Baltimore	U.S.A.	Non connue	Joint Vent.
I - Diverses				
1/ AVOCADO HELLAS SA	Planning Corp.	U.S.A.	50 %	Joint Vent.
2/ MR.C. ENTREPRISES INC.	Mr. C. Intreprises	U.S.A.	100 %	Filiale
3/ SAS CATERING HELLAS LTD	SAS Catering A/S	Danemark Norvège Suède	100 %	Filiale

La nationalité des firmes

Les multinationales agro-alimentaires dont la Société-Mère est Nord-Américaine (USA) dominent largement le secteur (7 sur 24).

Tableau N°32 : Répartition selon la nationalité de la Société-Mère

U.S.A.	7	Danemark	1	U.S.A-Allemagne	1
Suisse	4	Pologne	1	Danemark	} ----- 1
Allemagne de l'O.	2	France	1	Suède	
Angleterre	3	N.L.	1	Norvège	}
Lichtenstein	1	Italie-Suisse	1		

Elles sont suivies par les entreprises suisses (4) et Anglaises (3).

On constate aussi la présence de sociétés polonaises⁽¹⁾ et de capitaux scandinaves (Danemark, Suède et Norvège).

Les géants mondiaux

Cinq des tous premiers groupes internationaux sont présents en Grèce.

Tableau N°33 : Présence des géants mondiaux

1/ UNILEVER (G.B./N.L.)
2/ NESTLE ALIMENTANA (Suisse)
3/ DEL MONTE INTERNATIONAL (U.S.A.)
4/ C.P.C. INTERNATIONAL (U.S.A.)
5/ SPILLERS LTD (G.B.)

On compte parmi eux les deux premiers mondiaux du secteur la Sté UNILEVER et NESTLE ALIMENTANA.

- UNILEVER contrôle l'entreprise leader du sous-secteur des Corps gras, ELAIS SA, qui domine largement le sous-secteur.
- NESTLE se trouve en situation de monopole après un accord passé en 1973 entre l'entreprise suisse et les dirigeants grecs de l'époque. Ce monopole de production concerne le lait concentré (sucré ou non) et le lait en poudre avec un programme fixe jusqu'à l'an 2000.

(1) Dans le cas présent, trois sociétés polonaises ont investi dans une filiale grecque.

- DEL MONTE INTERNATIONAL (USA) est spécialisé dans la production des conserves végétales et des jus de fruits.
- C.P.C. INTERNATIONAL, contrôle la KNORR HELLAS SA qui fabrique les produits KNORR (soupes, bouillons et potages).
- enfin SPILLERS LTD est spécialisé dans la production des aliments du bétail et contrôle à 54 % la société SPILLERS HELLAS SA.

Technologie étrangère

Le tableau suivant met en évidence l'importance des transferts de technologie, et montre combien le contrôle déjà analysé des grands groupes internationaux peut être renforcé par ce biais.

Tableau N° 34 : Entreprises utilisant la technologie étrangère

Entreprise	Liens	Société étrangère
1/ HELLENIC SUGAR INDUSTRY SA	Know-how	1/Danske Sukkerfabrikker (Dan.) 2/ Polinex Cekop (Pologne)
2/ ELAIS SA	Royalties	Unilever NV (GB/NL)
3/ ALLATINI SA	"	1/ Roco Food Packing Co (Suisse) 2/ Standard Brands Inc. (USA)
4/ MR. C. ENTREPRISES	"	Adams International (USA)
5/ VEM SA	Licence	Appel (Allemagne de l'Ouest)
6/ AVLIS SA	"	Cobb International Inc.(USA)
7/ SYKAL SA	Know-how	Bioteknisk Holding Institut (Danemark)

Sept entreprises, parmi les plus importantes, font appel, sous différents types d'accords, à la technologie étrangère.

Les modalités de pénétration du capital étranger

Il semble que les investissements étrangers préfèrent des formules de collaboration avec les capitaux grecs à la création des filiales à 100 %. Ceci est confirmé par le tableau 33. Seulement 5 des 24 entreprises multinationales sont contrôlées à 100 % par leur société-mère. Les joint-ventures sont la forme la plus fréquente, puisque 80 % des sociétés ayant une participation étrangère ont adopté cette formule.

Tableau N° 35 : Répartition selon la forme de la société grecque

1/ Filiales à 100 %	5	20,8 %
2/ Joint Ventures	19	79,2 %

Evolution de la pénétration du capital étranger dans le temps

La pénétration massive des entreprises multinationales en Grèce et dans le secteur des IAA s'est faite surtout entre 1967 et 1974 comme l'indique le tableau suivant :

Tableau N° 36 : Période de pénétration des firmes multinationales

Période	Nombre	Pourcentage
1960-1966	4	16,6
1967-1974	18	74,8
1976	1	4,3
Non connue	1	4,3
Total	24	100,0

18 entreprises sur 24, soit les 75 % environ, ont effectué leur entrée en Grèce au cours des années allant de 1967 à 1974. Cette période est marquée par deux faits importants :

- l'accélération du mouvement de changement du modèle de consommation en Grèce
- la présence de la dictature des Colonels.

1.2.8. Les dix premières firmes agro-alimentaires

En annexe (Annexe I.2.) à cette première partie, sont réunies les fiches synthétiques des dix premières entreprises agro-alimentaires grecques. On constate sur ces fiches qu'aucune de ces entreprises ne constitue de groupe au sens où on a pu l'analyser dans l'étude sur la concentration dans les IAA françaises. Ainsi, pour l'instant les phénomènes de croissance des IAA sont essentiellement internes, et peu d'actions de diversification dans d'autres secteurs (phénomène de croissance externe) ne sont encore développées.

1.3. L'EVOLUTION DE L'APPAREIL DE DISTRIBUTION ALIMENTAIRE

L'appareil de distribution des produits agro-alimentaires en Grèce se caractérise à la fois par sa complexité, son hétérogénéité et par la rapidité avec laquelle il évolue. Cet ensemble de raisons allié au manque de données récentes et à la grande rareté d'études en la matière a conduit les responsables de cette recherche à une véritable enquête de terrain.

Ce faisant, à partir des données disponibles déjà fort anciennes, il a été possible grâce au dépouillement systématique des revues spécialisées et des informations réunies dans des interviews menées avec les responsables professionnels ou des chefs d'entreprises de tracer un panorama introductif à cet ensemble en mouvement. Dans toute la mesure des moyens limités, mobilisés dans cette recherche, c'est surtout les grandes tendances des changements présents et à venir qui seront décrits dans cette introduction au commerce agro-alimentaire grec. Quatre thèmes seront successivement abordés :

- Une présentation rapide du commerce de gros alimentaire
- Une description du commerce de détail et des principales associations professionnelles des détaillants
- Une analyse des règles actuellement en vigueur en matière de contrôle des prix et des marges
- Et enfin l'analyse qualitative des groupes leaders dans la distribution alimentaire grecque.

1.3.1. Un commerce de gros caractérisé par un grand nombre de petites entreprises

Si l'on se réfère au dernier recensement effectué en 1969 par le Service National de Statistiques (1), le nombre d'établissements effectuant du commerce de gros s'élevait à 26 760. Sur ce nombre, près du tiers étaient spécialisés dans la vente en gros de produits agro-alimentaires (8 394 établissements, soit 31,4 % du total). Depuis ce dernier recensement, c'est-à-dire depuis près de dix ans, on assiste à des mutations importantes qui ont modifié de façon sensible la physionomie des filières agro-alimentaires. Toutefois, et bien qu'il faille attendre les résultats du recensement de 1979 pour évaluer l'importance de ces changements, un certain nombre de caractéristiques demeurent, qui marqueront pendant de nombreuses années encore le fonctionnement du commerce de gros des produits alimentaires en Grèce (2) :

(1) Il n'existe malheureusement qu'un recensement décennal réalisé par le Service National de Statistiques. Les chiffres présentés ici sont donc très anciens et pourront être mis à jour dès l'année prochaine sur la base du recensement de 1979.

(2) Une étude réalisée par le Groupe Opéra à la demande du Centre Hellénique de Productivité (ELKEPA) aboutit à la même analyse.

- Le commerce de gros des produits alimentaires est assuré par un pléthore d'entreprises en général de petite taille

Deux ratios peuvent donner une idée du nombre d'établissements assurant la fonction de gros :

. il existe en Grèce environ 1 établissement de vente en gros de produits alimentaires pour 1000 habitants (à titre de comparaison le rapport est de 1 pour 110 000 hab. dans le cas de la France).

. enfin, pour 8,5 magasins de détail alimentaire, on trouve 1 grossiste.

Les informations contenues dans les tableaux suivants donnent une idée de la dimension et des caractéristiques de ces établissements. Les indicateurs qu'ils contiennent démontrent qu'il s'agit pour la plupart du temps, d'entreprises à caractère familial, puisque le nombre d'entrepreneurs est plus important que celui des établissements (ce qui s'explique sans doute par l'existence de co-gérances) et que la main-d'oeuvre salariée ne représente que 50 % des personnes occupées dans ces entreprises. On observe également qu'il s'agit d'unités de très petite taille puisque seulement 2 % des entreprises de gros occupent plus de 10 employés et que près de la moitié n'occupent que 1 ou 2 personnes. Dans la région d'Athènes où les structures commerciales ont plus rapidement évolué ces chiffres sont légèrement supérieurs.

Tableau 37: La situation du commerce de gros en Grèce en 1969

	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
	Nombre d'établissements	Nbre de personnes occupées	Entrepreneurs	Aides familiaux (non salariés)	Salariés ou journaliers	(5)/(2)x100
A/ Commerce de gros	26 760	87 662	29 030	5 121	53 111	60 %
dont dans la rég.d'Athènes	11 424	48 580	13 389	1 964	33 227	68 %
Pourcentage	42,7 %	55,5 %				
B/ Commerce de gros alim.	8 394	23 568	9 823	1 805	11 940	50 %
dont dans la rég.d'Athènes	2 939	8 766				
Pourcentage	35 %	37,2 %				
B/A x 100	31,4 %	26,9 %	33,8 %	35,2 %	22,5 %	

(1) - Le tabac et les boissons y sont inclus.

Source : Recensement des unités commerciales et industrielles SNSG 1969

Tableau 38 - La taille des entreprises de gros en Grèce en 1969

	Employés par établis.	Pourcentage des établissements occupés			
		1-2	3-9	10	
A/ Grèce totale					
Commerce de gros	3,3	40 %	56 %	4 %	100
Commerce de gros alimentaire	2,8	40,5 %	57,5 %	2 %	100
B/ Région d'Athènes					
Commerce de gros	4,2	30,3 %	63 %	6,7 %	100
Commerce de gros alimentaire	3	32,7 %	64 %	3,3 %	100

- La petite taille économique de ces entreprises fait que dans la plupart des cas ces unités manquent de l'espace et des moyens nécessaires pour leur permettre d'accomplir leur fonction dans de bonnes conditions

Ainsi on évalue à près de 60 % les établissements de gros (toujours pour les produits alimentaires) qui disposent de moins de 250 m² d'entrepôts et de bureaux.

Au problème posé par l'exiguïté des surfaces s'ajoutent l'absence pratiquement totale de systèmes modernes et efficaces de stockage, l'inexistence de matériel de manutention à l'intérieur des entrepôts et de moyens de transport permettant d'assurer les livraisons des produits.

La taille des entreprises ne permet pas de faire appel à des techniques modernes de gestion. En effet, dans des entreprises à caractère familial où un petit nombre de personnes assurent indifféremment les mêmes tâches, il est difficile d'imaginer la formation de cadres spécialisés. Cette situation freine considérablement la modernisation et le développement de l'ensemble du secteur.

Dans le domaine des relations commerciales, par exemple, la plupart des transactions engagées avec les clients ou les fournisseurs, s'effectuent en général sans études de marché préalable, sur la seule base de contacts personnels.

De ce fait, les parties en présence n'ont pas toujours le même degré d'information. Le même type de problèmes se pose dans le domaine de la gestion où pour les mêmes raisons il est impossible de développer des systèmes efficaces permettant à la plupart des grossistes de gérer correctement leur entreprise.

- Dans les grandes villes, et plus particulièrement à Athènes, la plupart des grossistes demeurent localisés en plein centre ville ce qui gêne considérablement les transactions. Ce problème de l'engorgement des centres villes n'est pas un phénomène nouveau ni spécifique à la Grèce, et le projet de déplacement du centre commercial doit à terme y porter remède.

Ce type d'entreprise rencontre en général diverses difficultés si elle désire s'adapter aux changements de son environnement qui tant au niveau de la consommation et du détail qu'à celui des industries agricoles et alimentaires, évolue très rapidement :

- . Tout d'abord, elle n'a pas la surface financière suffisante pour pouvoir assurer les découverts que lui occasionnent les paiements à 90 jours imposés par ses clients et le règlement souvent comptant qu'exigent les fournisseurs. De telles conditions de paiements mettent en évidence les difficultés de négociation que rencontre la plupart des petites entreprises de gros vis-à-vis de leurs fournisseurs et de leurs clients souvent beaucoup mieux structurés et mieux informés qu'elles-mêmes.
- . Le manque de formation des cadres de ces entreprises paralyse les changements comme cela a déjà été souligné.
- . La mauvaise organisation et les performances économiques médiocres qu'elle entraîne, alliées à la difficulté qu'ont ces entreprises de négocier des prix bas auprès de leurs fournisseurs conduit dans de nombreux cas, à la disparition des unités les plus marginales.
- . Enfin l'évolution récente dans le domaine du commerce de détail, et l'émergence de groupements de détaillants qui assument eux-mêmes la fonction de gros, constituent pour ces entreprises, des éléments importants de concurrence contre laquelle elles peuvent difficilement faire face.

En fait, au cours des dix dernières années, les changements survenus dans le secteur de la vente en gros des produits alimentaires, sont importants, ils se caractérisent de la façon suivante :

- . On observe la disparition d'un certain nombre de petites et moyennes entreprises qui, pour les raisons exposées précédemment et malgré le pouvoir de résistance économique qu'offrent les petites unités familiales, ne sont plus adaptées aux exigences nouvelles qu'impose leur fonction.
- . Parallèlement à cette diminution du nombre des entreprises, on assiste au renforcement de certaines d'entre elles. La tendance la plus importante est sans doute le développement des phénomènes d'intégration tant verticaux qu'horizontaux. En effet, la forte concurrence et l'âpreté des négociations avec l'amont et l'aval

ont imposé l'abaissement des coûts de la fonction de gros, ce qui s'est traduit dans certains cas, par le développement de circuits courts. Les phénomènes d'intégration verticale concernent aussi bien :

- . La création par les fabricants de filiales chargées de la distribution de leurs produits
- . L'association de certains détaillants en coopérative d'approvisionnement
- . Le développement des entreprises de commerce de gros alimentaire et l'intégration pure et simple des activités de détail
- . Le renforcement et le développement des activités de gros de certaines entreprises par la mise en place de chaînes volontaires
- . Les efforts de diversification des entreprises de gros et l'extension de leurs activités vers des opérations de normalisation, d'emballage ou même de fabrication de produits alimentaires (en général sous licence d'une firme étrangère)
- . La mise en place d'une forme nouvelle de vente en gros que constitue le grossiste mobile. Ce dernier se déplaçant avec sa marchandise pour vendre à la demande ses produits à un certain nombre de clients détaillants
- . Enfin, l'apparition de système de vente en gros du type "Cash and Carry". Ce type de grande surface qui propose la vente en gros de produits alimentaires aux détaillants, aux collectivités et aux entreprises de restauration, bouleverse sensiblement la pratique assez traditionnelle du commerce de gros, et illustre clairement le fait que certaines entreprises modernes et de taille plus importante se développent sur un tissu de petites entreprises. A Athènes, il existait, au moment de l'enquête, deux magasins de ce type appartenant à la chaîne de distribution "Metro".

1.3.2. Evolution de l'appareil de distribution alimentaire à Athènes

Situation et tendance générale du commerce de détail alimentaire en Grèce

Le commerce de détail alimentaire occupe une place importante dans l'ensemble de l'appareil de distribution en Grèce, puisque, environ, un magasin de détail sur deux est un magasin qui vend des produits alimentaires. La région d'Athènes, étudiée dans ce rapport,

réunit près du cinquième de ces magasins et près du quart de la force de travail qui y est employée (1).

Il s'agit en général d'établissements qui présentent les caractéristiques suivantes :

. ce sont des magasins de petite taille.

Par exemple le nombre de personnes employées en moyenne était de 1,6 personnes selon le recensement de 1969 (1,9 personnes pour la région d'Athènes). Bien que ce chiffre ait dû augmenter quelque peu, on peut encore le considérer comme un ordre de grandeur valable, en attendant les chiffres du recensement de 1979. A l'opposé, les magasins occupant plus de dix personnes demeurent rares (1 pour mille en 1969 pour l'ensemble du pays, 4 pour mille à Athènes). C'est sans doute ce secteur moderne de la distribution alimentaire qui a connu les plus grands développements au cours des dernières années (cf. paragraphes suivants).

. dans la grande majorité des cas ces magasins sont des entreprises familiales puisque les salariés ne représentent que 8 % des personnes employées.

. le système de vente adopté par ces magasins demeure traditionnel.

Même si dans les villes, certains d'entre eux, de très petite taille, prétendent avoir adopté le système de vente en libre service, il s'agit en réalité d'un semi libre-service.

. enfin, on le verra plus loin, malgré l'existence d'association de détaillants, ces derniers s'approvisionnent encore, dans la plupart des cas, suivant des canaux traditionnels. Cette faible organisation de la profession et plus particulièrement des petites entreprises, demeure une caractéristique du commerce de détail alimentaire et un handicap sérieux à sa mutation.

(1) Estimation faite sur la base du recensement de 1969.

Tableau 39 : La situation du commerce de détail en Grèce en 1969

	1 Nbre d'éta- blissements	2 Nbre de per- sonnes occupées	3 Entrepre- neurs	4 Aides familiaux (non salariées)	5 Salariés ou journaliers	6 (5)/(2) x 100
A/ Total en Grèce						
1) Commerce de dét.	134 898	241 885	141 299	55 721	44 865	18,5 %
dont						
2) Commerce de détail alimentaire	71 720	116 575	74 047	33 442	9 086	8 %
dont						
3) Epiceries	45 555	73 854	46 417	23 158	4 279	5,8 %
B/ Région d'Athènes						
1) Commerce de détail	38 922	83 746	41 818	16 927	25 001	29,9 %
dont						
2) Commerce de détail alimentaire	15 536	29 010				
B2/A2 x 100	21,7 %	25 %				

Tableau 40 : La taille des entreprises de détail en Grèce

	Employés par éta- blissement	Pourcentage des établissements occupants			
		0 - 2 pers.	3 - 9 pers.	10	
A/ Total en Grèce					
1) Commerce de détail	1,8	53,2 %	46,3 %	0,5 %	100
dont					
2) Commerce de détail alimentaire	1,6	54,6 %	45,3 %	0,1 %	100
B/ Région d'Athènes					
1) Commerce de détail	2,2	43,8 %	55 %	1,2 %	100
dont					
2) Commerce de détail alimentaire	1,9	42,2 %	57,4 %	0,4 %	100
	-	-	-	-	-

Source : Recensement des Unités commerciales et industrielles 1969 - SNSG

Depuis le début des années 1970, le secteur de la distribution alimentaire générale a connu cependant de profondes transformations. Ces changements sont plutôt dûs à l'émergence de nouvelles formes de commerces alimentaires et à la prolifération de diverses structures d'associations ou intégrations, qu'à la transformation de l'appareil traditionnel de distribution alors en place. Sur la base des travaux publiés ces dernières années par la Société NIELSEN et par l'EUROPEAN MARKET RESEARCH BUREAU LTD, il est possible de fournir

une physionomie plus récente des "magasins d'alimentation générale (1)" et de caractériser rapidement les grands axes de changement observés.

La dernière étude publiée par NIELSEN permettait de dénombrer en Grèce 32 358 magasins de détail alimentaire (voir note (1)) qui se répartissaient de la façon suivante, sur le territoire national :

Tableau 41: Répartition des magasins de détail alimentaire sur l'ensemble du territoire grec

Région	Nombre de magasins	% selon les zones	% selon le C.A.
Attique	7 905	24,4	50,9
Thessalonique	2 008	6,2	13,7
Macédoine + Thrace	8 023	24,8	13,8
Grèce Centrale	7 674	23,7	11,1
Péloponnèse + Crète	6 748	20,9	10,5
Total	32 358	100	100

Source : NIELSEN

(1) Il convient de noter que les critères de définition d'un magasin alimentation générale adoptés par NIELSEN ne sont pas les mêmes que ceux adoptés par le Service National de Statistiques. Dans le cas de la classification utilisée par NIELSEN on retient comme magasins d'alimentation générale", ceux dans lesquels on trouve un certain nombre de produits à caractère alimentaire. Les critères sont les suivants : si 6 des 11 produits suivants sont présents, le magasin est classé comme magasin d'alimentation générale.

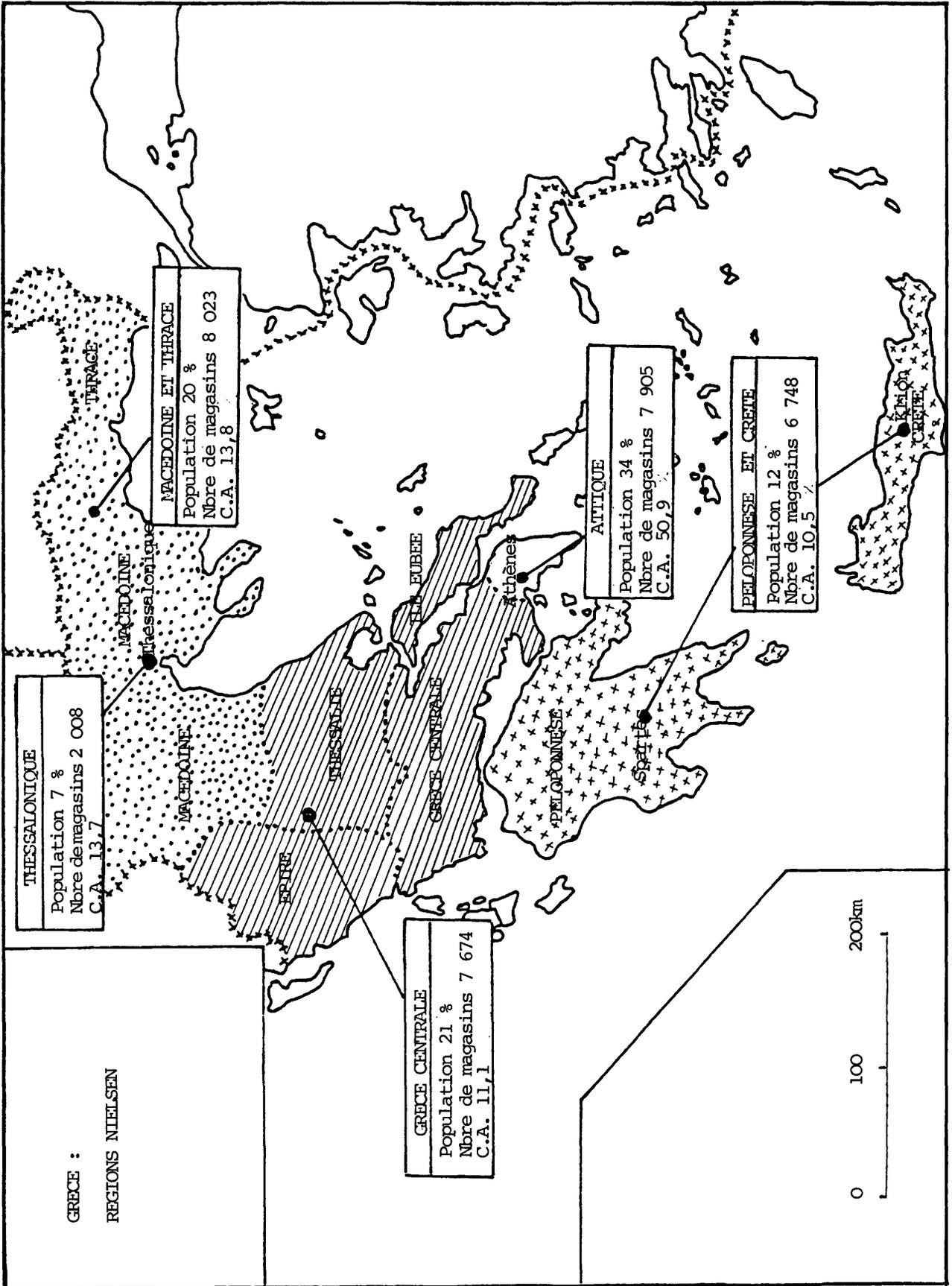
Alimentation

- . potage en cube
- . lait concentré sucré
- . beurre
- . margarine
- . huile d'olive
- . pâtes

Produits de ménage

- . détergent pour lavage à la main
- . détergent pour lavage machine
- . détergent vaisselle
- . détergent de ménage
- . adoucissants de lavage

La présence de boisson n'étant considéré comme un critère obligatoire.



Ces chiffres mettent en valeur la concentration du commerce alimentaire dans la région de l'Attique, au sein de laquelle se trouve la région d'Athènes où a été réalisée l'enquête alimentaire présentée dans ce travail. Puisque s'y trouvent réunis le quart des magasins grecs de détail alimentaire, qui assurent la moitié des ventes d'alimentation.

La classification de ces magasins alimentaires sur la base de leur taille économique met également en évidence l'hétérogénéité de cet ensemble. Dans l'étude publiée par la société NIELSEN les 32 358 magasins dénombrés ont été classés en quatre catégories, sur la base du chiffre d'affaire qu'ils ont réalisé pour certains produits (La liste des produits à partir desquels a été calculé le chiffre d'affaire base de la classification est donnée en annexe). Le tableau suivant reprend de façon synthétique les résultats de ce classement.

Tableau 42 : Structure des magasins de détail alimentaire sur la base de leur chiffre d'affaires, et répartition de ce dernier selon les différentes catégories

	% du nombre de magasins	% du chiffre d'affaire total
Catégorie A	6 %	43 %
Catégorie B	21 %	26 %
Catégorie C	33 %	16 %
Catégorie D	40 %	15 %

Source : A.C. NIELSEN HELLAS LTD.

La même étude(1) calcule le nombre de magasins en libre service possédant plus de deux caisses. Ces derniers dont le nombre est de 300 constituent un sous-groupe de l'ensemble A, et représentent 1% de l'ensemble des magasins de détail alimentaire. Leur chiffre d'affaire atteint 27,6 % du chiffre total des magasins d'alimentation générale. La plupart de ces magasins se trouvent localisés dans la région de l'Attique (75 %) et dans celle de Thessalonique (15 %).

Ces quelques chiffres font apparaître quelques-uns des axes les plus remarquables des transformations observées au cours des dernières années dans les entreprises de détail alimentaire en Grèce :

- tout d'abord, comme cela a été le cas pour les entreprises de gros, à côté de petites entreprises, se développe un secteur moderne de la distribution alimentaire. Le dynamisme de ce secteur, même si le nombre d'entreprises n'est pas encore

(1) A.C. NIELSEN HELLAS LTD - Recensement des magasins de détail 1977/78.

très important, apparaît lorsqu'on compare la part du montant total des ventes qu'ils assurent au nombre de magasins : 1 % des magasins assure près du tiers des ventes d'alimentation générale (1).

- ensuite l'expansion de la formule "libre-service" a entraîné des changements importants dans les équipements, les méthodes de gestion des stocks et d'approvisionnement, même pour les petites surfaces qui ne pratiquent en fait qu'un "semi libre-service".
- enfin les petites entreprises indépendantes et familiales cèdent peu à peu leur place à des formes d'organisation plus complexes analysées dans le paragraphe suivant.

Cependant toutes ces transformations concernent essentiellement les grandes agglomérations (Athènes, Salonique et Patras) où se trouve concentrée la plus grande partie du commerce intégré et associé.

L'expansion du libre-service

Le système de vente en libre service a fait son apparition dans le commerce de détail alimentaire grec en 1966, avec la création du premier magasin de la chaîne Prisunic-Marinopoulos : fruit d'une collaboration entre capitaux français et grecs. Cette expérience connut un essor rapide et fut suivie d'autres développements dès le début des années 1970. Déjà en 1974, le recensement publié par la Sté MARKETEL dénombrait un nombre assez élevé de magasins du type libre-service dans la région d'Athènes et du Pirée. Le tableau suivant donne une idée du nombre et de la structure des divers types de magasins.

Tableau 43: Physionomie de la distribution alimentaire en 1974, région d'Athènes et du Pirée

Catégorie	Supermarchés Self-Serv. Gdesépicer. (1)	Petites et moy. épiceries	Magasins de détail spécialisés (2)	Boissons	Fruits secs	EVGA (3)	Total
Nombre	1 249	4 124	546	336	269	1 659	8 183
%	15,3	50,4	6,7	4,1	3,3	20,2	100

Source : Revue "Self-Service"

Notes : (1) Cette catégorie correspond au magasin en libre service.

(2) Boucheries, charcuteries, fruits et légumes, etc...

(3) Type de magasin vendant : du lait, des yoghourts, des fruits secs, des boissons et du café. En général ce magasin est également un petit café-bar.

(1) Excluant les ventes des magasins spécialisés : boulangerie, boucherie, magasins de fruits et légumes...

Bien que ces chiffres ne soient pas directement comparables avec ceux du recensement de 1969 (1), ils donnent une bonne idée de l'essor du libre-service dans la région d'Athènes et du Pirée. Ce développement et cette modernisation observés dans les grandes villes grecques doivent cependant être tempérés par le fait que beaucoup des magasins dits en libre-service demeurent de taille très modeste et conservent pour leur approvisionnement et pour leurs méthodes de ventes des pratiques assez traditionnelles comme cela a déjà été souligné.

Depuis cette date de recensement, le dépouillement des revues professionnelles a permis de relever les créations de magasins nouveaux en libre-service. Entre 1974 et 1978, 94 magasins de ce type se sont ouverts en Grèce, dont 64 dans la région d'Athènes. La répartition de ces nouveaux magasins selon leur taille donne une bonne idée des tendances observées au cours de ces dernières années sur ces 64 magasins athéniens :

- 18 affichent une surface de vente comprise entre 120 et 400 m²
- 45 ont une superficie comprise entre 400 et 2 500 m²
- et 1 dépasse les 2 500 m²

Ces chiffres traduisent d'une part un certain dynamisme du commerce de détail alimentaire qui s'oriente de plus en plus vers la création de surfaces de vente du type "supermarché" et dans une moindre mesure du type "supérette". Ils mettent d'autre part en évidence le faible développement des surfaces de taille supérieure, du type "hypermarché". Pour un certain nombre de raisons (urbanisme, prix du terrain habitudes du consommateur), le créneau dynamique semble demeurer pour l'instant surtout celui des petites et moyennes surfaces.

Sur la base du nombre de personnes employées il est possible de classer les magasins de détail alimentaire en quatre grands groupes. Le tableau suivant tiré de l'étude présentée par MARKETEL met en évidence le fait que 83,5 % des magasins en libre-service occupent de 1 à 3 personnes et que seulement 4 % en employaient plus de 10.

(1) Ces données ne peuvent malheureusement pas être comparées à celles du recensement officiel de 1969 des tableaux précédents, car le territoire recensé par MARKETEL est plus large que celui apparaissant sous la rubrique Athènes dans le recensement officiel et que la définition des magasins alimentaires n'y est pas exactement la même.

Tableau 44 : Répartition des magasins de détail selon le nombre d'employés
(salariés et employés familiaux)

Nombre d'employés Type de magasin	%			
	Jusqu'à 2 employés	de 3 à 5 employés	de 6 à 9 employés	10 employés et plus
Libre-service	68,4	25,3	2,0	4,1
Petites épiceries	94	5,2	0,3	0,5
Magasins spécialisés	75,2	18,4	6,4	-
Boissons	86	12,8	0,7	0,5
Fruits secs	-	-	-	-
EVGA	95	4,0	1,0	-

Source : Revue "Self-Service" (MARKETEL)

Les deux-tiers des magasins classés dans la catégorie libre-service n'emploient pas plus de deux personnes. Ceci confirme la petite taille de la plupart d'entre eux et leur caractère familial. D'autre part, un fossé semble s'établir entre les petits magasins de moins de 5 employés et ceux de plus de 10. Cette situation tendrait à démontrer qu'à côté de la petite entreprise familiale qui peut, avec quelques salariés atteindre 5 personnes employées, se développent de plus grandes entreprises de détail alimentaire du type grande surface (supermarché ou supérette) employant plus de 10 personnes.

L'analyse des surfaces de vente est également un bon indicateur de la taille des magasins de détail. Le tableau suivant donne une idée de la situation dans ce domaine en 1974.

Tableau 45 : Répartition des magasins athéniens selon leur surface de vente
en 1974

Surface de vente Type de magasins	de 50 m ²	de 51 m ² à 120 m ²	de 121 m ² à 150 m ²	de 151 m ² à 200 m ²	de 201 m ² à 250 m ²	250 m ² et +
	Libre-service	6,4	83,2	5	2,4	0,5
Petites épiceries	100	-	-	-	-	-
Commerce spécial.	88	-	11,7	-	-	-
Boissons	81,3	-	11	0,7	0,8	0,2
Fruits secs	-	-	-	-	-	-
EVGA	96,5	-	3,5	-	-	-

Source : Revue "Self-Service" (MARKETEL)

Ce tableau confirme les points soulignés précédemment à propos de la répartition entre les différentes catégories du nombre d'employés. On note cependant que dans son ensemble, la taille des magasins dits en "libre-service" est en général supérieure à 50 m², alors que les petites épiceries traditionnelles sont inférieures à cette superficie. Mais l'importance du nombre de petites surfaces de 50 à 120 m², c'est-à-dire de mini libre-services demeure encore très élevé.

Face à cette situation, il n'est pas très facile, ni très réaliste d'appliquer la classification proposée dans les études entreprises dans les autres pays européens, et quelques légères corrections seront proposées en vue de tenir compte des spécificités de la situation en Grèce.

La faible taille de la plupart des magasins en libre-service explique le bas niveau d'équipement de ces derniers. Dans la même enquête, la société MARKETEL observait les faits suivants :

- moins de 25 % des magasins en libre-service possédaient en 1974 une machine de caisse et un caissier fixe. Selon la définition stricte du système en libre-service, seuls ces magasins devaient être considérés comme tels.

- 17 % possèdent un rayon réfrigéré

- 16 % ont un rayon congelé en libre-service ouvert

- 95 % possèdent un réfrigérateur fermé et 68 % un congélateur fermé.

Au total 68 % de ces magasins en libre-service offrent des produits surgelés.

L'émergence et le renforcement des phénomènes d'organisation et d'intégration du commerce de détail alimentaire

L'analyse des filières agro-alimentaires révèle le caractère à la fois très complexe et fortement hétérogène des opérations contribuant à la mise en marché des produits alimentaires en Grèce. En effet, à côté d'un nombre important d'entreprises assurant la fonction de gros et de détail, entreprises pour la plupart caractérisées par leur petite taille et leur mode de fonctionnement familial, il existe un nombre non moins important d'intermédiaires : représentants, importateurs... dont la présence concourt à allonger les circuits et augmenter les prix des produits au stade final.

Selon une étude du Centre National du Commerce Extérieur Français, on peut retenir les ordres de grandeurs suivants pour les marges dans un circuit simple d'importation :

- importateur : 20 %

- représentant : 3 à 5 %

- grossiste : 6 à 10 %

- détaillant : 15 à 30 %

Le schéma 1 ci-après illustre ces filières classiques en distinguant le cas des produits importés de celui des produits nationaux.

Les changements récents, déjà décrits dans le paragraphe consacré à l'étude du commerce de gros, affectent l'ensemble des filières agro-alimentaires, et concourent à les modifier sensiblement. Ainsi, le développement des méthodes modernes de commercialisation, l'extension des activités de normalisation et d'emballage, le phénomène publicitaire, la meilleure formation de la concurrence et la nécessité de réduire certains coûts commerciaux, ont conduit à rapprocher les producteurs des détaillants. Cette tendance à un raccourcissement des circuits commerciaux entraîne fatalement la disparition de certains agents intermédiaires et l'intégration des fonctions par ceux qui demeurent. Ce raccourcissement des filières met en présence un plus petit nombre d'acteurs, modifie sensiblement leurs rapports de force et oblige certains d'entre eux à rechercher des alliances leur permettant de maintenir ou d'augmenter leur pouvoir de négociation (1).

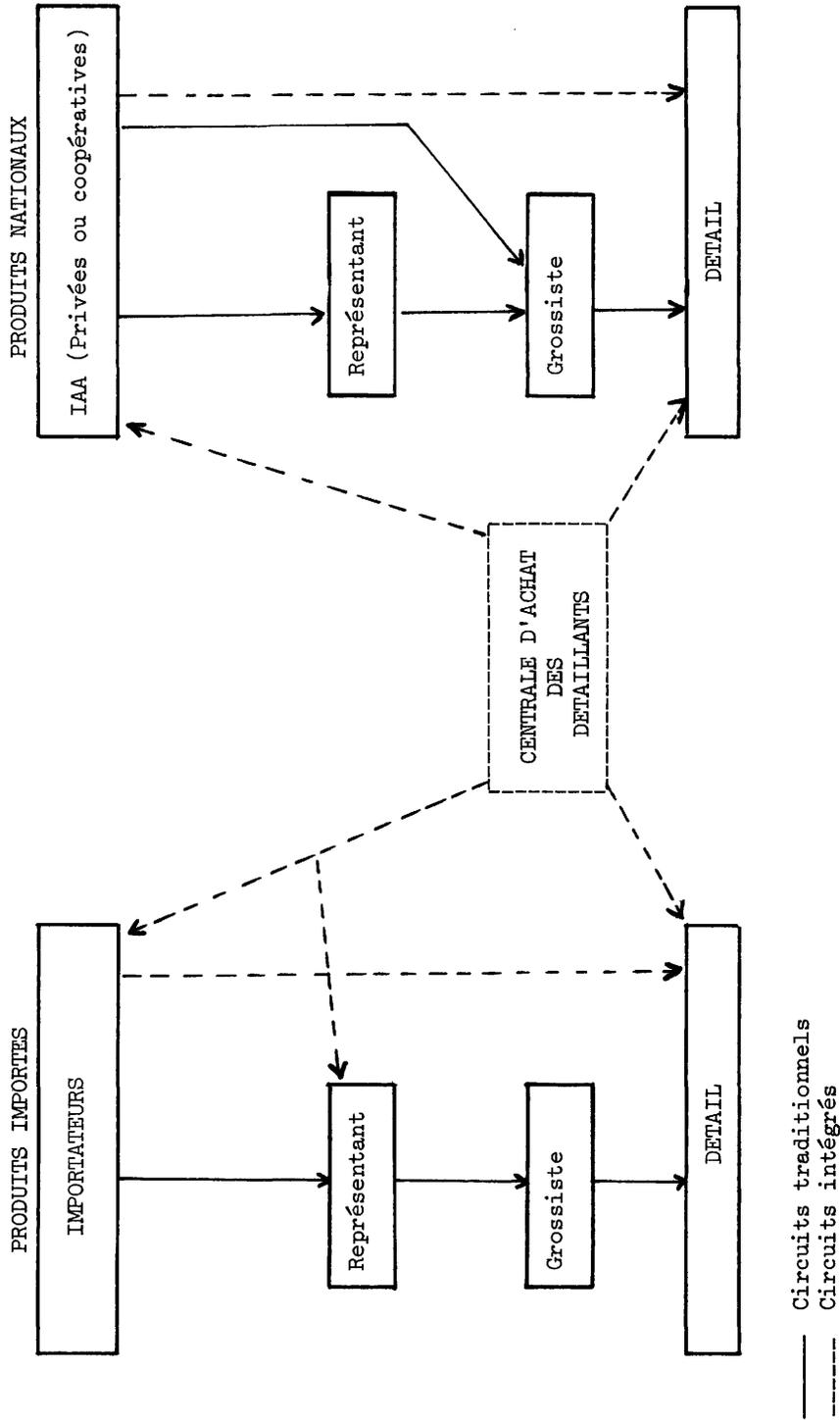
Cet ensemble de stratégies se ramène dans la pratique à deux tendances d'associations :

- le premier type visant à une concentration horizontale, c'est-à-dire à la mise en place de structures unissant plusieurs agents assurant les mêmes fonctions (détail alimentaire dans le cas qui nous intéresse) en vue de renforcer leur pouvoir. Ces formules d'associations sont fort diverses et seront étudiées ci-après en ce qui concerne la distribution alimentaire.
- le second conduit à la mise en place de liens verticaux. Que ces phénomènes d'intégration soient contractuels ou qu'ils correspondent à une intégration pure et simple, ils sont caractéristiques des modifications observées à divers niveaux dans les filières agro-alimentaires. De tels rapprochements ou prises de contrôle sont en général motivés soit par la nécessité que rencontre un opérateur face à l'exigence de son marché de réaliser dans de bonnes conditions ses approvisionnements soit par le désir que manifestent certaines entreprises de diversifier leurs activités, ce qui les conduit souvent et selon les circonstances à regarder tout d'abord vers leur amont ou leur aval.

Parallèlement à la prise de contrôle par certaines firmes agro-alimentaires ou d'importation de la fonction de gros (par contrat d'exclusivité ou par la création d'une filiale commerciale), on observe de nombreuses formes d'associations ou de prise de contrôle dans le commerce de détail qui conduisent à distinguer les formes d'organisation suivantes :

(1) Les schémas nouveaux de ces filières sont également donnés au Schéma 1.

SCHEMA I - LES MODIFICATIONS DES CIRCUITS COMMERCIAUX TRADITIONNELLS



A - Les indépendants

Les indépendants purs et simples

Entrent dans cette catégorie. Les entreprises commerciales n'ayant aucun lien financier, juridique ou contractuel entre elles ou même avec leurs fournisseurs. Il s'agit essentiellement d'entreprises de petites dimensions et de caractère familial(1).

Les indépendants associés

Plusieurs formules d'association peuvent être distinguées :

a) Une association entre détaillants

Cette association semble se développer en Grèce essentiellement sous la forme de SA, SARL ou de coopératives de détaillants. Au départ, cette formule a pour objet la création d'une centrale d'achat chargée de tout ou partie des approvisionnements des commerces associés. Elle peut conduire à la mise en place de règles commerciales uniformes au sein du group (politique de prix, publicité, gestion, etc...) et à l'adoption d'une enseigne commerciale unique. En fait les avantages offerts, les modalités d'adhésion, la politique interne et la stratégie de ces groupements varient sensiblement selon les cas. En général ces groupements, au départ spécialisés dans la fonction de gros ou de service aux entreprises adhérentes, ont tendance à se diversifier et à créer des surfaces de vente nouvelles de type super ou hypermarché.

b) Une association entre grossiste (s) et détaillants

La formule des "chaînes volontaires" est en général mise en place à l'initiative d'un ou de plusieurs grossistes. La première "chaîne volontaire" a été créée en 1968 par la firme HELLASPAR VEROPOULOS BROS SA (2) sous le nom de SPAR. Elle fonctionnait sous le même principe que la chaîne hollandaise du même nom (3).

(1) On trouve dans cette catégorie certains commerçants qui possèdent deux ou trois points de vente. Il s'agit là encore d'indépendants pur et simple, mais le développement de cette formule peut conduire à terme à la création de chaînes de magasins d'alimentation à succursales (MAS).

(2) Voir les paragraphes suivants.

(3) Cette chaîne ainsi que la chaîne ROVA créée par HELLASPAR quelques années plus tard ne fonctionne plus aujourd'hui. HELLASPAR a orienté ses activités vers la création de grandes surfaces.

B - Les grands magasins et magasins populaires qui sont de grandes surfaces de vente très diversifiées au sein desquelles on trouve un rayon d'alimentation, en général en libre service.

C - Les grandes entreprises spécialisées dans les grandes surfaces, ces entreprises intégrées (assurant également la fonction de gros) ont parfois des activités diversifiées, elles peuvent par exemple en parallèle assurer une fonction de gros et approvisionner d'autres détaillants, ou assurer l'exclusivité de certains produits comme des produits d'importation.

D - Les coopératives

Elles sont de deux types :

a) Les chaînes de magasins coopératifs peu nombreuses, une seule chaîne de ce type fonctionne en Grèce.

b) Les coopératives d'approvisionnement d'entreprises ou d'administrations. Ces entreprises fonctionnent comme les coopératives de consommateurs, avec faible participation financière à l'adhésion et ristournes sur les achats. Elles sont parfois utilisées comme outil de la politique sociale de l'entreprise ou de l'administration au sein de laquelle elles ont été créées.

E - Les magasins d'alimentation à succursales (MAS)

Ce type d'entreprises non encore développées en Grèce, gèrent directement, en concession ou en franchise des surfaces de ventes dites succursales. Le contrat de succursale direct est le plus contraignant puisqu'il ne permet pas au gérant d'acheter des marchandises en dehors de la centrale d'achat du groupe.

A l'opposé, la franchise qui correspond à une simple location d'enseigne (avec appui publicitaire important) et à une assistance en management ou en technologie peut être plus libérale. Entre les deux, le système de concession qui donne l'indépendance juridique au commerçant concessionnaire impose cependant à ce dernier de réaliser une partie plus ou moins importante de ses achats auprès de la centrale du groupe.

Le tableau suivant reprend la classification du commerce de détail alimentaire général, en fonction de différentes formes d'organisation. Ces informations concernent uniquement la région d'Athènes et non pas celle de Pireas, en 1976.

Tableau 46: Répartition des magasins de détail selon la forme d'organisation à laquelle ils appartiennent

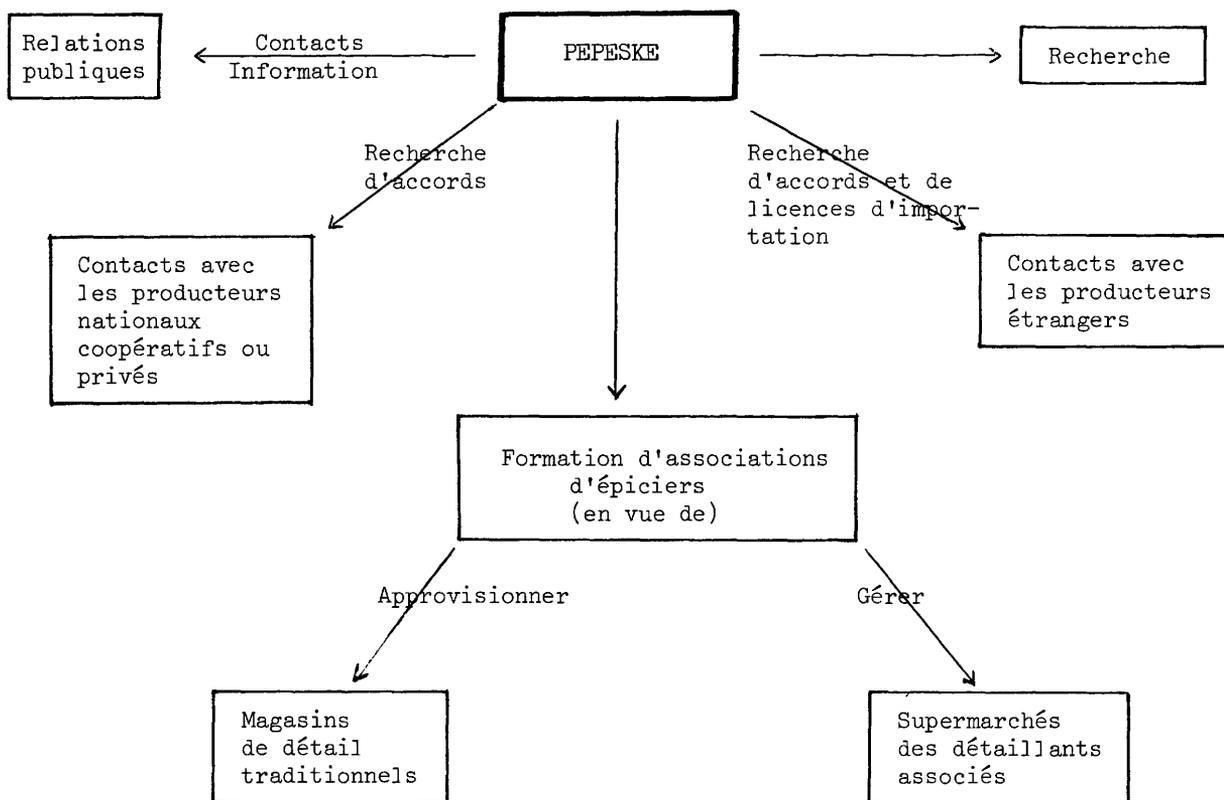
	Code	Nbre total d'établis.
Indépendants		3 898
Indépendants purs et simples + indép. possédant 2 ou 3 points de vente	I	2 048
Chaînes volontaires	CV	ε
Groupements de détaillants	GD	1 850
Coopératives de consommation	CC	6
Grands magasins ou magasins popul.	MP	12
Grandes entrep. spécialisées dans les grandes surfaces	G	49
- Grandes entreprises	GE	22
- Grandes entrep. ayant comme origine une chaîne volontaire	CV/GE	7
- Grandes entrep. ayant pour origine un groupement de détaillants	GV/GE	20
TOTAL		3 965

Source : "Recensement de détail alimentaire dans la région d'Athènes, RAFTOPOULOS, Athènes, 1976.

Deux associations professionnelles : deux stratégies de défense des intérêts des commerçants en alimentation

La quasi totalité des groupements de détaillants adhèrent à l'Union Fédérale des Entreprises, des Coopératives et des Associations de Détaillants Grecs (P.E.P.E.S.K.E.), fondée en Mai 1975 par 32 groupements représentant 6000 détaillants dont 1 400 étaient localisés dans la région d'Athènes. Elle regroupe actuellement 60 groupements de détaillants et près de 8 800 membres. Le schéma suivant donne une idée de la structure de cette association.

SCHEMA 2 : L'ORGANIGRAMME DE LA PEPESKE



1. PEPESKE
KRYONERION ATTIKI
Athènes
Te : 80 33009-10
Président : M.A. MAYROMMATIS

Les objectifs défendus et la stratégie appliquée sont ceux d'un syndicat professionnel. Le premier des buts poursuivis par la PEPESKE est la défense des intérêts des 60 groupements de détaillants qui y adhèrent, vient ensuite la conduite des négociations que peuvent mener collectivement les détaillants en vue d'améliorer leurs conditions de travail et leur situation économique. C'est ainsi qu'au cours des dernières années, la PEPESKE a mené des négociations auprès du gouvernement en vue :

- d'obtenir des conditions privilégiées de financement aussi bien à court terme pour faire face à leurs obligations commerciales qu'à long terme en vue de leur permettre de faire les investissements indispensables à l'amélioration de leurs activités tant dans le domaine de gros que dans celui de détail.
- d'accéder à des avantages fiscaux pour ses membres.
- de rechercher des règlementations communes pour le fonctionnement des magasins de détail et notamment en ce qui concerne les horaires d'ouverture.
- de se doter d'instruments de contrôle des loyers payés par les détaillants.

Au-delà des actions de défense de la profession, la PEPESKE assure les relations publiques des groupements adhérents auprès des mass-media, auprès des organismes similaires étrangers, etc... Elle a négocié dernièrement avec des entreprises agro-alimentaires nationales et étrangères des accords-cadres au sein desquels peuvent se faire les approvisionnements de ses adhérents. Egalement dans le dessein de faciliter les approvisionnements, la PEPESKE a annoncé son intention de créer un hypermarché de gros du type Cash and Carry dans lequel pourraient s'approvisionner ses membres.

Enfin la PEPESKE a assorti sa politique de négociation d'un certain nombre d'exigences supplémentaires du type :

- diminution des foires qui font concurrence à ses membres et contrôle des marchands sur les foires qui ne devraient être que des producteurs directs,
- privatisation des activités de détail des coopératives agricoles,
- et mise en place de contrats particuliers entre eux et les coopératives agricoles.

Il est indéniable que la PEPESKE a montré, depuis quelques années un certain dynamisme dans la défense de ses membres. Cependant un nombre limité de ses exigences ont été satisfaites. Ses activités sont en général bien accueillies par le gouvernement grec qui considère que l'avenir des petits magasins de détail est d'avantage un problème social qu'économique, et qui ne peut pas négliger un groupe de pression de cette taille et ainsi organisé. Selon les professionnels le plus grand succès de la PEPESKE est sans doute la suppression des timbres fiscaux imposés sur les achats de gros des groupements de détaillants (1). Cette association a également obtenu que des prêts importants à taux réduits (2) soient accordés aux groupement de détaillants en vue de faciliter leurs approvisionnements. Enfin, toujours à la suite de ce programme de revendications, le gouvernement s'est engagé à améliorer les services de la Caisse Mutuelle des Détaillants et a procédé à une revalorisation de la retraite des détaillants, cette retraite demeurant toutefois à un taux minimal.

Deux années après la création de la PEPESKE en Juin 1977, 112 grandes entreprises de distribution qui représentaient à l'époque, 28 % du chiffre d'affaire et occupaient 52 % des salariés de l'ensemble de la profession se réunissent et fondent l'Union des Entreprises de Supermarchés Grecques (SESME). Cette association est limitée aux entreprises commerciales organisées en "libre-service" sur surface de vente supérieure à 200 m².

Ainsi même, si la SESME s'est fixée à peu près les mêmes objectifs que la PEPESKE vu le type de ses adhérents, la démarche et la stratégie diffèrent sensiblement. Par exemple dans les revendications de la SESME, l'accent est mis sur :

- le manque de surfaces disponibles qui freine la création de grands magasins,
- l'importance des loyers qui deviennent une charge trop lourde pour des entreprises de distribution de cette taille,

(1) Ces timbres fiscaux de 2,5 % imposés une première fois au niveau de l'activité de gros et une seconde fois à celui de détail ne sont plus appliqués qu'une fois si les deux activités sont cumulées par le même groupe d'opérateurs (en l'occurrence lorsque les détaillants assurent également la fonction de gros), uniquement dans le cas de coopératives de détaillants.

(2) 2 % au dessous du taux officiel commercial.

- le coût du transport,
- et la rareté des vendeurs spécialisés et bien formés (1).

Mais le point essentiel de la stratégie de la SESME est d'arriver à différencier la position de ses membres de celle de la plupart des autres magasins de détail. Pour ce faire, la SESME propose que la nomination de supermarché soit réservée aux magasins possédant les rayons de produits suivants (2) :

- produits alimentaires transformés
- produits alimentaires frais
- détergents
- produits de beauté
- produits de ménage
- boissons
- habillement enfants
- traiteur
- pâtisserie, confiserie
- habillement chaussures
- livres, papeterie
- buvette (ce dernier rayon n'étant pas obligatoire).

Lorsqu'on connaît la taille moyenne des magasins se considérant en : libre-service, en Grèce, on imagine sans peine que la plupart d'entre eux ne mériteraient pas cette appellation si l'on retenait une définition aussi stricte (3). En différenciant ainsi leur situation de celle des autres magasins de détail, la SESME espère faciliter l'obtention d'avantages en ce qui concerne le financement et la réglementation des magasins de détail. Actuellement le point le plus discuté dans cette réglementation est celui des horaires d'ouverture des magasins. La SESME demande que l'on sépare l'horaire

-
- (1) Pour pallier à cette carence, la SESME a organisé des stages de formation de vendeurs.
 - (2) La SESME demande également qu'une licence globale soit accordée pour l'ensemble des rayons à une personne morale et non physique, alors qu'actuellement il faut obtenir une licence pour chaque rayon.
 - (3) Par ce biais, et en demandant un niveau de formation minimum pour les gens de la profession, la SESME entend d'une certaine manière placer des "barrières d'entrée" à la profession.

d'ouverture des magasins des horaires des employés (1) et propose que l'on établisse un horaire d'ouverture de 60 heures pour les magasins, et une semaine de 43 ou même 40 heures pour les employés. Tandis que la PEPESKE demande le même horaire pour les magasins et les employés.

Parallèlement à ces deux associations principales existent d'autres associations professionnelles comme : la Confédération Nationale des Détaillants Grecs, la Fédération de Détaillants de la Région d'Athènes, et l'Union des Détaillants de la Grèce du Nord.

1.3.3. La réglementation des prix agro-alimentaires

La réglementation grecque concernant les prix des produits industriels, distingue trois catégories de prix et de services :

- a) les produits et services fondamentaux non suffisants
- b) les produits et services fondamentaux suffisants
- c) les produits et services non fondamentaux

La première de ces catégories, où sont inclus la plupart des produits alimentaires, transformés ou non, fait l'objet d'une législation assez stricte fixant, comme on le verra plus loin, certains prix à la production et les différentes marges commerciales. Cette législation procède cependant davantage d'un contrôle des circuits et des marges prélevées aux différents niveaux d'opération de la filière qu'elle n'intervient dans la fixation des prix industriels.

Une présentation des grands axes de cette réglementation s'impose dans la mesure où la politique anti-inflationniste très stricte mise en place par les pouvoirs publics, avec blocage des salaires et des prix, a été appliquée avec rigueur sur certain nombre de produits alimentaires. La plupart de ces produits ont vu leurs prix gelés ou dans le meilleur des cas leurs hausses très contrôlées (lait frais, yoghourt, farine, pain, pâtes, viandes et certains fruits et légumes). Cette politique de contrôle des prix a été appliquée avec rigueur au cours de l'année 1978 et d'une façon plus modérée après Janvier 1979, à partir d'accords de modération dont les termes ont été fixés

(1) Sur ce point le syndicat des employés est d'accord.

par le gouvernement sur la base de négociations entre les représentants des industries productrices et l'administration chargée du contrôle des prix (dépendant du Ministère du Commerce).

Les marges commerciales officielles sont réunies dans la réglementation du service de contrôle des prix du 30/6/77 (référence A.Δ. 72/77). Cette réglementation consigne la liste des produits agro-alimentaires non suffisants et définit les marges commerciales en valeur relative (calculées sur la base du prix d'achat). Ces marges diffèrent selon les produits et selon les circuits de distribution. Les marges proposées ci-après correspondent aux produits retenus dans notre échantillon. Pour chacun de ces produits sont indiquées les marges maximum autorisées au niveau du gros et au niveau du détail.

Tableau 47: Marges commerciales officielles de certains produits agro-alimentaires

Produits	Marge de gros	Marge de détail
Huiles (toutes sortes)	5 %	10 %
Sel gros (*)	-	12 %
Farine	-	-
Grossiste	4 %	10 %
Grossiste-importateur	8 %	10 %
Lait frais pasteurisé	5 %	25 %
Beurre	6 %	16 %
Lait concentré sucré ou non, lait en poudre : grossiste	5 %	10 %
Grossiste-importateur	8 %	10 %
Sucre	4 %	10 %
Pâtes	6 %	10 %
Bières (**)	-	-
Grossiste	5 %	15 %
Importateur-grossiste	6 %	-
Café (***)	-	45 %
Riz parboiled	8 %	16 %
Fromage gruyère	12 %	28 %
Fromage kefalogniyère	9 %	25 %

Source : Réglementation du contrôle des prix
(A Δ) N°72/77

Dans le cas où le Ministère du Commerce fixe pour un produit un prix au détail, les marges fixées demeurent en vigueur uniquement si le prix de détail formé sur cette base ne dépasse pas le prix officiellement fini.

Il apparaît dans le tableau précédent que pour certains produits les marges de gros diffèrent selon l'origine du produit (essentiellement selon qu'il s'agit d'un produit national ou d'un produit importé). Lorsqu'une telle différenciation n'est pas exprimée, les marges sont les mêmes quelle que soit l'origine du produit. Trois produits présentent plus précisément des spécificités :

- * le sel gros, dont la production est assurée par un monopole d'état, qui ne fait pas de marge de gros,
- ** les bières pour lesquelles les firmes qui assurent la fonction de gros n'ont pas le droit de prélever de marge sur cette fonction (elles ne peuvent que répercuter dans leur prix de vente les frais qu'elles couvrent pour assurer la fonction de gros),
- *** les marges du café, qui ne sont pas portées sur ce tableau, sont plus complexes, puisqu'elles contiennent également les marges de l'industrie de torréfaction. D'une façon plus analytique, les marges sur le café se présentent comme suit :

	<u>Marges de gros</u>	<u>Marges de détail</u>
<u>Café frais</u>		
Grossiste-importateur	4,5 %	7 %
Grossiste	3 %	
<u>Café transformé</u> (y compris la transformation)		43 %

Dans de nombreux cas, il existe deux grossistes en "cascade" le long de la filière. Dans ce cas, la marge de gros ne double pas. Le tableau suivant indique la base sur laquelle on ramène la somme théorique des deux marges à une marge réelle (inférieure à cette somme) et que les deux grossistes se partagent.

Total du 1er et 2ème grossiste	10 %	diminution à	8 %
"	12 %	"	10 %
"	14 %	"	11 %
"	16 %	"	12 %
"	18 %	"	13 %
"	20 %	"	14 %
"	22 %	"	15 %
"	24 %	"	17 %
"	26 %	"	18 %
"	28 %	"	20 %
"	30 %	"	23 %

Le partage de cette marge entre le 1er et le 2ème grossiste se fixe sur la base d'un accord établi entre eux (1). Cependant, la présence d'un deuxième grossiste est formellement interdite dans les circuits des produits suivants : farine, lait frais, fromage, beurre, viande, poissons frais et congelés, huiles, sucres, boissons rafraîchissantes, café frais, pâtes, riz, olives.

Par ailleurs, l'appropriation de deux marges par la même personne physique ou morale est strictement interdite. Parallèlement au blocage des prix de détail, d'autres mesures anti-inflationnistes ont été proposées. Tout d'abord la liste des produits caractérisés comme "fondamentaux non-suffisants" a, depuis la mise en vigueur de ce règlement, considérablement augmenté et le nombre des produits dont les marges sont actuellement contrôlées augmente continuellement. En plus, le Ministère du Commerce se réserve le droit de définir une marge absolue dans le cas où il le jugerait nécessaire. L'inscription d'un prix de détail maximum qui peut être fixé par le producteur, sur l'emballage, a été discutée comme un facteur de stabilisation de prix et sera adoptée prochainement.

1.3.4. Analyse qualitative des groupes leaders dans la distribution alimentaire grecque

En l'absence d'une source statistique cohérente et suivie sur la distribution alimentaire au niveau national, nous avons procédé à une classification hiérarchique basée sur le montant d'actifs total et non sur le montant du chiffre d'affaires.

Le tableau suivant illustre quelques éléments du bilan des dix premières firmes dans la distribution alimentaire grecque. Elles sont dans leur quasi-totalité des firmes spécialisées dans le commerce de détail, à l'exception d'OLYMPIA qui est une entreprise de gros.

Tableau 48 - Les dix premières firmes dans la distribution alimentaire

(en 000 drachmes)

FIRME	CAPITAL SOCIAL	CAPITAUX PROPRES	ACTIF TOTAL	BENEFICES BRUTS	BENEFICES NETS	EMPLOYES	SIEGE
NIKI S.A.(1961) ¹							ATHENES
1975	35 000	42 635	189 669	125 888	7 679		
1976	70 000	81 962	297 180	207 168	10 664		
1977	70 000	86 159	388 859	266 793	9 657	550	

(1) Cependant la marge maximum que peut toucher un grossiste ne peut en aucun cas excéder la marge maximum permise dans le cas d'un grossiste individuel.

FIRME	CAPITAL SOCIAL	CAPITAUX PROPRES	ACTIF TOTAL	BENEFICES BRUTS	BENEFICES NETS	EMPLOYES	SIEGE
SKLAVENITES HELLENIC SUPERMARKETS S.A. (1971) ¹							
1975	12 000	16 939	87 988	29 334	2 757		ATHENES
1976	12 000	34 655	146 541	39 628	2 941		
1977	28 332	35 305	223 989	65 165	2 968	264	
VEROPOULOS BROS S.A. (1969)							
1975	18 000	19 935	108 385	60 871	4 107		ATHENES
1976	19 000	24 969	141 803	74 974	3 978		
1977	24 400	26 988	216 570	97 794	9 061	312	
ALFA VETA SUPERMARKET S.A. (1969)							
1975	15 000	25 368	86 362	47 267	10 206		ATHENES
1976	15 000	31 121	120 962	72 213	19 297		
1977	25 000	38 977	189 436	101 000	6 526	400	
MOUMTZIDIS G. BROS S.A. (1960)							
1975	20 000	29 712	76 244	19 138	2 094		SALONIQUE
1976	20 000	32 666	98 029	26 588	2 958		
1977	22 080	32 851	125 838	34 475	2 427	38	
ATHENA MARKET S.A. (1967)							
1975	28 230	35 960	79 378	31 360	10 870		ATHENES
1976	40 600	47 726	97 631	40 236	7 795		
1977	45 980	63 553	120 914	55 276	13 396	170	
GROSHELL MARKET S.A. (1970)							
1975	12 000	12 992	34 344	7 127	614		ATHENES
1976	12 000	19 172	44 480	5 235	...		
1977	12 000	13 077	78 455	22 008	1 606	110	
OLYMPIA S.A. (1969)							
1975	5 000	8 659	62 640	49 098	1 572		ATHENES
1976	5 000	11 067	64 407	57 721	4 550		
1977	5 000	8 358	78 100	48 596	(2 709)	88	
MARKET HELLAS GROCER'S UNION (1972)							
1975	11 710	14 689	41 737	10 349	2 761		ATHENES
1976	15 450	18 158	55 308	17 677	2 214		
1977	15 450	16 524	59 367	22 382	3 580	100	
PROODOS MARKET SARL (1971)							
1975	5 550	5 640	14 815	2 752	559		ATHENES
1976	10 680	10 492	31 067	7 324	(278)		
1977	13 170	13 282	42 370	15 047	(739)	60	

(1) L'année entre parenthèse indique soit la date de fondation soit la date de transformation en S.A. ou SARL d'une ancienne société personnelle.

Source : ICAP Financial Directory of Greek Companies.

Dans les pages qui suivent les cinq premiers groupes athéniens seront présentés rapidement, ainsi que le groupe "CONSUMER" qui présente un intérêt du point de vue du statut juridique.

"PRISUNIC MARINOPOULOS"

Il s'agit de deux sociétés liées. On trouve tout d'abord ETAVIC S.A. qui est la centrale d'achat assurant l'approvisionnement de la chaîne PRISUNIC MARINOPOULOS. Le capital d'ETAVIC (qui atteignait 10 milliards de drs en 1969) se répartit comme suit : M.H. ZACHARIAS (GRECE) 50 %, SAPAC SARL (FRANCE) 25 % et FELIX POTIN (FRANCE) 25 %. Ensuite, NIKI S.A. créée en 1962 : société des magasins à l'enseigne PRISUNIC MARINOPOULOS, créatrice du premier libre-service en Grèce en 1966-67. L'affiliation à Prisunic remonte à 1966. En 1972, sous l'enseigne PRIX BAS-MARINOPOULOS, une nouvelle société est créée, dont les activités concernent le commerce de l'habillement.

Actuellement la société NIKI S.A. comprend dix magasins dans la région d'Athènes et trois à Salonique. Cet ensemble de magasins réunit une surface totale de vente d'environ 12 200 m² (y compris un hypermarché dans la banlieue d'Athènes).

En moyenne 40 % de la surface des magasins est consacrée à l'alimentation. Les magasins sont généralement organisés de la façon suivante : la partie consacrée à l'alimentation a adopté le système de libre-service, tandis que les autres rayons sont organisés en libre choix. Seul l'hypermarché est en totalité libre-service. Une très grande importance est donnée aux rayons autres que l'alimentation . L'approvisionnement de ces magasins est entièrement centralisé, les achats sont effectués par le siège et sont répartis ensuite à partir d'un entrepôt central (5 000 m² bâtis sur un terrain de 30 000 m²).

Pendant la période 1974-1978, le chiffre d'affaires de la firme a connu une augmentation annuelle entre 30 et 40 %. Ce rythme de croissance lui permet de créer un nouveau magasin par an. Quelques chiffres plus détaillés peuvent nous donner une image du dynamisme de la firme.

Tableau 49 : L'EVOLUTION DE LA FIRME PRISUNIC-MARINOPOULOS (en 000 drs)

Source : Revue "Self Service"

	30/6/74	30/6/75	30/6/76	30/6/77	30/6/78
Chiffre d'affaires	639 333	893 780	1 186 600	1 564 839	2 034 966
Nombre de magasins	10	10	11	12	13
Surface de vente (m ²)	7 870	7 870	9 150	10 230	12 230
Capital social	48 500	61 292	76 307	76 307	96 416
Réserve	203	7 663	20 350	27 871	31 125
Capitaux fixes	94 378	113 574	142 386	210 102	286 840
Capitaux circulants	91 527	110 370	175 461	233 698	344 212
Trésorerie	12 210	35 921	60 154	52 322	22 012
Investissements	17 111	19 196	28 812	67 716	76 738
Amortissements	14 618	14 852	14 803	17 266	26 202
Bénéfices av. amortiss.	25 717	26 526	31 923	36 885	48 075
Masse salariale	39 203	50 759	71 960	99 492	130 693
Nombre d'employés	516	552	570	669	737

Les principaux problèmes évoqués par les dirigeants de la chaîne sont les suivants :

a) L'incapacité de l'industrie à répondre aux besoins du commerce des grandes surfaces, surtout dans le domaine des gros emballages qui permettraient le discount

b) Les frais de transport et de loyer demeurent trop élevés

c) Les vendeurs sont "occasionnels" et non professionnels, il en découle un comportement non efficace. Pour faire face à ce problème, la firme PRISUNIC-MARINOPOULOS a créé une école faisant appel à des outils audio-visuels afin d'entraîner ses vendeurs. Mais à partir de cette action, la mobilité des vendeurs s'est trouvée fortement augmentée.

I.S. SKLAVENITIS S.A.

Les débuts des activités de I.SKLAVENITIS (Société de personnes à l'époque) se situent autour de 1955. Cette entreprise réalisait essentiellement le commerce de gros. En 1968, alors que les circuits commerciaux commencent à se raccourcir, le commerce de gros entre dans une période de crise. I.S. SKLAVENITIS crée une nouvelle société : la TELEXYP (télé-service) spécialisée dans la livraison des articles à domicile à partir de commandes téléphoniques. En 1970, la société TELEXYP a élargi sa surface de vente à 4 000 m² sur cinq étages dont deux spécialisés dans l'alimentation.

En Mai 1971 la Société TELEXYP a été remplacée par une nouvelle société de type société anonyme : la I.A. SKLAVENITIS S.A. Cette nouvelle société ne renonce pas entièrement aux activités de gros, puisqu'elle conserve des fonctions de ravitaillement pour des compagnies maritimes. Mais ses activités principales se situent dans le domaine du détail alimentaire.

Actuellement, la chaîne "SKLAVENITIS" comporte 7 supermarchés, dans la région d'Athènes et de Pirée, où on trouve environ 2 000 articles. Il s'agit de surfaces relativement grandes, situées dans la périphérie ou les quartiers lointains, mais toujours à proximité des noeuds routiers ou à la frontière de quartiers. L'intérêt que présente leur localisation à laquelle s'ajoutent : une politique de gros-emballage, une pratique de prix bas et certaines facilités du type parking ou livraison à la maison, visent à attirer la clientèle du centre ou de la semi-périphérie proche du centre.

La société a connu une croissance très rapide, son chiffre d'affaires en 1978 était de 1,4 milliards de drachmes dont 80 % réalisé dans le domaine alimentaire.

HELLASPAR (VEROPOULOS BROS S.A.)

La firme VEROPOULOS est une maison très ancienne puisque sa fondation remonte à 1880. En 1935, la firme adopte le statut de la Société Anonyme. Elle réalise à l'époque essentiellement des activités de gros et d'import-export. Depuis, en diversifiant ses activités, la firme VEROPOULOS a créé deux chaînes volontaires SPAR (1968) et ROVA (1969) situées exclusivement dans la région d'Athènes et de Pirée (1). Les adhérents à cette chaîne gardaient la propriété de leurs magasins, mais s'engageaient à respecter une politique commune des prix, à s'approvisionner à la centrale d'achat de SPAR (1000 articles environ) et à porter le sigle "SPAR" ou "ROVA". Deux types d'accord étaient alors possibles :

- l'adhésion qui comportait le versement d'une garantie,
- ou l'affiliation.

Les détaillants jouissaient alors de certaines facilités d'approvisionnement (importation massive de produits, accords spéciaux avec les firmes agro-alimentaires) et d'une publicité intensive.

En 1973, la firme VEROPOULOS crée son premier supermarché, d'une surface de 600 m² à l'enseigne "HELLASPAR". L'évolution est depuis ce temps très rapide, en 1978 on comptait 9 supermarchés HELLASPAR (8 localisés à Athènes et 1 à Salonique) d'une surface totale de 9 000 m², atteignant un chiffre d'affaires de 1,2 milliards de drachmes, ce qui correspond à 132 000 drs de vente par m² et à 4 100 000 drs de vente par employé.

Le développement de l'activité de la firme VEROPOULOS dans le domaine des grandes surfaces coïncide avec la décadence du système de chaînes volontaires. Les activités de gros d'HELLASPAR vers les détaillants affiliés diminuent. L'explication donnée par la firme de cette situation réside dans le faible taux de fidélité des détaillants. Ceux-ci gardent néanmoins l'enseigne "SPAR" tandis que les supermarchés sont exploités sous le nom d'"HELLASPAR".

Malgré la disparition de son activité de gros jouée par la centrale d'achat pour les chaînes volontaires, la firme garde son caractère polyvalent par :

- la continuation de ses activités d'agent importateur-exportateur ;
- sa participation à l'Hellenic French Canning Co S.A. Conserves de viandes et de poissons à travers sa filiale SPARCO ;

(1) Selon nos informations cette chaîne volontaire a été bâtie selon le modèle de la chaîne SPAR suédoise, sans participation financière de cette dernière. On constate toutefois dans la répartition de son capital, la présence de FETCH W.F. and Co de la RFA.

- par la création de ses propres marques de distribution (SPAR, VERO) sous lesquelles sont commercialisées les plats cuisinés fabriqués par MINOKI, les conserves de fruits fabriquées par INTRA, les conserves de calamars en provenance des USA, les conserves de sardines en provenance du Portugal, et les produits dont elle assure l'emballage et parfois le conditionnement comme riz, purée de pommes de terre. Ces produits sous marque de distribution sont souvent vendus en gros emballage.

ALFA-VETA

La société ALFA-VETA G. VASIPOPOULOS SUPERMARKET S.A. gère 7 supermarchés dans la région d'Athènes, qui présentent une surface totale de vente d'environ 8 000 m². G. VASSILOPOULOS fondateur de la Société ALFA-VETA en 1969, exerce le commerce de gros depuis 1948. En 1952, il fonde la Société "OLYMPIA" qui devient société anonyme en 1966. Ses activités sont alors cantonnées dans l'importation et la commercialisation des produits alimentaires. En 1969, OLYMPIA S.A. s'associe à C.P.C. HELLAS créé en vue de fabriquer la gamme de produits "KNORR" dont l'importation et la représentation étaient assurées jusqu'alors par Olympia S.A. C'est dans ce contexte qu'est fondée KNORR-HELLAS en 1968. Ainsi la CPC HELLAS filiale de la CPC EUROPE, gère deux sociétés soeurs : l'OLYMPIA SA et la KNORR HELLAS SA (1).

Selon les informations recueillies il n'existe aucun lien financier entre OLYMPIA SA et la chaîne ALFA-VETA mais M. VASSILOPOULOS préside les deux conseils de ces sociétés. OLYMPIA SA assure en plus de sa fonction de gros et d'importation, une partie des approvisionnements des magasins de la chaîne "ALFA-VETA". M. VASSILOPOULOS a créé en parallèle une deuxième entreprise de gros ATALANTA SARL, qui a obtenu le monopole de commercialisation, dans la région d'Athènes, des produits de la coopérative OMOSPONDIA, situation qui a provoqué de vives réactions de la part des autres détaillants alimentaires.

Les magasins de la chaîne "ALFA-VETA" se spécialisent dans des produits importés, produits alimentaires de luxe. Une très grande importance est donnée aux autres rayons que l'alimentation, surtout dans l'habillement et les produits de beauté (2). Ne faisant pas une politique de prix mais plutôt une politique de produits de qualité sur une grande échelle, la plupart des ces magasins se situent dans des quartiers résidentiels. Ils sont destinés à une clientèle "aisée" dont le pouvoir d'achat est considérablement supérieur à la moyenne et les goûts différenciés.

(1) Produits de la KNORR HELLAS SA : a) produits à base de pommes de terre
b) sauces semi-préparées
c) cubes et soupes
d) gâteaux instantanés
e) riz Barba Ben (parboiled)

(2) Selon le rapport du Centre National du Commerce Extérieur Français, le C.A. de l'alimentation représente de 15 à 20 % du chiffre d'affaires total de la chaîne ALFA-VETA.

"ATHENA MARKET"

"ATHENA MARKET" SARL est la plus importante coopérative de détaillants créée dans le domaine de la distribution alimentaire en Grèce. Cette société a été fondée en 1967 par 33 détaillants-épiciers. Actuellement elle compte 140 membres actionnaires dont elle assure l'approvisionnement. Elle gère également cinq supermarchés d'une surface totale de vente de 5 000 m², où sont employés 100 personnes.

Pendant la période 1972-1977, elle a présenté une évolution dynamique, en 1972 elle ne possède qu'un seul supermarché (400 m²), distribue 4 800 produits et présente un chiffre d'affaires annuel de 150 000 000 drs. En 1977 elle possède cinq grandes surfaces et son chiffre d'affaires annuel est de l'ordre de 750 000 000 drs. Les deux tiers de ce chiffre d'affaires proviennent des supermarchés et le reste des activités de gros. Elle a en plus créé une filiale "ATHINAIS" spécialisée dans la transformation et la normalisation des produits alimentaires tels que le riz, les légumes secs, etc... Elle possède enfin des installations de stockage à KRYONERION (entrepôt de 3 500 m² où on trouve 10 000 références), où se trouve également le centre de gestion informatisé et où sont employées environ 200 personnes.

Les conditions préalables d'adhésion sont les suivantes :

- exercer la profession de détaillant alimentaire (de ce fait les grossistes en sont exclus);
- réaliser des achats annuels d'un montant au moins égal à 1 500 000 drs ;
- déposer une garantie de 30 000 drs ;
- accepter l'approvisionnement obligatoire pour la centrale d'achat de la société ;
- accepter l'enseigne "ATHENA MARKET" et la discipline aux décisions de la politique commune des prix.

Pour obtenir cette adhésion il faut, après une période d'essai d'une année, poser sa candidature. Si cette dernière est acceptée, le nouveau membre participe au capital de l'entreprise en achetant un nombre limité d'actions. Le partage du profit s'effectue pour moitié sur la base des achats réalisés à la Société ATHENA et pour moitié sur la base des actions de chaque membre (30 % du profit total cependant est réinvesti).

La société assure l'approvisionnement de ses membres à bas prix, elle accorde des facilités de crédit, effectue des importations collectives, donne des conseils en matière technique, etc...

Les domaines sur lesquels ATHENA MARKET fera porter ses efforts dans les années à venir seront : a) l'augmentation du nombre de ses membres b) l'augmentation des capitaux disponibles c) la création de nouveaux supermarchés.

CONSUMER

Cette chaîne n'est pas très importante du point de vue économique mais elle présente un intérêt puisque il s'agit de la première coopérative de consommateurs créée dans le détail alimentaire en Grèce.

La coopérative CONSUMER, fondée en 1966, est organisée comme la coopérative "Consumer" de Suède qui a aidé à sa création. Les principes du consumérisme grec sont :

- la libre inscription des membres ;
- l'administration démocratique et contrôle de la coopérative par les adhérents ;
- des ristournes sur la base des achats réalisés par chaque membre ;
- neutralité politique et religieuse
- formation des cadres.

La cotisation est de 3 000 drs. Mais il existe des participations volontaires pouvant atteindre 50 000 drs chacune. L'Assemblée Générale se réunit deux fois par an.

Actuellement la chaîne coopérative "CONSUMER KATANOLOTIS" réunit 7 500 membres et gère 14 grandes surfaces de type self-service. De ces 14 magasins, six seulement sont installés à Athènes, les autres étant dispersés dans plusieurs régions de Grèce. Les ventes pour l'année 1977 représentaient la somme de 400 000 drs.

PARTIE II - EVOLUTION DE LA
CONCENTRATION DANS LES IAA

2.1. REFLEXION THEORIQUE

L'objet de ce chapitre est de mesurer à l'aide de quelques indicateurs économétriques le degré et l'évolution de la concentration dans différents secteurs de l'industrie agro-alimentaire en Grèce.

L'évolution de la concentration dans les IAA en Grèce sera abordée en deux parties principales :

- dans un premier point il est apparu important de préciser de façon rapide la méthodologie suivie et les difficultés rencontrées,
- dans un deuxième point, l'évolution de la concentration sera analysée pour l'ensemble des IAA (sans boissons) et à titre introductif pour cinq sous-secteurs parmi les onze retenus dans cette recherche.

Comme cela a été fait dans un certain nombre de pays du Marché Commun, la concentration a été mesurée à partir d'une série d'indices selon la méthodologie proposée par Rémo LINDA et brièvement présentée dans cette partie introductive. Parallèlement à ces mesures et afin d'apprécier les écarts entre les firmes, chaque analyse sectorielle de la concentration sera appuyée par l'analyse d'une matrice du déséquilibre tenant compte à la fois de l'écart maximum observé entre 2 firmes (cet écart se situant en général entre la dernière entreprise de "l'arène" oligopoliste et la première des entreprises constituant la "frange") et de l'écart moyen observé entre les entreprises analysées. Ainsi la variable classée en première position (score minimum) est celle pour laquelle le degré d'hétérogénéité entre les firmes est le plus fort.

2.1.1. Les indices

Depuis fort longtemps, économistes et statisticiens se sont efforcés de mettre au point des indices plus ou moins précis et plus ou moins raffinés, susceptibles de traduire le degré de concentration d'un ensemble.

Un certain nombre de ces indices ont été utilisés dans les études de la concentration effectuées dans le cadre de la Communauté Economique Européenne pour le compte de la division de la concurrence. Nous reprendrons ici les principaux d'entre eux en insistant sur leurs avantages et inconvénients.

2.1.1.1. Indicateurs de concentration "absolus" et "relatifs"

A partir d'indicateurs de concentration "absolus", il est possible de mesurer la grandeur des unités économiques par rapport à l'ensemble considéré, avec les indicateurs "relatifs", la grandeur des unités par rapport à d'autres.

Les conditions auxquelles doivent répondre les méthodes de calcul dépendent du but visé. Pour les études de la concentration économique effectuées dans la Direction Générale de la Concurrence, les méthodes ont été choisies en vue de refléter la situation de la concurrence dans certains secteurs étudiés et de permettre de comparer les situations observées aussi bien de façon statique que de façon dynamique.

2.1.1.2. Les indicateurs retenus par la Direction Générale de la Concurrence

a) La moyenne arithmétique ($\bar{X} = \frac{X}{n}$)

Elle est définie comme la valeur moyenne de la variable par unité d'un ensemble considéré. Elle n'est pas un indicateur de concentration au sens strict mais elle peut être utilisée comme première caractéristique de la grandeur absolue des unités économiques. Elle présente un certain intérêt en tant que valeur, se substituant à la diversité des valeurs individuelles concrètes et en tant que terme de comparaison.

b) Le taux de concentration

Il mesure la part occupée par n entreprises dans le total de l'ensemble des entreprises d'un échantillon pour une variable donnée.

Ces indicateurs demeurent partiels et imparfaits car ils ne permettent pas de définir les caractéristiques des différents ensembles considérés.

2.1.1.3. Les indices choisis (Cf. Tableau 50)

a) Le coefficient de variation

Il mesure le rapport de l'écart-type de la distribution d'une variable et de la moyenne de cette distribution. Il mesure donc la dispersion relative des valeurs d'une variable autour de la moyenne.

Plus grand est le coefficient de variation, plus forte est la dispersion.

b) Le coefficient de Gini

Il mesure uniquement la déviation par rapport à la distribution uniforme et donc la concentration interne entre les éléments de l'ensemble.

c) L'indice Herfindal-Hirschman

Il peut être considéré comme le coefficient de variation pondéré par le nombre d'unités de référence. Il prend en considération tous les points de la courbe de concentration et donc aussi bien le nombre absolu des unités de référence, que l'inégalité de la distribution.

Il s'agit donc d'un indice "absolu". La plus haute valeur que l'indice H.H. peut atteindre est 1 et la plus faible $\frac{1}{n}$. Dans le premier cas, il n'existe qu'une seule unité de référence, laquelle retient la valeur totale de la variable. Dans le second cas, toutes les unités de référence sont de même taille (distribution uniforme), la valeur de la variable tendant vers 0 à mesure que s'accroît le nombre des unités de référence. En cas de distribution uniforme, l'importance de la concentration est donc uniquement déterminée par le nombre des unités de référence.

d) L'indice d'Entropie

Il fournit le moyen de calculer le niveau de concentration absolu. Grâce à sa construction il est possible de quantifier exactement la modification de la concentration dans le temps.

Tableau 50 - Indices de concentration

	Limites	
	Inférieures	Supérieures
<p>V = coefficient de variation</p> $V = \frac{\sqrt{\frac{\sum_{i=1}^n (x_i - M)^2}{n}}}{M}$	0	$\sqrt{(n-1)}$
<p>G = coefficient de Gini</p> $G = \frac{1}{n \cdot \bar{x}} \sum_{i=1}^n [(i-1) \cdot Fx_i - i \cdot Fx_{i-1}]$	0	$\frac{n-1}{n}$
<p>H = indice Herfindahl-Hirschman</p> $H = 1000 \frac{v^2 + 1}{n} = \frac{1000}{\bar{x}^2} \sum_{i=1}^n x_i^2$	$\frac{1000}{n}$	1000
<p>E = indice d'entropie</p> $E = 100 \sum_{i=1}^n \frac{x_i}{\bar{x}} \log \frac{x_i}{\bar{x}}$	$100(-\log n)$	0

La définition de ces formules est donnée par des séries statistiques simples. On suppose donc que pour chaque unité de l'ensemble la valeur de la variable est connue.

Les symboles utilisés sont les suivants :

n = nombre d'unités dans un ensemble ;

\bar{x} = valeur globale de la variable dans un ensemble ;

i = unité i ;

x_i = valeur de la variable pour l'unité i ;

Fx_i = valeur cumulative de la variable jusqu'à l'unité i.

e) Le système des indices Linda (1)(2)

Ce système d'indices s'applique à la concentration (ou à l'inégalité) oligopolistique et, étant donné la complexité polyédrique de cette concentration :

- il semble opportun de ne pas se limiter à un seul indice et de procéder à l'élaboration d'un système d'indices ;

- ce système ne s'applique pas à la totalité du secteur examiné, mais exclusivement à l'échantillon des grandes entreprises (n*).

Il est évident que le choix de cet échantillon n'échappe pas à un certain empirisme dont on cherche toutefois à surmonter et à éliminer les effets en usant d'élaborations et de critères -rigoureusement quantitatifs et objectifs- pour calculer les divers indices constituant le système.

-
- (1) L'indice L a été formulé pour la première fois par R. LINDA sous le titre "Le système des indices d'équilibre et leur application concrète à la sidérurgie des Etats-Unis" dans la "Rivista di Politica Economica" Roma, en 1967. Par la suite, il a repris et développé cette approche économétrique dans divers ouvrages : "Concurrence oligopolistique et planification concurrentielle internationale" (2ème Partie) in "Economie Appliquée", Archives de l'ISEA, 1972, N° 2-3 ; "Problèmes of economic concentration and competition : Methodological Approach for analysing relationship between large enterprises" (Fondation Agnelli, Doc. de travail n° 2 - "Analyse dualistique : approches méthodologiques", Turin, novembre 1974) ; "Static and dynamic methods for analysing industrial concentration : the Italian Case", dans "Markets, corporate behaviour and the state-international aspects of industrial concentration" publié par A.P. JACQUEMIN et H.W. DE JONG, 1976, Stenfert Kroese, Leiden (Pays-Bas).

En ce qui concerne la littérature étrangère sur le système des indices en question, il faut rappeler, entre autres, dans l'ordre chronologique, les travaux de Jacques DE BANDT : "Mesures de la dimension des unités de production - Problèmes de méthodes" Ed. Cujas, Paris, mai 1970, pages 44-46 ; de Yves MORVAN "La concentration de l'industrie en France", Libr. A. Colin, Paris 1972, pages 188-192 ; de Charles MARFELS "A new look at the structure of oligopoly", dans "Zeitschrift für die Gesamte Staatswissenschaft", J.C.B. MOHR (Paul SIEBECK), Tübingen, avril 1974, pages 249-270.

- (2) Extrait de R. LINDA : "Méthodologie de l'analyse de la concentration appliquée à l'étude des secteurs et des marchés" - Commission des Communautés Européennes, Bruxelles, 1976.

D'une manière générale l'échantillon doit englober la totalité des principales entreprises, couvrir au moins les 2/3 du chiffre d'affaires ou des effectifs du secteur étudié mais exclure, en revanche, les unités ou entreprises ayant moins de 1 % du total de la variable, lesquelles pourraient difficilement être considérées comme oligopolistiques (c'est-à-dire dotées d'un certain pouvoir sur la courbe de la demande et sur le prix). Plus généralement, n^* peut à la limite comprendre de 6 à 8 unités ou entreprises au minimum et de 60 à 70 au maximum, suivant l'ampleur et "la densité oligopolistique" du secteur.

Pour la suite de l'exposé, il faut garder présent à l'esprit que toutes les unités ou entreprises considérées sont classées par ordre décroissant, à commencer par les plus grandes ($i = 1$) jusqu'à la plus petite de l'échantillon ($i = n^*$).

Les symboles et les formules relatives au système d'indices sont les suivants :

n = Nombre total d'unités (entreprises ou unités d'activité économique) qui constituent le secteur ;

n^* = Nombre d'unités prises en considération :

- soit dans chaque hypothèse 2, 3, 4, 8, 10, 12, 15, 20, etc...
- soit constituant l'échantillon analysé.

L'indice Linda se définit comme suit :

$$L = \frac{\sum_{i=1}^{n^*} \frac{EO_i}{n^*}}{n^* - 1}$$

où :

$$EO_i = \frac{\frac{A_i}{i}}{\frac{A_{n^*} - A_i}{n^* - i}} = \frac{n^* - i}{i} \frac{A_i}{A_{n^*} - A_i} = \frac{n^* - i}{i} \frac{A_i}{1 - A_i}$$

A_i = Part cumulative des i entreprises de l'ensemble pris en considération

$A_{n^*} = 100 \% = 1$

c'est-à-dire :

- L'indice L ou L_{n^*} est la moyenne arithmétique des $(n^* - 1)$ rapports d'équilibre oligopolistique (EO) dont chacun est préalablement divisé par n^*

- Chaque rapport EO est exprimé par la taille moyenne des i premières entreprises et celle des $(n^* - i)$ entreprises résiduelles où i prend successivement les valeurs de 1 (exprimant le rapport entre la taille de la première entreprise et la taille moyenne de toutes les autres entreprises de l'échantillon du secteur pris en considération) jusqu'à $n^* - 1$; c'est pour cette raison que le nombre des rapports EO en cause est égal justement à $n^* - 1$.

Les limites inférieures et supérieures de l'indice L sont respectivement $\frac{1}{n^*}$ et ∞
On pose ensuite :

n_m^* = Nombre des unités correspondant à la valeur minima de l'indice L à l'intérieur de l'échantillon analysé (1).

n_h^* = Nombre des unités correspondant à la valeur minima de l'indice L, dans l'intervalle de $n^* = 2$ à n_m^* .

Les n_m^* indiquent le nombre des entreprises correspondant à la valeur minima de l'indice L, à l'intérieur de l'échantillon (n^*) pris en considération, tandis que $L_{n_m^*}$ est justement la valeur de l'indice L correspondant.

La moyenne arithmétique des indices L, à partir de L_2 jusqu'à $L_{n_m^*}$ inclus, donne l'indice L_s , exprimant le degré d'équilibre et de concentration entre les n_m^* premières entreprises du secteur.

La formule sera donc :

$$L_s = \frac{\sum_{n=2}^{n_m^*} L_n^*}{n_m^* - 1}$$

Les courbes structurelles des indices L - Le concept de l'arène oligopolistique

Bon nombre de spécialistes ont analysé, sur un plan strictement méthodologique la structure et les caractéristiques du système d'indices en question (J. DE BANDT, Y. MORVAN, C. MARFELS, etc...).

(1) Il est essentiel de préciser la définition rigoureuse de minimum de l'indice Linda (n_m^* et $L_{n_m^*}$) comme suit : le minimum correspond exactement au "premier point" (n^*) de l'échantillon que l'on rencontre à partir de gauche (soit de $n^* = 2$) pour lequel la valeur de l'indice Linda est inférieure aussi bien à la valeur (de cet indice) qui la précède qu'à celle qui le suit = $L_{n_m^* - 1} > L_{n_m^*} < L_{n_m^* + 1}$. Par minimum, on entend donc le "premier minimum".

Par souci de concision, on se limitera ici à exposer les différentes applications concrètes dudit système.

Il convient de prendre comme point de départ la représentation graphique du système.

- En indiquant sur l'axe des abscisses les diverses hypothèses de 2 à n^* (c'est-à-dire le total de l'échantillon des grandes entreprises considérées), on aura sur l'axe des ordonnées la série de divers indices (L_2, L_3, \dots, L_{n^*}) qui permettra d'établir une courbe structurelle (dite courbe de Linda) dont le point le plus bas n_m marque la séparation, selon une convention purement quantitative, entre les grandes entreprises -qui forment pour ainsi dire, dans de nombreux cas, une sorte d'"arène oligopolistique"- de toutes les autres entreprises du secteur et de l'échantillon.

Le tableau de la page suivante donne un exemple de courbe structurelle ou apparaissent :

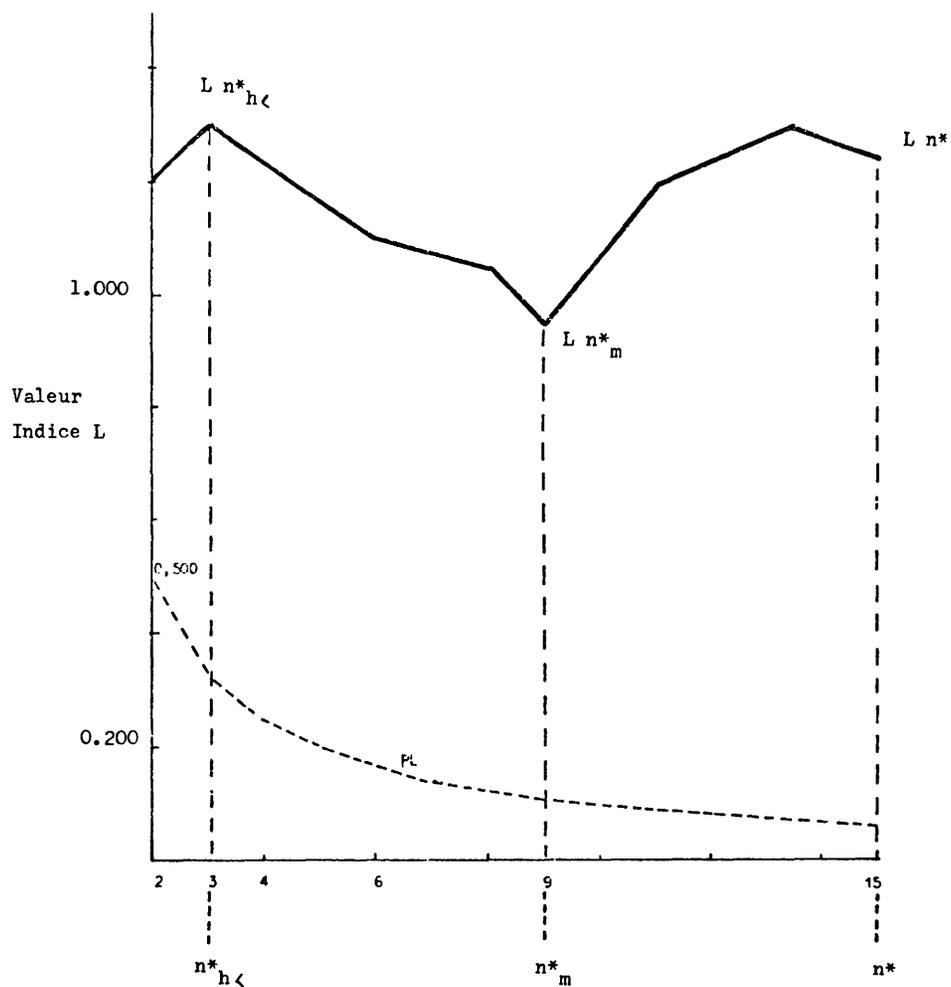
- l'échantillon n^* pris en considération, soit 15 dans ce cas précis ;
- le point minimum (n_m^*), soit 9 ;
- le point maximum (n_h^*), soit 3 ;
- la courbe exprimant l'équilibre parfait des forces (celle que Morvan a appelée dans son manuel, "Le Modèle Concurrentiel", ou MC) qui correspond, pour chaque hypothèse de n^* , à $\frac{1}{n^*}$ (toutes les entreprises considérées dans l'hypothèse et chacune d'elles ayant la même dimension ou part de la variable) (1).

Le concept d'"arène oligopolistique" appelle quelques remarques. L'essence de la définition oligopolistique réside dans l'interdépendance du pouvoir ou, pourrait-on dire aussi, le "pouvoir interdépendant" ; les autres caractéristiques (et en particulier le nombre réduit des sujets économiques) sont ou la prémisse ou le corollaire de cette définition. Traduire semblable définition sur le plan quantitatif est toutefois difficile. Dans le système d'indices Linda, on a recours au critère de la "minimisation" (n_m^*), étant donné que ce minimum précède, par définition, le bond vers le haut de l'indice L, qui suit et qui provient du fait que l'entreprise suivante est beaucoup plus petite -ce qui traduit une "rupture dimensionnelle"- par rapport à l'entreprise qui précède et marque le "point minimum" de l'indice L.

(1) Voir : R. LINDA, Le système des indices d'équilibre et son application concrète à la sidérurgie des Etats-Unis, in "Rivista di Politica Economica", Roma, 1967 ;

Y. MORVAN, La concentration de l'industrie en France, Paris, 1972, p. 190

Tableau 51 : Exemple de courbe structurelle des Indices L
(ou de LINDA)



Hypothèse de l'échantillon : $n^* = 15$

Point maximum $n^*_{h<} = 3$

Point minimum $n^*_{m} = 9$

PL = Equilibre des forces = $\frac{1}{n^*}$

ou $n^* = 2, 3, \dots, 15$

A ce sujet, il faut garder présent à l'esprit le mécanisme de l'indice, où le parfait équilibre (PL) ou modèle concurrentiel (MC) est représenté par $\frac{1}{n^*}$ (hypothèse dans laquelle toutes les entreprises sont de la même taille). Il en résulte que la valeur $\frac{1}{n^*}$ tend nécessairement à diminuer à mesure qu'augmente le nombre n^* des entreprises considérées (comme il ressort également de la fonction $PL = MC$, indiquée dans le graphique du tableau 51).

En conséquence, si, à un certain point de la courbe structurelle, dans un cas concret donné, l'indice L, au lieu de continuer à diminuer, suit un mouvement ascendant, cela signifie qu'il existe précisément une véritable "rupture dimensionnelle", qu'on utilise, sur la base d'un critère qui nous semble objectif, pour différencier les entreprises oligopolistiques (n_m^*), qui répondent grosso-modo à la définition de l'oligopole donnée plus haut, des autres entreprises ($n - n_m^*$ ou $n^* - n_m^*$) qui, de ce fait, se trouvent exclues de ce qu'on a appelé l'"arène oligopolistique".

Quelques points de repère pour l'interprétation des indices

La prise en considération des valeurs absolues de ces indices ajoute une information exhaustive sur le niveau de la concentration de la structure des grandes entreprises (n^*) considérées.

Ainsi, si l'indice $L_{n_{h<}^*}$ (dans le cas fréquent de $n_{h<}^* = 2$) dépasse la valeur de 1, cela signifie que le pouvoir de la première entreprise semble être considérable, car sa part dans la variable tendrait en principe à dépasser le double de la part de l'entreprise qui suit (soit la deuxième).

La signification économique des indices L apparaît évidente dès que l'on rappelle les traits essentiels de leur mécanisme, en prenant comme point de repère l'hypothèse de l'égalité de taille (ou "Modèle Concurrentiel").

Ainsi :

- si une structure comprend deux entreprises, ayant la même taille (c'est-à-dire la même part dans la variable considérée), l'indice L sera égal à $\frac{1}{2} = 0,500$;

- si cette structure comprend trois entreprises, ayant la même taille, l'indice L sera égal à $\frac{1}{3} = 0,333$;

- plus en général, l'hypothèse de l'égalité absolue dans le cas de n^* entreprises, est exprimée par un indice $L = \frac{1}{n^*}$;

- le maximum de l'indice L (c'est-à-dire $L_{n^*h\langle}$) d'après de très nombreuses observations empiriques, correspond très généralement à l'hypothèse de $n^* = 2$ (structure composée de 2 entreprises), très rarement à l'hypothèse de $n^* = 3$ (environ 5 % des cas) et presque jamais à l'hypothèse de $n^* = 4$ (même pas 1 % des cas) ;

- l'on saisit la signification économique de l'indice, si l'on connaît la clé de lecture de l'indice en question dans l'hypothèse $n^* = 2$;

- si la première entreprise est le double de la deuxième, l'indice est égal à 1 ou à 1,000 ;

- si la première est le quadruple de la deuxième, l'indice est égal à 2,000 ;

- si la première est 8 fois la deuxième, l'indice est égal à 4,000 ;

- si la première est n^* fois la deuxième, l'indice est égal à $\frac{n^*}{2}$.

L'indice L_s représente, par définition, des valeurs inférieures à l'indice $L_{n^*h\langle}$, mis à part cependant l'hypothèse exceptionnelle dans laquelle $L_{n^*h\langle} = L_{n_m} = L_2 = L_s$, qualifiant une structure mono-duopolistique dans laquelle toutes les entreprises, autres que les deux premières, ont une taille trop réduite pour pouvoir être prises en considération.

La valeur de l'indice L_s dépend, non seulement du déséquilibre de taille existant entre les entreprises, mais également du nombre n_m^* des entreprises mêmes constituant ce que l'on appelle "l'arène oligopolistique". En fait, dans le cas d'une égalité absolue de taille entre les entreprises considérées, on aurait pour chaque hypothèse de n^* (ou de n_m^*) les valeurs suivantes de l'indice L_s :

n^*	L_s	n^*	L_s	n^*	L_s	n^*	L_s
3	0,417	8	0,245	15	0,166	25	0,117
4	0,361	10	0,214	16	0,159	30	0,103
5	0,321	11	0,202	20	0,137	31	0,101
6	0,290	12	0,191	21	0,132	40	0,084

En général, sur le plan pratique, les nombreuses analyses empiriques déjà effectuées, indiquent que l'indice $L_s = 0,200$ exprime l'existence d'une arène oligopolistique relativement étendue, équilibrée et satisfaisante du point de vue du mécanisme concurrentiel, tandis que l'indice L_s dépassant la valeur de 0,500 indique l'existence d'une "densité oligopolistique" excessive et/ou de déséquilibre de taille qui pourraient entraver le fonctionnement de la concurrence. Un indice $L_s > 1$ enfin, montre l'existence de positions dominantes très importantes, sous l'angle quantitatif.

Monopole et duopole partiels

Dans certains cas, l'arène oligopolistique est un phénomène à ce point marqué que l'application du "critère de minimisation" est claire et facile. Dans d'autres, la complexité des structures soulève quelques problèmes d'interprétation et d'application.

Afin de mieux éclairer le fonctionnement de notre mécanisme économétrique, il convient d'examiner deux cas importants. Il s'agit de deux cas extrêmes et opposés ; comme souvent les extrêmes se touchent, ils ont en commun de souligner l'absence ou "le caractère discutable" du concept même d'"arène oligopolistique". A la limite, chacun de ces cas est identifié par la relation suivante :

1er cas = $n_{h<}^* = n_m^* = 2$ (la courbe structurelle est constamment croissante)

2me cas = $n_m^* = n^*$ (la courbe structurelle est constamment décroissante).

Dans le premier cas, la valeur la plus basse de tous les indices L se trouve précisément au début de la courbe structurelle (ou de Linda). L'indice L étant fonction inverse du nombre des sujets (unités ou entreprises) considérés (n^*) et fonction directe du degré d'inégalité, le fait que ledit indice soit en augmentation constante, à mesure que l'hypothèse n^* augmente, veut dire que le degré d'inégalité augmente plus que proportionnellement à l'augmentation du nombre (n^*) des sujets (unités ou entreprises) pris en considération, ce qui ne se produit que lorsque l'"écart" ou la "rupture dimensionnelle" entre les deux premières entreprises est constamment et nettement inférieur à l'"écart" ou à la "rupture dimensionnelle" que l'on peut enregistrer en n'importe quel autre point de la distribution (pour $n^* > 2$). Dans ce cas précis, l'arène oligopolistique serait une "arène duopolistique". Ensuite, dans le cas où $n = n^* = 2$, on tomberait évidemment dans l'hypothèse du "duopole parfait" que l'on pourrait également qualifier d'"équilibré" si la valeur de L correspondait à 0,500 (c'est-à-dire $\frac{1}{n^*} = \frac{1}{2} = 0,500$), les deux oligopolistes ayant alors la même taille.

Le problème est plus délicat lorsque, en revanche, on a $L_{n^*} > 0,500$ (pour $n_{h<}^* = n_m^* = 2$) car il manque alors le critère objectif et quantitatif de la "minimisation" pour délimiter l'arène oligopolistique. Cette dernière se compose-t-elle d'une seule entreprise (la première) ou des deux premières entreprises ? Par conséquent, a-t-on respectivement un "monopole partiel" ou un "duopole partiel", étant donné en tout cas que $L_{n_{h<}^*} < 0,500$, la deuxième entreprise est plus petite que la première.

A ce propos, il existe, à titre subsidiaire, une valeur de référence quantitative,

représentée par le sigle LIRE (indice Linda de l'inégalité régulière) dont l'évolution est la suivante (Cf. graphique et tableau page suivante)(1).

Hypothèse de :

n^*	i	a_i	Indice L
-	1	50,- %	-
2	2	25,- %	1,000
3	3	12,5 %	0,944
4	4	6,25 %	1,008
5	5	3,125 %	1,157
6	6	1,5625 %	1,399
7	7	0,78125 %	1,766
8	8	0,390625 %	2,318

Il s'agit de la série bien connue $\frac{1}{2}, \frac{1}{4}, \frac{1}{8}, \frac{1}{16}, \frac{1}{32}, \frac{1}{64},$ etc..., dont la somme tend vers 1 et pour $n^* \rightarrow \infty$ on obtient : $a_{n^*} = 0$ et un indice L ∞ . On en déduit que si l'on a deux entreprises (A et B), la taille de la seconde étant la moitié de celle de la première, l'indice L est exactement égal à la valeur 1 ; il diminue légèrement (tombant à 0,944) si l'on considère 3 entreprises (A, B, C) au lieu de 2, la taille de la troisième étant exactement la moitié de celle de la seconde et de $\frac{1}{4}$ de celle de la première.

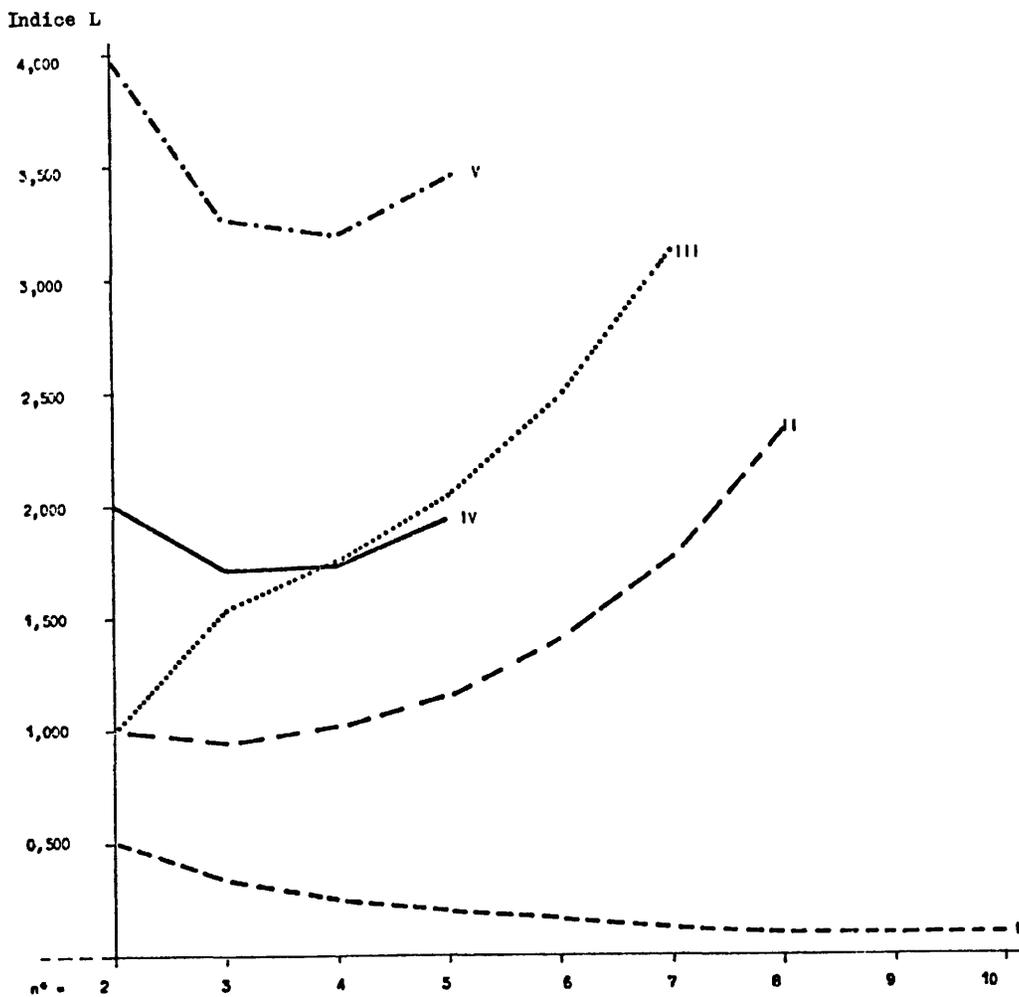
On en déduit que si le minimum se situe au contraire à $n_{h<}^* = 2$, cela signifie que la troisième entreprise (C) est en tout cas inférieure à la moitié de la taille de la seconde. En effet, si tel n'était pas le cas, on aurait un indice L = 0,944 (pour $n_m^* = 3$), ce qui correspond précisément à l'hypothèse d'une entreprise C égale à la moitié de l'entreprise B, comme l'indique le tableau LIRE reproduit ci-dessus. Le tableau 52 et le graphique correspondant montrent l'évolution des indices L dans quelques hypothèses extrêmes.

En combinant les critères et les points de référence quantitatifs indiqués ci-dessus, on peut en tirer une série de corollaires pratiques utilisables :

- si $n_{h<}^* = 2 = n_m^*$
- si $L_{n_{h<}^*} > 1,000$
- les deux premières entreprises contrôlent au moins 75 % de la structure considérée ;
- la seconde entreprise totalise, en outre, moins de la moitié de la première entreprise.

(1) Cf. l'étude citée plus haut "Concurrence oligopolistique et planification concurrentielle", p. 376.

Tableau 52 : Evolution des courbes structurelles dans quelques hypothèses



HYPOTHESE										
E _i	Ie (PL): n* = 10		IIe : n* = 8		IIIe: n* = 7		IVe : n* = 5		Ve : n* = 5	
	a [*]	L	a [*]	L	a [*]	L	a [*]	L	a [*]	L
1	1/10	-	1/2	-	1/2	-	1/2	-	1/2	-
2	1/10	0,500	1/4	1,000	1/4	1,000	1/8	2,000	1/16	4,000
3	1/10	0,333	1/8	0,944	1/16	1,533	1/16	1,722	1/32	3,278
4	1/10	0,250	1/16	1,008	1/32	1,753	1/32	1,738	1/64	3,198
5	1/10	0,200	1/32	1,157	1/64	2,045	1/64	1,920	1/128	3,444
6	1/10	0,167	1/64	1,399	1/128	2,482				
7	1/10	0,143	1/128	1,766	1/256	3,132				
8	1/10	0,125	1/256	2,318						
9	1/10	0,111								
10	1/10	0,100								

On peut donc proposer une hypothèse de travail empirique sur le plan économique, mais rigoureusement définie et délimitée sur le plan quantitatif et mathématique :

e) dans le cas considéré, on a un modèle de "monopole partiel quantitatif" caractérisé par un "pouvoir de domination quantitatif" détenu par la première entreprise (A) ;

f) par élimination, si, en revanche, la condition b) n'est pas remplie, c'est-à-dire si on a $L_{n^*}^{h<} < 1,000$, on peut en conclure, en formulant une hypothèse de travail, empirique sur le plan économique, mais également rigoureuse sur le plan quantitatif et mathématique, que :

g) étant donné que les deux premières entreprises contrôlent certainement plus de 75 % de la structure considérée et que la seconde entreprise détient au moins la moitié ou plus de la part détenue par la première, cette seconde entreprise peut être considérée comme participant au "pouvoir de domination" détenue par la première entreprise, définissant ainsi un modèle de "duopole partiel quantitatif".

Le "pouvoir" de domination quantitatif" et le fonctionnement de la concurrence (1).

Il ressort clairement de ce qui précède que l'indice $L_{n^*}^{h<}$ constitue une mesure objective du "pouvoir de domination" que l'on peut considérer $h<$ comme existant lorsque cet indice dépasse grosso modo la valeur de 1,000.

L'intensité de ce pouvoir augmente lorsque la valeur de l'indice $L_{n^*}^{h<}$ augmente et que la valeur du point n_m^* diminue, c'est-à-dire à mesure que ce dernier se rapproche de $n_{h<}^*$, le diamètre de l'arène oligopolistique se réduit jusqu'au cas limite analysé dans le paragraphe précédent où $n_{h<}^* = n_{h<}^* = n_m^* = 2$. Dans ce cas, comme on l'a vu, le "pouvoir de domination" peut exister même dans le cas où $L_{n^*}^{h<} < 1,000$. La question qui se pose est celle-ci : quelle est l'utilité pratique de cet indice $L_{n^*}^{h<}$?

Il permet, en premier lieu, de comparer des structures différentes ou une même structure à des époques différentes en offrant un point de référence, un paramètre quantitatif et objectif qui reflète le déséquilibre ou l'inégalité existant au sommet de la distribution, c'est-à-dire entre les premières entreprises, où le jeu de la concurrence est le plus serré et déterminant pour l'ensemble de la structure.

(1) Sur le problème du pouvoir de domination, se reporter aux nombreux travaux du Pr. F. PERROUX et en particulier à son ouvrage le plus récent, "Pouvoir et Economie", Etudes Economiques, Dunod, Paris 1974, accompagné d'une abondante bibliographie. Notre système économétrique sur le pouvoir de domination (et en particulier l'indice $L_{n^*}^{h<}$) constitue, en un certain sens, une application concrète des théories fondamentales du Pr. PERROUX.

Cette représentation objective de l'inégalité du pouvoir "au sommet" constitue une approche efficace qui évite de révéler les données absolues relatives aux entreprises les plus importantes du secteur.

En d'autres termes, cet indice peut exprimer l'intensité du pouvoir de domination quantitatif sans porter atteinte au principe de secret statistique qui, dans de nombreux secteurs et pour de nombreuses entreprises, doit couvrir les données économiques fondamentales des différentes entreprises considérées.

Ainsi l'utilisation de l'indice $L_{n^*h}^{\leftarrow}$ permet de contribuer au développement de l'analyse économique spécifique, en supprimant ou en tournant l'obstacle du secret statistique.

Il est essentiel de rappeler que l'application de l'indice du "pouvoir de domination quantitative" ne vise pas à remplacer l'analyse économique dont il n'est que la prémisse et l'instrument. L'interprétation de cet indice doit être particulièrement exacte et prudente en ce qui concerne le fonctionnement du mécanisme concurrentiel dans une structure donnée.

Il n'existe en effet aucun rapport obligatoire et automatique entre un "pouvoir de domination quantitative" et l'existence d'une restriction ou d'un obstacle au fonctionnement du mécanisme de la concurrence. Il peut donc arriver dans la pratique :

a) que l'indice $L_{n^*h}^{\leftarrow}$ exprime un pouvoir de domination intense au point de sembler constituer une entrave sérieuse au fonctionnement de la concurrence et que dans les faits au contraire ce fonctionnement soit efficace.

b) qu'en revanche, l'indice ne semble pas révéler l'existence d'un pouvoir de domination considérable et dangereux pour la concurrence et qu'en réalité le jeu de la concurrence soit faussé ou franchement étouffé.

En ce qui concerne le point a), il peut simplement arriver que la structure analysée soit très concentrée sans être toutefois à l'abri des "rafales" de la concurrence de substitution (venant des producteurs appartenant à d'autres secteurs et à d'autres structures) ou de la concurrence internationale (venant de producteurs étrangers). Car l'essence même de la concurrence est d'assurer un certain "éventail de choix réels" au consommateur ou à l'utilisateur.

En ce qui concerne le point b), il convient de rappeler que l'indice en question est supposé être appliqué sur une base sectorielle, c'est-à-dire à l'échantillon n^* des principales entreprises appartenant à un secteur donné et qu'il peut arriver, par conséquent, que cet indice révèle une structure relativement équilibrée et ne souffrant pas d'un pouvoir de domination excessif, alors que dans la pratique :

- il existe une certaine spécialisation des productions, qui fait que certains marchés de produits sont soumis à la domination d'une ou de plusieurs entreprises sans que le phénomène puisse transparaître au niveau sectoriel ;

- il existe des liens financiers personnels et contractuels entre les différentes entreprises qui sont, certes, des unités juridiquement distinctes mais qui, sur le plan du comportement économique, constituent une entité unique.

On constate dans ces derniers cas que "l'éventail des choix" offert au consommateur ou à l'utilisateur -qui caractérise le marché de la concurrence- n'existe pas dans la pratique.

L'indice $L_{n^*h<}$ du pouvoir de domination est un concept économétrique et non pas un concept juridique. Il sert toutefois à poser les questions appropriées à l'analyse économique dans un cadre systématique qui exige que l'on explique les différents "pourquoi" et "comment" de ce "pouvoir de domination quantitatif". Ainsi se dégagent et se définissent les lignes directrices fondamentales de la recherche et de l'analyse spécifique hors des voies de l'empirisme et du formalisme arbitraire.

En ce qui concerne la valeur sur le plan méthodologique, on peut lire et utiliser cet indice en l'isolant totalement de tous les autres points de la courbe structurelle et en particulier du point n_m^* (ou minimum), lorsque ceux-ci ne comptent pas, c'est-à-dire lorsqu'ils ne jouent aucun rôle, puisque le pouvoir des entreprises à droite du point $n_{h<}^*$ est négligeable. Si, au contraire, le pouvoir de ces dernières n'est pas précisément négligeable, parce qu'elles constituent toutes ensemble une force considérable, ce phénomène se manifestera de deux façons :

- par un abaissement de la valeur de l'indice $L_{n^*h<}$
- par un déplacement vers la droite du point n_m^* qui tendra à se rapprocher du point n^* et, à la limite, à coïncider avec lui.

Dans l'hypothèse présente, il sera bon de prendre en considération la valeur de l'indice L_g' qui exprime la synthèse de l'équilibre oligopolistique existant. L'indice

L_s étant en outre également fonction du point n_m^* , ou valeur minima de la courbe structurelle, il sera bon d'approfondir le sens du concept de "minimisation" et certains problèmes qu'il pose dans quelques cas concrets.

L'échantillon (n^*) des grandes entreprises

Lorsque la taille des unités ou entreprises considérées diminue de façon régulière la courbe structurelle correspondante est grosso modo parallèle à la courbe $PL = MC = \frac{I}{r^*}$ (distribution égale ou équilibre dimensionnel parfait) tout en exprimant évidemment des valeurs des indices L plus élevées, et ce, comme on l'a déjà vu plus haut, en raison du fait que l'indice L est fonction, non seulement du degré d'inégalité, mais également du nombre (n^*) des unités ou entreprises. Dans cette hypothèse, il sera impossible de définir une valeur minimale de l'indice L puisqu'il continue toujours à diminuer à mesure que le nombre des unités ou entreprises considérés augmente.

A cet égard on peut rappeler :

1) que le point n_m^* met en évidence l'existence d'une "rupture dimensionnelle" qui se manifeste chaque fois que $n_m^* < n^*$, fractionnant ainsi la distribution des entreprises constituant l'échantillon en deux groupes séparés :

- celui des entreprises situées à gauche de la courbe (n_m^*) et constituant l'"arène oligopolistique" ;

- celui des entreprises situées à droite de la courbe ($n^* - n_m^*$).

2) Si par par contre nous avons $n_m^* = n^*$, le point minimum en question n'existe pas, pas plus que la rupture dimensionnelle ni l'"arène oligopolistique", et chacun, par conséquent, est libre de considérer toutes les entreprises de l'échantillon comme étant des unités oligopolistiques ou non. C'est donc une question de terminologie.

3) Si dans l'hypothèse $n_m^* = n^*$, nous manquons d'un critère général et abstrait pour définir et délimiter l'arène oligopolistique, les courbes structurelles peuvent toujours être utilisées pour suggérer soit un point (plus ou moins conventionnel) où scinder les entreprises de l'échantillon, soit une solution plus empirique, qui peut consister à considérer le total des n^* entreprises de l'échantillon.

La solution du problème de l'arène oligopolistique se trouve ainsi ramenée au choix de n^* , c'est-à-dire de l'échantillon des grandes entreprises qu'on se propose d'analyser.

Il est difficile, évidemment, de dire où finit le pouvoir et l'interdépendance oligopolistique, mais facile de voir quand il est incontestablement absent, du moins pour ce qui est du domaine purement quantitatif.

Il est donc permis d'affirmer que, dans chaque cas et quelle que soit la structure, les entreprises qui totalisent moins de 1 % du total de ladite structure doivent être exclues de l'échantillon parce qu'elles ne peuvent absolument pas être considérées comme oligopolistiques, et il est mathématiquement certain, en tout cas, que l'échantillon ne peut dépasser $n^* = 100$. C'est un fait acquis, d'autre part, qu'étant donné l'inégalité de la distribution, dans la pratique n^* ne dépassera jamais 60 entreprises, si l'on veut exclure les entreprises totalisant moins de 1 %.

Il faut souligner pour finir que, sur le plan pratique, le problème ne se pose presque jamais car la détermination de l'échantillon \underline{n}^* se fait sur la base des données effectivement disponibles, ce qui implique que la valeur de \underline{n}^* est généralement bien inférieure à 50-60 unités.

Dans le cas ensuite où l'indice L décroît de façon régulière et continue à mesure que \underline{n}^* augmente (c'est-à-dire dans l'hypothèse où n_m^* tend vers n^*) le fait de considérer un nombre légèrement inférieur ou supérieur d'entreprises ne change pas grand chose à la valeur de l'indice L_5 . Ce dernier, en effet, est égal à la moyenne arithmétique de tous les indices $L_2, L_3, L_4, \dots, L_{n_m^*}$, lesquels expriment le degré d'inégalité jusqu'à chaque point $n^* = 2, = 3, = n_m^*$ de la distribution. Dans l'hypothèse donnée, ce sont surtout les valeurs des premiers indices ($= L_2, L_3, \dots$) qui sont les plus élevées et qui influent le plus sur le niveau de L_5 .

2.1.1.4. Les matrices de l'interdépendance oligopolistique

Le mécanisme de marché et l'efficacité d'entreprise

On considère le postulat selon lequel l'efficacité et la rentabilité des entreprises constituent un objectif utile du point de vue social et désirable du point de vue de la politique économique. En effet, cette efficacité est un présupposé pour accroître la richesse nationale et stimuler la propagation du processus de développement.

Le problème qui se pose est de réussir à mesurer, vérifier et stimuler cette "efficacité et rentabilité d'entreprise", et d'éviter pareillement les gaspillages et les revenus du type parasitaire, imputables, entre autres, à la pléthore parkinsonnienne. Cette action implique que l'on détermine :

- a) le plan auquel est mesurée cette efficacité et rentabilité ;
- b) les instruments techniques et méthodologiques propres à favoriser cette mesure et cette vérification.

En ce qui concerne le point a) on peut distinguer :

- le niveau sectoriel et national, dans le cadre de la méthodologie adoptée ;
- le niveau "global" et international, dans le cadre d'une approche tendant à établir des comparaisons et des rapports quantitatifs entre les groupes multinationaux les plus importants (opérant) au sein de l'Europe communautaire, c'est-à-dire dans l'ensemble des neuf pays qui la constituent.

Au cours de la présente section, on développera l'analyse en se référant exclusivement à la première approche (sectorielle-nationale). En ce qui concerne le point b), la problématique se révèle particulièrement difficile.

Il existe deux critères de mesure et de vérification, inséparables et complémentaires, de l'efficacité et de la rentabilité de l'entreprise :

- le mécanisme de marché ;
- le taux de rendement comparé des entreprises.

On se trouve ainsi dans l'"oeil du cyclone" de la problématique moderne où se rejoignent et se fondent l'approche macroéconomique, d'une part, d'une politique économique cohérente, efficace et surtout "efficace" -c'est-à-dire visant à l'utilisation

rationnelle de toutes les ressources disponibles- et l'approche microéconomique, d'autre part, d'une théorie de l'entreprise orientée vers le développement "efficient" représenté par un taux élevé de rendement et de profit (lequel joue le rôle d'antidote vis-à-vis du gigantisme parkinsonien).

Cet "oeil du cyclone" symbolise également les deux "noeuds gordiens" de la théorie quantitative de la concentration :

- le premier est dû précisément à l'imperfection et à l'inaptitude, du mécanisme de marché à jouer pleinement dans le contexte oligopolistique de la réalité moderne, ce rôle qui le caractérise et le définit ;

- le second vient précisément de la difficulté de pouvoir comparer les taux de rendement des différentes entreprises oligopolistiques prises en considération par l'analyse.

Le premier noeud, quant à lui, se trouve lié à la question suivante : comment expliquer la rentabilité élevée d'une entreprise donnée d'un secteur donné dans un pays donné, c'est-à-dire dans un contexte concret donné ? Et dans quelle mesure cette rentabilité est-elle reproductible :

- à un niveau élevé d'efficacité de l'entreprise elle-même ;

- à un pouvoir éventuel de domination - ou à tendance monopolistique - de l'entreprise sur un ou plusieurs marchés ?

On sait, dans la situation actuelle, que les structures -et les unités oligopolistiques- sont exposées à la tentation aberrante du "pouvoir" qui, par sa nature et au-delà d'une certaine "limite", tend à léser le mécanisme de marché ou concurrentiel.

Le rendement élevé d'une entreprise est un indicateur (et une mesure) de son efficacité seulement lorsque l'entreprise elle-même a été soumise, dans le déroulement de sa propre activité, au crible du mécanisme de marché. Si par contre, l'entreprise a réussi, grâce à son "pouvoir", à s'affranchir de la "loi sélective" de la concurrence, le taux élevé de rendement exprime seulement le résultat et l'existence de ce "pouvoir", et non pas l'efficacité de l'entreprise.

Les indices de concentration fournissent, à cet égard, quelque point utile de référence, en raison surtout des calculs économétriques dont ils font l'objet dans la matrice n. 1.

Il s'avère opportun également, dans des situations concrètes données, d'étendre l'analyse quantitative du plan sectoriel à celui du marché ou sous-secteur, et ce afin de mieux évaluer le champ d'action à l'intérieur duquel on laisse opérer le mécanisme de marché.

Les données de base de l'analyse

Le second noeud par contre semble s'appliquer au domaine des institutions comptables et juridiques, effectivement en existence dans différents pays et dont les critères, pour l'appréciation des résultats de rendement de l'exercice économique, se révèlent parfois sensiblement divergents du fait qu'ils attribuent aux administrateurs des entreprises un pouvoir discrétionnaire très variable (selon le pays et le secteur) qui me paraît, en règle générale, excessivement étendu. Il en résulte, dans la pratique, que les bénéfices des différentes entreprises ne sont pas parfaitement homogènes et comparables.

Du reste, exagérer cette hétérogénéité des résultats de rendement des différentes entreprises ne constitue pas, à mon avis, une démarche féconde, en ce sens que la dite hétérogénéité ne me semble pas si importante, comme on le verra plus loin, au point d'éclipser les résultats des calculs économétriques qui suivent, et spécialement dans le cas où ces analyses s'étendent non pas sur une année seulement mais sur une période suffisamment représentative.

En tout cas, les réserves formulées plus haut sont, pour ainsi dire, exogènes par rapport à la méthodologie proposée et n'enlèvent rien, par conséquent, à la rigueur de la méthodologie elle-même, étant entendu qu'il s'agit seulement d'une première approche et dans la mesure où elle est innovatrice elle est censée être aussi perfectible.

On examinera la matrice n. 1 : l'inégalité oligopolistique :

La matrice n. 1

La matrice n. 1 vise à mettre en évidence les multiples aspects de l'inégalité oligopolistique dans le cadre d'une approche pluridimensionnelle.

1) l'existence et le niveau quantitatif du pouvoir de domination, exprimé ici par l'indice $L_{n \rightarrow h}$ (maximum de l'indice L) ;

2) le degré d'inégalité de l'arène oligopolistique, lequel est exprimé par l'indice L_s ;

3) le classement des différentes variables prises en considération, en se basant sur le rang de chacune des deux indices ($L_{n^*h\leftarrow}$ et L_s) suscités, lequel résulte du SCORE (ou nombre de points)

$$= v^{1i} + v^{2i} .$$

MATRICE N° 1 :
L'INEGALITE
OLIGOPOLISTIQUE
(des entreprises n^*)

		v^{1i}	1	2	...
		VARIABLES			
v^{2i}	VARIABLES	L_s / $L_{n^*h\leftarrow}$			
1					
2					
...					

Tableau des symboles et des formules relatives aux
"matrices" de l'interdépendance oligopolistique

Matrice n. 1

- $L_{n^*h\leftarrow}$ = valeur correspondant au maximum de l'indice Linda dans l'intervalle de $n^* = 2$ à $n^* = n^*_m$
- L_s = moyenne arithmétique des indices L à partir de l'hypothèse de $n^* = 2$ jusqu'à n^*_m
- v^{1i} = rang d'une variable donnée en se basant sur la valeur de l'indice $L_{n^*h\leftarrow}$
- v^{2i} = rang d'une variable donnée en se basant sur la valeur de l'indice L_s
- SCORE = $v^{1i} + v^{2i}$

L'interprétation de la matrice n. 1 est aisée, connaissant le mécanisme et l'évolution des indices L considérés.

En effet, si un indice $L_{n^*h\leftarrow}$ dépasse la valeur 1, il est évident que le pouvoir de domination de la première entreprise (ou des deux premières entreprises) sur l'arène oligopolistique est aussi étendue que possible. Dans ce cas, la première entreprise, par exemple, occupera certainement dans la variable d'une part oscillant aux alentours du double (ou même plus) de celle de la deuxième entreprise.

Si au contraire, l'indice $L_{n^*h\leftarrow}$ correspond à 0,500, en se souvenant que pour $n = 2$ on a $\frac{1}{n^*} = 0,500$, on peut en déduire l'absence totale du pouvoir de domination.

En ce qui concerne l'indice L_s , qui exprime une synthèse quantitative de la structure de l'arène oligopolistique toute entière, il est toujours possible de se référer à une "échelle empirique-ou conventionnelle" des valeurs ou points de base de référence. On peut dire, ainsi, que pour $L_s < 0,100$ environ, la structure apparaît comme étant relativement équilibrée et polycentrique, c'est-à-dire basée sur un nombre suffisamment élevé d'entreprises ou unités oligopolistiques dont les rapports de force ou degrés de pouvoir semblent être, sur la plan quantitatif, relativement équivalents.

On peut considérer la valeur $L_s = 0,100$ comme étant un point de référence d'un certain intérêt pratique, et correspondant à l'hypothèse-cadre d'une arène oligopolistique composée d'environ 30 unités oligopolistiques possédant toutes la même dimension.

A mesure que la valeur de l'indice L_s s'accroît, il se manifeste un processus ou de réduction du nombre des unités oligopolistiques et/ou d'augmentation du degré d'inégalité existant entre elles. On peut constater que jusqu'à la valeur $L_s = 0,200$ la structure oligopolistique fait preuve d'une ampleur et d'un équilibre satisfaisants, qui restent tels jusqu'à $L_s = 0,300$. Au delà de $L_s = 0,300$ la densité de l'oligopole et/ou de l'inégalité peuvent à la longue créer des obstacles au fonctionnement du mécanisme de marché. Lorsqu'ensuite, les valeurs de L_s dépassent 0,500 une enquête qualitative et capillaire sur le marché et les structures peut se révéler fructueuse.

Le classement des variables

Pour chaque variable, on prendra en considération deux indices (L_{n^*h} et L_s). Dans la matrice n. 1, toutes les variables sont indiquées dans l'ordre décroissant par rapport à la valeur de chacun desdits indices (L_{n^*h} sur l'horizontale, L_s sur la verticale).

Le rang occupé par chaque variable dans le classement dépendra du :

$$\text{SCORE} = v_1^i + v_2^i$$

obtenu à partir des symboles et des formules du tableau de la page précédente.

Prenons un exemple pratique : si l'indice L_{n^*h} se révèle être plus élevé pour le bénéfice net (2,500 par exemple) que pour toute autre variable (soit : Cash Flow = 1,800 ; Effectifs = 0,900 ; Chiffre d'affaires = 0,500 et ainsi de suite, dans l'ordre décroissant), on obtiendra pour la variable Bénéfice Net $v_1^i = 1$ (tandis qu'on aura, simultanément : $v_1^i = 2$ pour le Cash Flow, $v_1^i = 3$ pour les Effectifs et $v_1^i = 4$ pour le Chiffre d'Affaires).

Si l'indice L_g est par contre plus élevé pour la variable Cash-Flow (supposons : 0,850) que pour toute autre variable (par exemple Bénéfice Net = 0,800 ; Effectifs = 0,250 ; Chiffre d'Affaires = 0,150) on obtiendra :

$$\begin{aligned}v^{2^i} &= 1 \text{ pour le Cash-Flow} \\v^{2^i} &= 2 \text{ pour le Bénéfice Net} \\v^{2^i} &= 3 \text{ pour les Effectifs} \\v^{2^i} &= 4 \text{ pour le Chiffre d'Affaires.}\end{aligned}$$

La place de chaque variable dans le classement sera fonction du SCORE (3 pour le Bénéfice et le Cash-Flow, 6 pour les Effectifs, 8 pour le Chiffre d'Affaires) et l'on aura donc :

1) Bénéfice Net	= 1 + 2 = 3
2) Cash-Flow	= 2 + 1 = 3
3) Effectifs	= 2 + 3 = 6
4) Chiffre d'affaires	= 4 + 4 = 8

La première place, dans cet exemple, sera donc occupée à la fois par le Bénéfice Net et le Cash-Flow, et les suivantes dans le classement, pour les Effectifs et le Chiffre d'Affaires.

Quelle est la valeur d'untel "classement de variables" ? Elle est double :

- a) valeur générale d'abord, jouant dans tous les cas et applications ;
- b) valeur particulière ensuite, s'appliquant seulement en présence de conditions données.

En ce qui concerne le point a), il s'avère de première importance de savoir pour quelles variables le degré de concentration est plus ou moins élevé. Car si la concurrence oligopolistique moderne est une concurrence pluridimensionnelle, la concentration oligopolistique moderne est un phénomène pluridimensionnel qui doit par conséquent, être analysé sous ses multiples aspects.

Or, d'une vaste enquête empirique, portant sur 12 secteurs manufacturiers italiens, il ressort :

- qu'il n'est pas vrai que le niveau absolu de la concentration change peu en passant d'une variable à l'autre ;

- qu'il existe, par contre, une sorte de "rupture dimensionnelle", en ce qui concerne justement le niveau de concentration entre deux types de variables (financières et toutes les autres) ;

- et que plus exactement, les variables financières -c'est-à-dire le Bénéfice Net, le Cash-Flow, les Capitaux Propres et les Investissements Bruts- manifestent, dans 9 cas sur 10, un niveau de concentration de beaucoup supérieur à celui des trois variables classiques et traditionnelles, à savoir le Chiffre d'Affaires, les Effectifs et la Masse Salariale ;

- qu'en règle générale, bien que les valeurs de concentration pour les trois dernières variables soient relativement proches, c'est presque toujours la variable "Chiffre d'Affaires" -c'est-à-dire celle que l'on utilise le plus communément dans les recherches traditionnelles sur la concentration- qui occupe la dernière place du classement.

On en conclue évidemment que les méthodes habituelles d'analyse quantitative de la concentration, qui sont en général basées sur le Chiffre d'Affaires et/ou les Effectifs, tendent justement, en raison de leur fondement même, à sous-évaluer le niveau de concentration.

Selon le but de l'analyse et étant donné les limites des différents indices, il est conseillé de faire appel à plusieurs des indices submentionnés.

2.1.2. Le niveau d'analyse

La mesure de la concentration peut être réalisée à différents niveaux : l'établissement, la firme, le groupe.

L'établissement peut être défini comme "le lieu de réunion de plusieurs personnes qui exercent une activité coordonnée en vue de la production d'un bien ou d'un service (1). Les établissements sont donc des "unités techniques".

Dans l'étude présente, ce n'est pas la concentration technique qui nous intéresse, mais la concentration économique. Pour cette raison, les mesures de concentration ne seront pas effectuées à ce niveau.

Le groupe : Un groupe est un ensemble d'unités ayant en général une activité différente, organisé en plusieurs entreprises, sous des vocables différents, mais obéissant à un centre de décision unique. Celui-ci donne les impulsions, définit une politique générale, et exerce un pouvoir de contrôle.

Analyser la concentration au niveau des groupes apparaît comme nécessaire mais ici par manque d'informations souvent qualitatives, le travail est très difficile. Car à côté des liens financiers visibles, qui s'établissent à l'intérieur et entre les groupes eux-mêmes, il existe des liens personnels, administratifs et économiques qu'il est pratiquement impossible de mettre en évidence.

L'entreprise est une unité autonome de production, ayant une forme juridique bien déterminée. L'entreprise a son patrimoine propre soumis au contrôle d'une direction. Elle peut regrouper plusieurs établissements, elle peut appartenir à un ou plusieurs groupes mais s'il ne s'agit pas toujours d'un centre autonome de décision, elle conserve dans la plupart des cas un bon degré d'autonomie. De ce fait, elle constitue le meilleur niveau d'analyse de la concentration économique.

(1) MORVAN (Y.) : La concentration de l'industrie Française, A. Colin, 1972, p. 144.

2.1.3. Le type d'entreprises

Dans le cadre du présent travail nous avons retenu les entreprises du type Société Anonyme (SA) et Société Anonyme à Responsabilité Limitée (SARL) pour deux raisons :

Premièrement : Les SA et les SARL sont les plus grandes entreprises agro-alimentaires (les premières). Cette condition est indispensable pour l'application de la méthodologie sur la concentration puisque les mesures doivent être effectuées sur les premières entreprises.

Deuxièmement : Pour des raisons de documentation. Les entreprises individuelles ou celles ayant une autre forme juridique ne sont pas obligées de publier leur Bilan, leur Compte d'Exploitation et leur Compte des Pertes et Profits.

2.1.4. Les variables

L'application du système d'indices suppose et permet de recourir à de multiples variables, ce qui :

- exige que l'on définisse et détermine au préalable lesdites variables de façon concrète,
- permet de comparer les multiples aspects de la structure exprimés justement par ces variables en utilisant aussi bien les courbes de LINDA ou courbes structurelles que les matrices de l'inégalité oligopolistique.

2.1.4.1. Chiffre d'affaires

Il s'agit de la valeur monétaire, pour une année donnée, de la vente de produits fabriqués ou commercialisés par l'entreprise considérée ainsi que des prestations de services à des tiers. Cette valeur comprend les frais débités aux clients (emballages perdus, frais de transport, services accessoires). Elle n'inclut pas :

- les subventions de l'état
- les restitutions à l'exportation
- le produit de la réalisation des immobilisations, installations et machines que possède l'entreprise
- les impôts et les taxes imputés au client qui les répercute ensuite.

2.1.4.2. Les effectifs

Le nombre des effectifs (personnes employées) est représenté par le nombre de personnes travaillant dans l'entreprise ou l'unité considérée (y compris les titulaires, propriétaires et associés, travaillant dans l'entreprise de manière permanente et les membres de leur famille non rémunérés).

2.1.4.3. Masse salariale

Il s'agit de la masse salariale brute, formée par l'ensemble des rémunérations brutes versées, pour une année donnée, aux personnes occupées de l'entreprise (tant employés qu'ouvriers).

2.1.4.4. Bénéfice net

Il s'agit du bénéfice d'exploitation tel qu'il ressort du bilan. Le bénéfice net s'obtient habituellement à partir du bénéfice brut sur les ventes, compte tenu de l'évaluation des stocks dont sont déduits les amortissements et auxquels sont ajoutées les recettes et les différents produits provenant d'autres activités et investissements.

2.1.4.5. Cash-Flow

Il est égal à la somme du bénéfice net, tel qu'il est défini ci-dessus et des annuités d'amortissement, compte tenu des variations des stocks.

A partir du "cash-flow brut" on peut obtenir la "valeur ajoutée" en ajoutant la masse salariale.

2.1.4.6. Investissements bruts

Il s'agit d'investissements fixes (en immobilisations, installations machines et souvent meubles) sans déduction par conséquent des annuités d'amortissement.

2.1.4.7. Capitaux propres

Il s'agit de la somme algébrique du capital social effectivement versé, du total des réserves (ordinaires ou spéciales) et des bénéfices non distribués.

2.1.5. Les problèmes et les difficultés rencontrés

La réalisation du présent chapitre s'est heurté à de nombreux problèmes qu'on peut classer en quatre catégories :

Les problèmes concernant la structure des sous-secteurs

La nomenclature des activités économiques grecques distingue 9 sous-secteurs constituant le secteur des industries alimentaires. Les industries des biscuits, des pâtes alimentaires, des aliments pour bétail, des produits congelés et des condiments ne sont pas répertoriées comme telles : soit elles sont incluses dans d'autres catégories d'industries, soit elles sont incluses dans la catégorie "Industries Alimentaires diverses".

Il fallait donc réussir à constituer la structure des sous-secteurs précédents dans leur ensemble. Pour y arriver on a dû faire appel aux Services Statistiques du Ministère de l'Agriculture, de la Banque Agricole de Grèce, de la Banque de Grèce, à la presse spécialisée et aux organisations patronales.

C'est ainsi que pour la première fois une classification et une étude détaillée ont pu être effectuées pour certains de ces sous-secteurs.

En ce qui concerne les autres sous-secteurs déjà répertoriés, aucune liste complète des entreprises qui les constituaient n'a pu être fournie par les organismes et les industries et les institutions grecques.

Pour pouvoir dégager les structures de ces sous-secteurs, on a dû avoir recours à la publication "ICAP HELLAS" qui publie le "Guide des entreprises grecques" et à la presse spécialisée. A travers les déclarations des entreprises dans ce guide, et après une longue recherche sur place et auprès de certaines de ces entreprises -pour lesquelles des doutes existaient- la structure de ces sous-secteurs (au niveau des SA et des SARL et selon leur activité principale) a pu être dégagée et étudiée.

Les problèmes concernant les données globales de chaque sous-secteur

En ce qui concerne les données globales de chaque sous-secteur, le Service National de Statistiques Grec ne publie que certaines des données nécessaires à une étude sur l'évolution de la concentration. C'est ainsi qu'il n'y a aucune information officielle concernant les capitaux propres, les bénéfices nets et le cash flow de l'ensemble des

entreprises constituant les sous-secteurs. Il n'y a donc guère la possibilité de comparer la part des entreprises de l'échantillon à l'ensemble du sous-secteur.

Les problèmes concernant les données individuelles des entreprises

Selon la législation grecque, seules les Sociétés Anonymes et les Sociétés Anonymes à Responsabilité Limitée (dont le statut est présenté en Annexe II.7), sont obligées de publier leur bilan, leur compte d'exploitation et leur compte de pertes et profits à la fin de chaque année. Par contre, ces mêmes entreprises ne sont pas obligées de publier leur chiffre d'affaires, la masse salariale et les sommes investies, qui constituent des secrets professionnels.

Après une longue période d'efforts on a pu accéder à ces données pour les 50 premières IAA, tout en promettant que leur nom ne sera pas mentionné.

Les problèmes liés au traitement informatique

Pour des raisons internes aux Services Informatiques de la CEE enfin, seulement 5 sous-secteurs et l'ensemble du secteur des IAA ont pu être traités. Nous espérons, dans un proche avenir, pouvoir compléter cette recherche sur l'ensemble des sous-secteurs et avec des données beaucoup plus récentes.

2.1.6. Analyse sectorielle de la concentration

A l'origine, l'étude de la concentration dans les IAA grecque a porté sur les onze sous-secteurs suivants :

- 1/ produits laitiers
- 2/ condiments
- 3/ industrie de la viande
- 4/ chocolaterie-confiserie
- 5/ aliments du bétail
- 6/ industrie de la conserve
- 7/ corps gras
- 8/ meunerie
- 9/ biscuiterie
- 10/ pâtes alimentaires
- 11/ industrie du froid

2.2. ANALYSE SECTORIELLE

Pour les raisons déjà évoquées, seuls cinq secteurs seront étudiés ici sur la base des indices Linda et des matrices de déséquilibre. Cette analyse limitée de la concentration dans les IAA grecques s'explique du fait de contraintes imposées par les délais et la disponibilité du centre de traitement informatique. L'extension de l'analyse à l'ensemble des secteurs et sur la base des différents indices doit être envisagée dans une étape ultérieure.

2.2.1. Evolution de la concentration dans l'ensemble des IAA (sauf boissons)

L'échantillon étudié ici se compose de 49 entreprises pour l'année 1973 et de 50 entreprises en 1974 et 1975. Ces 50 entreprises, les premières du secteur des IAA (sans les entreprises du secteur "boissons"), réalisent 43 % du chiffre d'affaires, emploient 34 % des effectifs, effectuent 60 % des investissements bruts du secteur en 1975 (établissements de plus de 10 salariés).

L'indice L_N^* pour 1975 (L_N^* d'équilibre parfait = 0,02) prend des valeurs presque identiques pour trois variables : le chiffre d'affaires ($L_N^* = 0,12$), effectifs (0,11) et masse salariale (0,12). Il est sensiblement plus élevé pour le bénéfice net (0,28) et surtout les investissements bruts (0,52).

Ces chiffres mettent en évidence un certain équilibre du secteur en ce qui concerne les trois premières variables et par contre de sérieuses disparités en ce qui concerne les bénéfices nets et les investissements respectivement.

Ce déséquilibre est confirmé par les valeurs de l'indice L_S pour chacune des variables étudiées. Ainsi, pour les effectifs et le chiffre d'affaires, L_S est de l'ordre de 0,25 à 0,28, ce qui traduit un certain équilibre ($L_S < 0,30$). Pour la masse salariale et pour les bénéfices nets L_S prend des valeurs qui sont proches de 0,50. Et pour les investissements bruts il atteint 0,7.

On peut conclure ainsi que le secteur présente un dualisme :

- Il est assez équilibré en ce qui concerne les effectifs et le chiffre d'affaires,
- et nettement déséquilibré en ce qui concerne la masse salariale, les bénéfices nets et les investissements bruts.

Cette situation s'explique par le fait que l'ensemble du secteur des IAA est constitué par des entreprises ayant une activité principale et des structures extrêmement différentes les unes des autres (conserves végétales, pâtes alimentaires, alimentation du bétail, etc...).

A la lumière de ces chiffres on doit admettre que si cette méthodologie est incontestablement efficace dans le cadre de comparaisons internationales d'études des mêmes secteurs dans des pays différents, ou pour étudier des secteurs composés d'entreprises travaillant sur des produits homogènes, elle demeure peu satisfaisante si l'on désire tirer des conclusions sur des secteurs aussi hétérogènes (les différents sous-secteurs) que l'on ne peut pas et qu'il ne faut pas comparer.

Les courbes de Linda pour l'année 1975 nous confirment cependant que :

1) La première entreprise du secteur Hellenic Sugar Industry (HSI) se distingue par sa taille et pour l'ensemble des variables étudiées, de façon très nette par rapport aux autres entreprises du secteur.

En effet, L_N^* qui mesure l'écart entre la première et la deuxième entreprise du secteur des IAA (sans les boissons), prend des valeurs très élevées :

- 1,90 pour le chiffre d'affaires,
- 1,95 pour les effectifs,
- 2,25 pour la masse salariale,
- 2,00 pour le bénéfice net,
- 5,70 pour les investissements bruts.

Ce qui met en évidence le fait que la HSI possède une taille nettement supérieure aux entreprises du secteur qui la suivent :

- elle a un chiffre d'affaires environ quatre fois supérieur à ELAIS SA ;
- elle emploie presque quatre fois plus de salariés que l'entreprise EVGA ;
- elle fait quatre fois et demi la dimension de la seconde EVGA SA en ce qui concerne la masse salariale ;
- quatre fois la seconde ST GEORGES' MILLS SA en ce qui concerne les bénéfices nets ;
- et 11 fois et demi la dimension de la seconde VOCTAS SA en ce qui concerne les investissements bruts (1).

(1) Cette mesure des investissements correspond à une phase d'expansion.

A elle seule la HSI représente :

- 25,3 % du chiffre d'affaires des entreprises de l'échantillon,
- 20,0 % des effectifs,
- 23,7 % de la masse salariale,
- 32,3 % des bénéfices nets, et
- 45,0 % des investissements bruts.

Il faut noter ici que la Hellenic Sugar Industry est un monopole d'Etat à 100 %.

Les données des tableaux relatifs aux indices Linda placés en annexes (Annexe II.1 Tableaux 3 et 3bis) mettent en évidence, outre la différence détaillée précisée plus haut, une relative concentration au niveau des premières entreprises du secteur.

En vue de cette analyse, le tableau suivant fournit le classement absolu des 5 premières entreprises du secteur en ce qui concerne trois des variables étudiées.

Tableau 53 : Classement des 5 premières IAA grecques

1975 et en millions de Drachmes.

EFFECTIFS (Nombre)	BENEFICE NET	INVESTISSEMENTS BRUTS
1. HELLENIC SUGAR IND. (2 957)	1. HELLENIC SUGAR IND. (256)	1. HELLENIC SUGAR IND. (871,4)
2. EVGA SA (757)	2. ST GEORGES' MILLS SA (62)	2. VOCTAS SA (76,3)
3. FRAGISTAS SA (687)	3. ELAIS SA (48)	3. SEKOVE SA (66,5)
4. ION SA (563)	4. ALLATINI SA (41)	4. BIAMYL SA (65,1)
5. ELAIS SA (523)	5. SEKOVE SA (40)	5. LOUMIDIS SA (62,5)

Outre ces valeurs absolues, la mesure de ratios de rentabilité et de productivité du travail, peuvent fournir des informations complémentaires intéressantes sur les performances de certaines entreprises. Le tableau suivant classe pour deux de ces ratios les toutes premières entreprises.

Tableau 54 : Ratio de rentabilité du C.A. et de la productivité du travail et concernant les 5 premières et la 38ème et 48ème IAA.

Ratio de rentabilité = $\frac{\text{Bénéf. net}}{\text{Ch. d'Aff.}}$ en %		Ratio de productivité = $\frac{\text{Ch. d'Aff.}}{\text{Effectifs}}$ en millions de Drs	
* 3.	ST GEORGE MILLS SA (Meunerie) 7,5 %	* 2.	ELAIS SA 2,4 \bar{M}
5.	ALLATINI SA (Meunerie-Biscuits) 5,6 %	3.	ST GEORGES' MILLS SA 2,2 \bar{M}
1.	HELLAS SUGAR IND. SA (Sucre) 5,3 %	1.	HELLAS SUGAR IND. SA 1,6 \bar{M}
2.	ELAIS SA (Corps gras) 3,8 %	5.	ALLATINI SA 1,5 \bar{M}
4.	ION SA (Chocolaterie) 1,4 %	4.	ION SA 1,4 \bar{M}
38.	ELITE SA (Boulangerie) 20,8 %	38.	ELITE SA 1,2 \bar{M}
48.	BIEK-TEKAT (Cons. Végétales) 11,2 %	48.	BIEK-TEKAT SA 0,7 \bar{M}

* Classement des entreprises selon le chiffre d'affaires.

L'ensemble des entreprises de l'échantillon a en moyenne les ratios suivants :

- Taux de marge sur le chiffre d'affaires = 4,1 %
- Productivité du travail = 1,3 \bar{M} de Drs par effectif.

Sur la base du tableau précédent il apparaît que les 5 premières entreprises du secteur (classées selon le C.A.) ont une productivité du travail au dessus de la moyenne du secteur, alors que seulement trois de ces entreprises obtiennent un taux de marge supérieur à la moyenne du secteur.

Ces différences s'expliquent à la fois par le fait que les entreprises appartiennent à des sous-secteurs d'activité industrielle différents, mais aussi par le fait que ce n'est pas forcément les plus grandes entreprises qui réalisent les meilleures performances (à titre d'illustration les ratios ont été calculés pour la 38ème et la 48ème entreprise, on y observe pour ces entreprises de taille plus modeste des performances assez élevées).

L'analyse dynamique de la concentration

Au cours des années 1973-1975, l'écart entre la première et les autres entreprises du secteur n'a cessé d'augmenter pour l'ensemble des variables étudiées.

- Pour le chiffre d'affaires, alors qu'en 1973 $L_{N_h}^*$ était de l'ordre de 0,80, en 1974 il est passé à 1,1 environ et en 1975 à 1,9.

Durant la même période il y a eu un élargissement constant du groupe des plus grandes firmes tel que défini par l'indice Linda (1), qui de 33 entreprises en 1973 passe à 42 en 1974 et à 49 en 1975.

Mais en même temps, et à l'intérieur de ce groupe, on constate une augmentation du déséquilibre entre les entreprises. Ce déséquilibre se traduit par l'augmentation du L_S qui passe de 0,20 en 1973 à 0,23 en 1974 et à 0,29 en 1975.

La situation se présente presque de façon identique pour les effectifs. Un écart de plus en plus accentué entre la première et la seconde entreprise du secteur se traduit par l'évolution du L_N^{*h} (0,95 en 1973, 1,19 en 1974 et 1,95 en 1975). En même temps, on observe une petite augmentation du déséquilibre à l'intérieur du groupe des plus grandes entreprises qui se traduit par l'évolution du L_S (0,23 en 1973 contre 0,25 en 1975).

On constate également une augmentation de l'écart entre la première et la deuxième entreprise entre 1974 et 1975 en ce qui concerne les bénéfices nets. Ceci est confirmé par l'évolution du L_N^{*h} pour les deux premières firmes qui d'une valeur de 0,65 en 1973 atteint la valeur élevée de 2,0 en 1975. D'autre part, entre 1973 et 1975 on observe un élargissement du groupe des entreprises de l'échantillon qui se détachent des autres par leurs bénéfices peu élevés. On note parallèlement à ce phénomène un renforcement du déséquilibre (du point de vue des bénéfices) entre les entreprises de ce "groupe leader". Ce phénomène se traduit par l'évolution de l'indice L_S qui passe de 0,31 en 1973 à 0,5 en 1975.

En ce qui concerne enfin les investissements bruts l'importance de la première entreprise apparaît encore plus clairement en comparaison des autres variables étudiées. L_N^{*h} prend des valeurs extrêmement élevées et passe de 4,8 en 1973 à 1,5 en 1974 et à 5,7 en 1975. En même temps le déséquilibre observé à l'intérieur de groupe des principales entreprises reste très accentué.

Le tableau suivant reprend de façon synthétique les observations faites à propos de l'évolution des indices de concentration. Il apparaît que les plus grands déséquilibres entre les entreprises sont observés pour les investissements. En ce qui concerne cet indicateur, on note que les entreprises qui ont réalisé les plus forts investissements (mis à part IHS) ne se retrouvent pas dans le groupe des entreprises se situant en tête des autres variables.

(1) A noter que ces firmes leaders ne se détachent pas significativement des autres firmes de l'échantillon.

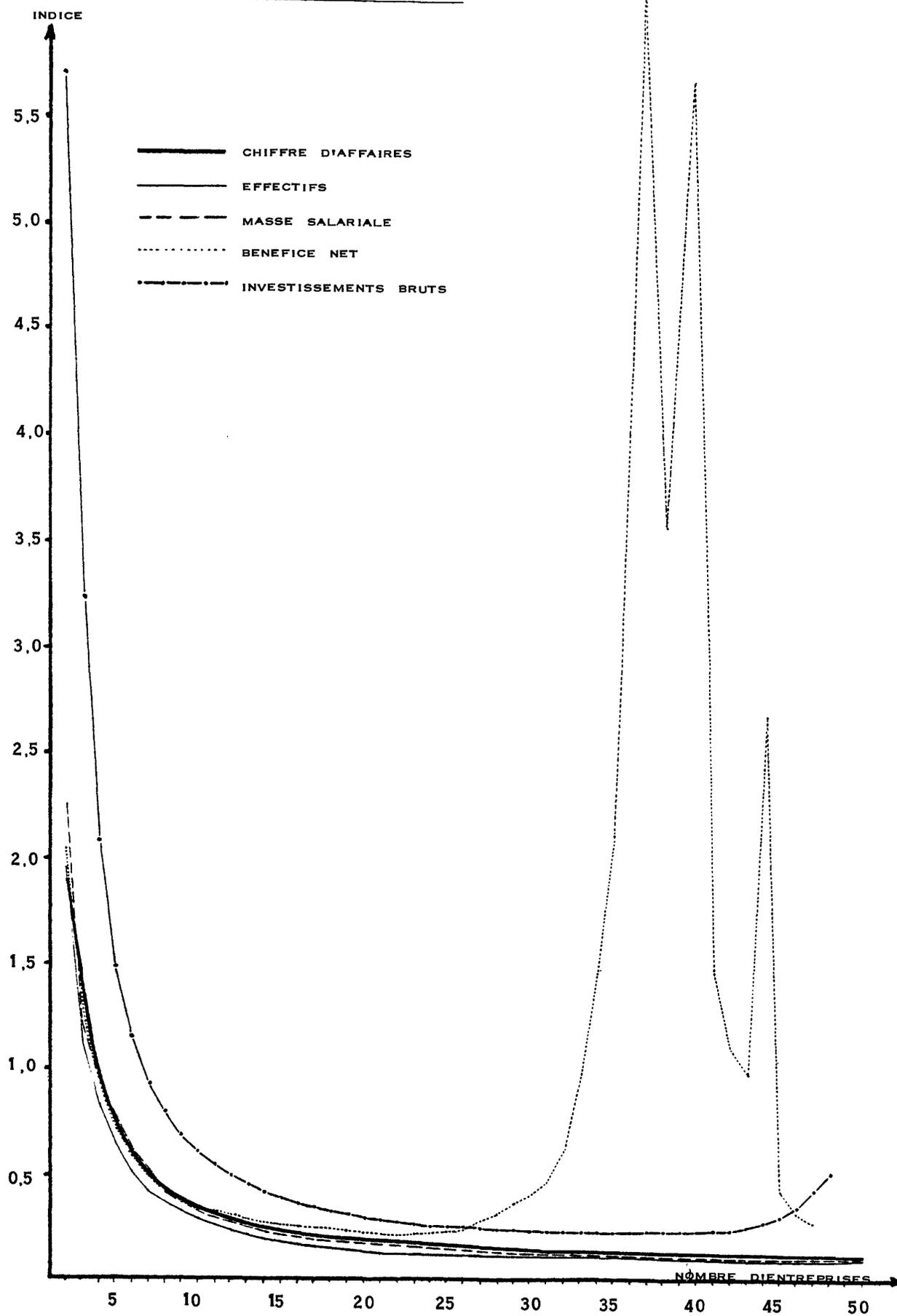
GRECE - 1975 - IAA (Sans boissons)

MATRICE DU DESEQUILIBRE

L N * H <		VARIABLES					RANG	HIERARCHISATION	SCORE	
		1	2	3	4	5				
VARIABLES	1	INVESTISSEMENTS BRUTS	0,70377	1 + 1 = 2				I	INVESTISS. BRUTS	2
	2	BENEFICE NET	0,49760		2 + 3 = 5			II	BENEFICE NET	5
	3	MASSE SALARIALE	0,45304		3 + 2 = 5			III	MASSE SALARIALE	5
	4	CHIFFRE D'AFFAIRES	0,28747				4 + 5 = 9	IV	CHIFFRE D'AFFAIRES	9
	5	EFFECTIFS	0,25368				5 + 4 = 9	V	EFFECTIFS	9
			5,70437	2,24970	2,04942	1,95310	1,89750			
			INVESTIS BRUTS	MASSE SALARIALE	BENEFICE NET	EFFECTIFS	CHIFFRE D'AFFAIRES			

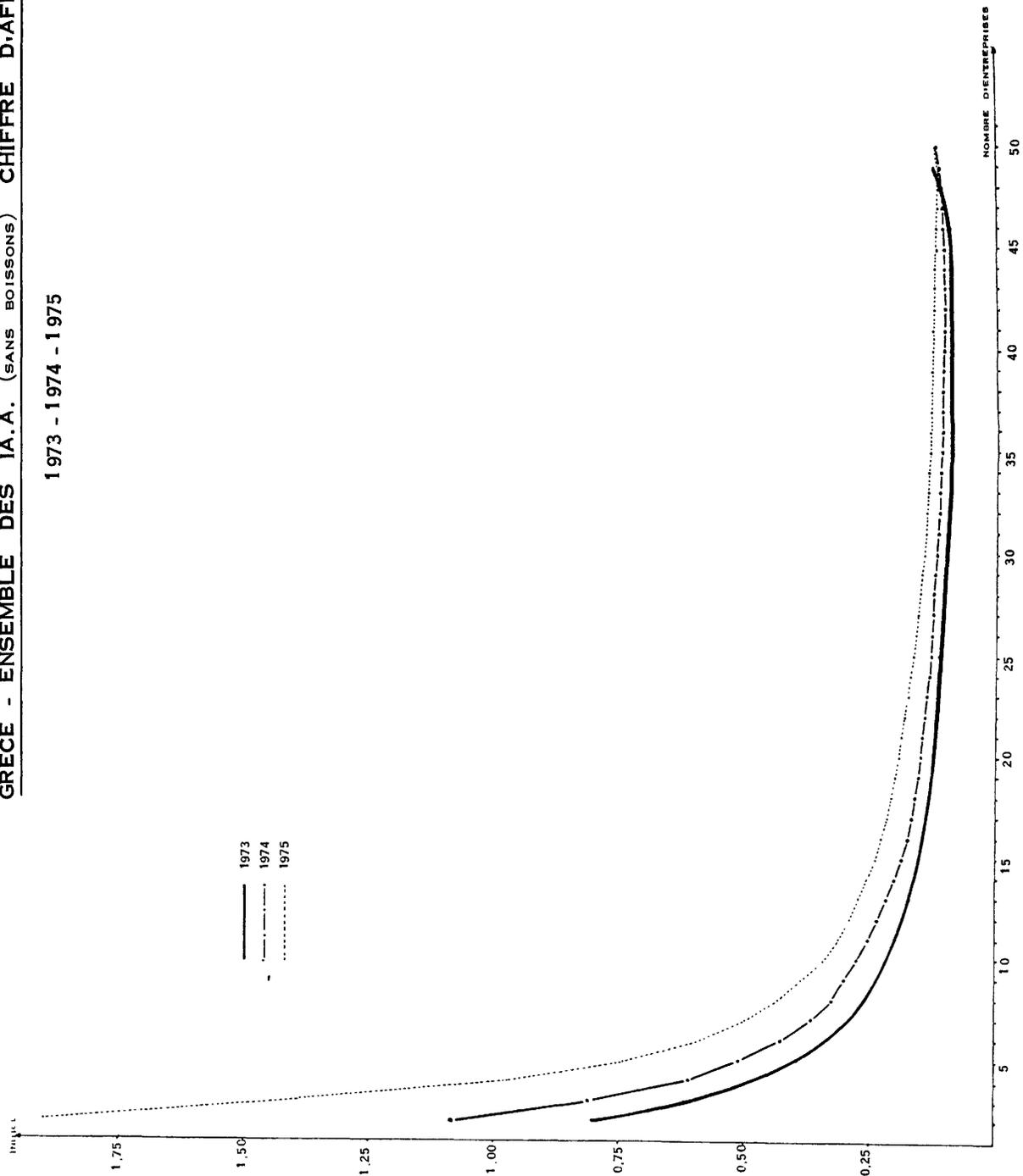
GRECE - ENSEMBLE DES I.A.A. (SANS BOISSONS) 1975

Courbes structurelles de LINDA



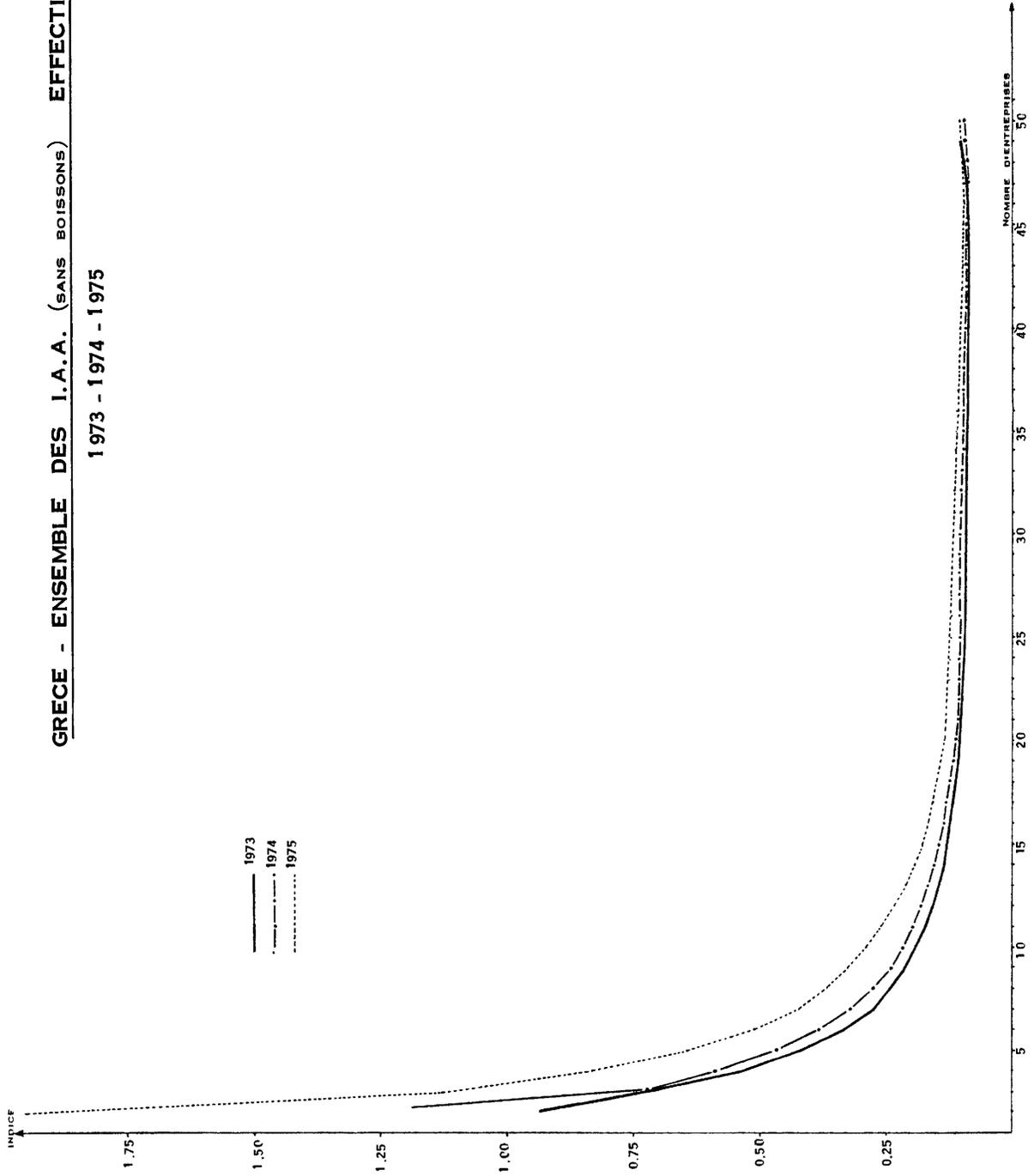
GRECE - ENSEMBLE DES I.A.A. (SANS BOISSONS) CHIFFRE D'AFFAIRES

1973 - 1974 - 1975



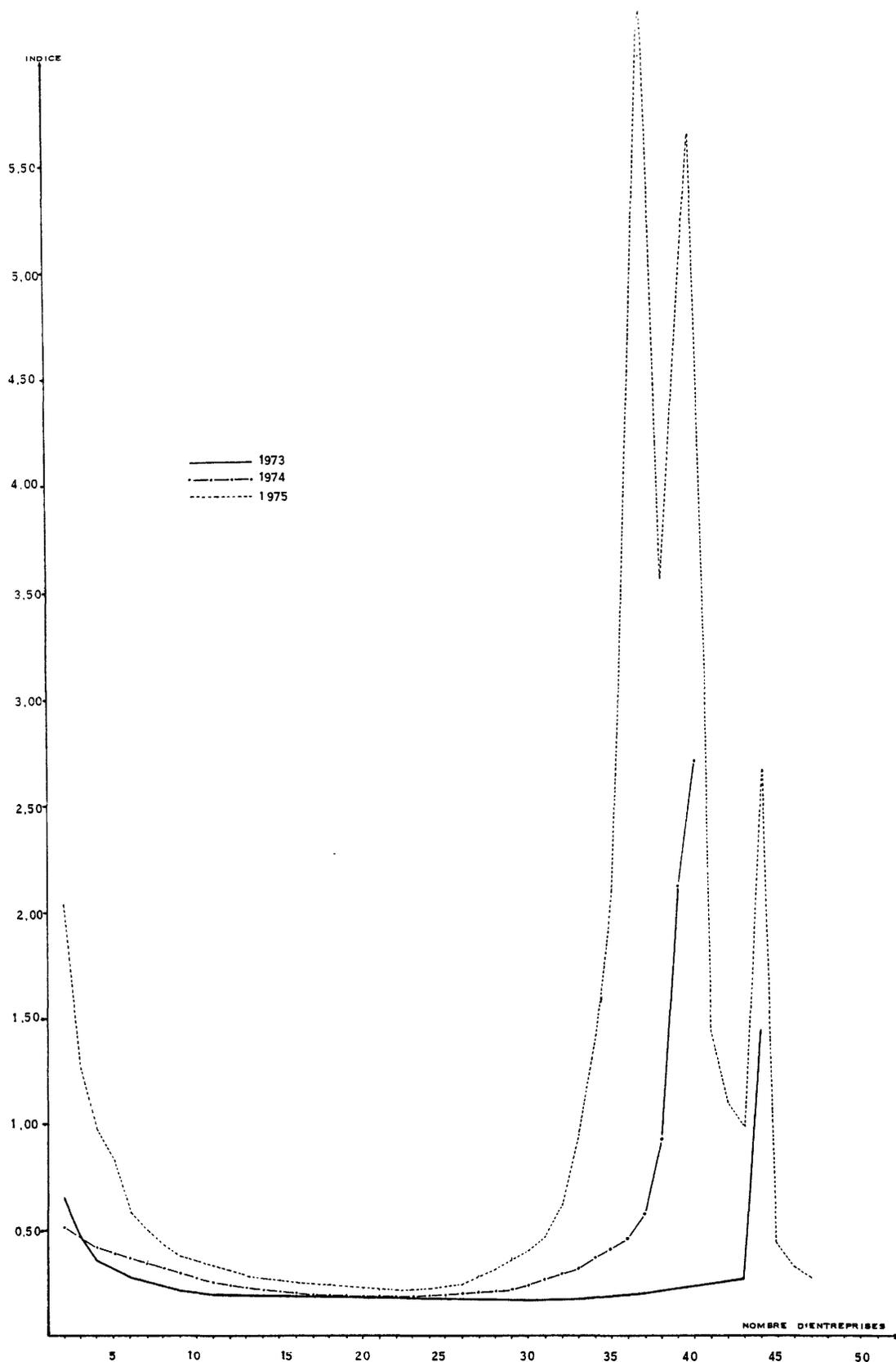
GRECE - ENSEMBLE DES I.A.A. (SANS BOISSONS) EFFECTIFS

1973 - 1974 - 1975



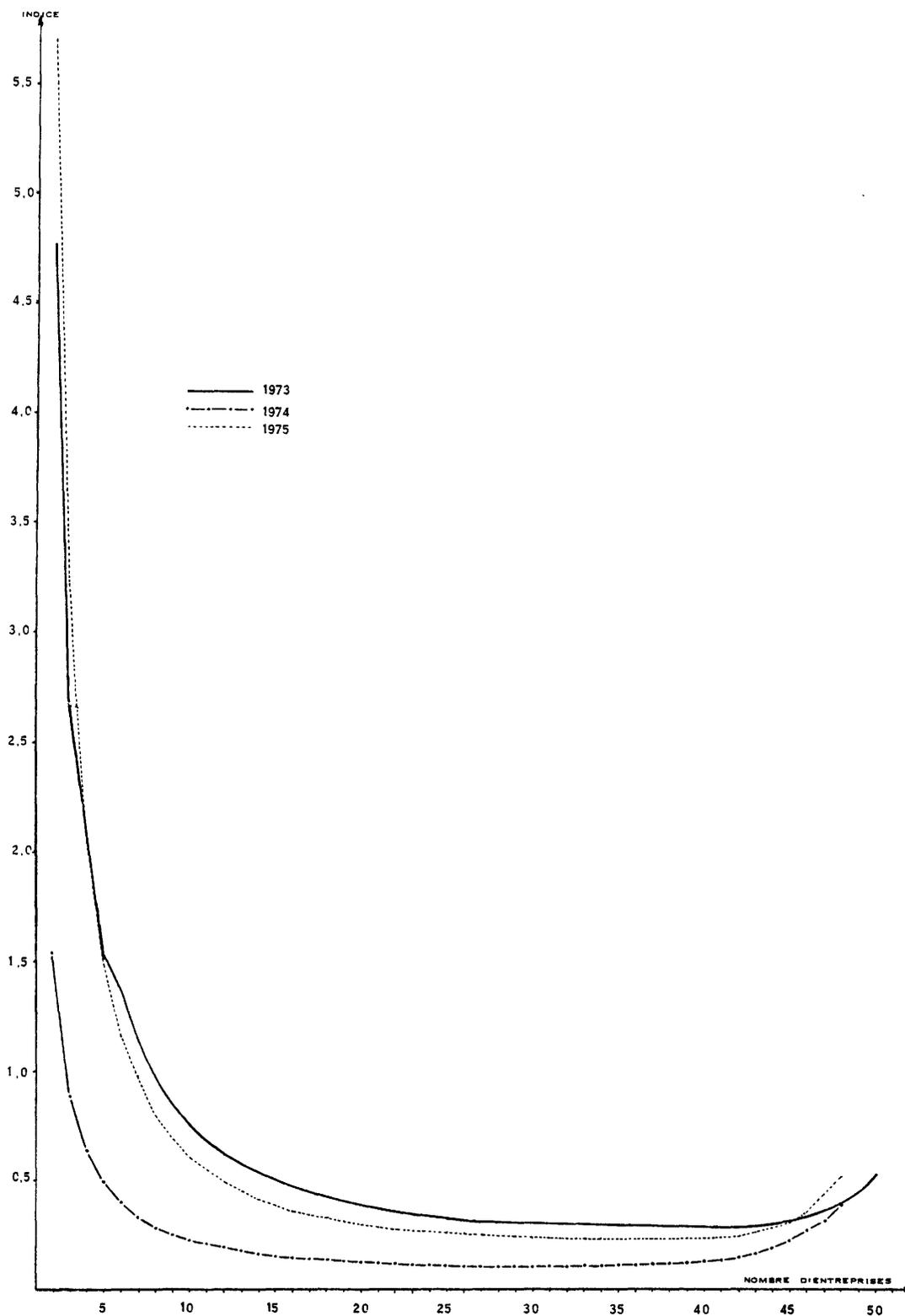
GRECE - ENSEMBLE DES I.A.A. (SANS BOISSONS) BENEFICE NET

1973 - 1974 - 1975



GRECE - ENSEMBLE DES I.A.A. - INVESTISSEMENTS BRUTS

1973 - 1974 - 1975



2.2.2. Industrie laitière

A. Situation générale

En 1975, les industries laitières, avec un chiffre d'affaires de 5 milliards de drachmes, réalisaient 10,5 % de la production brute des IAA, 9,8 % de la valeur ajoutée et offraient 8,8 % des emplois dans ce secteur (établissements de plus de 10 salariés).

Il s'agit d'un secteur en forte progression (13 % d'augmentation du volume de la production de lait frais et 30 % pour les fromages entre 1970 et 1974).

La production de lait concentré et de lait en poudre n'a commencé qu'à partir de 1975, date à laquelle NESTLE SA. s'est installé en Macédoine. Jusqu'à cette date, la Grèce devait importer ces deux produits dans leur totalité (coût des importations 1,8 milliards de drachmes en 1974 soit plus de la moitié des importations agro-industrielles grecques cette année-là).

La demande des produits laitiers présente une progression constante. Ainsi, au cours de la période 1970-1974, la consommation de lait concentré a progressé de 53 %, celle de lait en poudre de 40,8 %, celle de lait frais de 13 % et enfin celle du fromage de 8,7 %.

Le commerce extérieur pour l'ensemble du sous-secteur demeure en déficit croissant.

Tableau 55 - Commerce extérieur du sous-secteur des produits laitiers

Produits	Importations		Exportations	
	1970	1974	1970	1974
Lait concentré	57,1	87,4	-	-
Lait en poudre	7,1	10,0	-	-
Fromages	3,2	-	-	1,1

B. L'étude de la concentration

Structure industrielle du secteur des industries laitières et évolution : en 1976, on recensait en Grèce 1 280 fromageries de type artisanal et 47 entreprises laitières de type industriel. Sur ces 47 entreprises seulement 16 étaient constituées sous la forme S.A. et S.A.R.L.

La taille moyenne des entreprises (SA et SARL) que l'on peut évaluer sur la base du ratio Actif Total par entreprise, est passée de 23,7 millions de drachmes en 1966 à 140,6 millions de drachmes en 1976.

Le nombre de salariés par entreprise (SA et SARL) est passé quant à lui de près de 120 à 144, au cours de la même période. Alors qu'en moyenne, en 1976, l'ensemble des 47 entreprises laitières employait moins de 50 personnes chacune.

La répartition des entreprises du sous-secteur selon les capitaux engagés est présentée dans le tableau suivant :

Tableau 56 : Répartition des entreprises laitières selon les capitaux totaux engagés.

Catégorie d'entreprises	Nombre 1976	% 1976	Nombre 1966	% 1966
Jusqu'à 10 M de Drs	1	6,25	2	22,2
de 10 à 50 M de Drs	7	43,75	6	66,6
de 50 à 100 M de Drs	3	18,75	-	-
de 100 à 200 M de Drs	1	6,25	1	11,1
plus de 200 M de Drs	4	25,00	-	-
TOTAL	16	100	9	100

Les résultats économiques de ces entreprises se présentent quant à eux de la manière suivante :

Tableau 57 : Répartition selon les résultats nets obtenus en 1966 et en 1976

Catégorie d'entreprises	1976			1966		
	Nombre	%	Bénéfices nets ou (perte) (1)	Nombre	%	Bénéfices nets ou (perte) (1)
Entreprises qui réalisent des bénéfices nets	10	62,5	33,7	2	22,2	4,9
Entreprises qui réalisent des pertes nettes	6	37,5	(70,1)	5	55,6	(3,2)
Entreprises qui ne réalisent ni bénéfices ni pertes	-	-	-	2	22,2	-
TOTAL	16	100	(36,4)	9	100	1,7

(1) En millions de drachmes.

En général les industries laitières demeurent des entreprises de petite taille. Toutefois, on observe dans les toutes premières entreprises un phénomène assez net de concentration, avec l'apparition auprès de la firme EVGA de trois autres entreprises de grande taille. Cette évolution s'est accompagnée de résultats intéressants.

Tableau 58 : La part des quatre premières firmes classées selon l'actif total en 1976 (en %)

Entreprises	Actif Total	Actif Fixe	Dettes	Capitaux propres	Bénéfices bruts	Bénéfices nets (pertes)	R.S.E. ⁽¹⁾	Effectifs
NESTLE S.A.	24,2	27,3	11,8	55,3	11,4	(86,6)	-	10,5
EVGA S.A.	21,5	17,4	18,6	18,5	37,4	8,0	2,2	34,2
DELTA S.A.	17,2	28,8	17,2	19,2	38,7	76,1	20,1	23,9
DODONI S.A.	12,4	7,5	17,7	1,8	1,2	1,0	2,7	5,6
TOTAL EN 1976	75,3	81,0	65,3	94,8	88,7	-	-	74,2
TOTAL DES 4 PREMIERES EN 1966	65,2	71,2	74,0	69,4	89,8	-	-	82,3
DONNEES RELATIVES A EVGA SA EN 1966	43,7	45,7	39,3	49,8	74,1	-	11,4	69,6

Source : Nos calculs à partir des données de l'ICAP HELLAS 1968 et 1978.

Etude économétrique de la concentration

La concentration du secteur laitier apparaît dès l'étude des courbes de Linda pour l'année 1975, et ce pour l'ensemble des variables (mis à part les bénéfices nets). La lecture de ces courbes met en évidence l'importance de la taille des deux premières entreprises en ce qui concerne : les effectifs, le cash flow et les capitaux propres. Seuls les bénéfices échappent à cette tendance, trois entreprises se détachant des autres (en ordre différent), en ce qui concerne cette variable. Le tableau suivant donne une idée de la position des premières firmes relativement à ces différents indicateurs.

$$(1) \text{ RSE} = \frac{\text{Bénéfice Net}}{\text{Capitaux propres}} \times 100$$

Tableau 59 : Données relatives aux premières industries laitières

1975 en millions de Drs.

EFFECTIF (Nombre)	CASH FLOW	CAP PROPRES	BENEFICE NET
1. EVGA SA (757)	1. EVGA SA (208,9)	1. EVGA SA (121,2)	1. DELTA SA (31,8)
2. DELTA SA (397)	2. DELTA SA (124,2)	2. DELTA SA (80,6)	2. HILBIGAL SA(11,5)
3. DODONI SA (111)	3. DODONI SA (27,3)	3. DODONI SA (12,1)	3. EVGA SA (8,7)
4. NEOGAL SA (85)	4. NEOGALSA (22,9)	4. OLYMPOS SA (11,3)	4. AIDINIDIS SA(1,0)

En 1975, l'indice L_s prend des valeurs très élevées pour les quatre variables étudiées, ce qui confirme l'existence d'un déséquilibre accentué.

Tableau 60 : Valeur du L_s

1975

VARIABLE	L_s
Capitaux propres	1,19
Bénéfice net	1,16
Cash flow	1,14
Effectifs	0,87

Ce déséquilibre est nettement plus accentué pour les variables financières, comme le confirme la matrice du déséquilibre de LINDA.

Analyse dynamique de la concentration

. Au cours des années 1973-1975, il y a eu une légère diminution du déséquilibre en ce qui concerne les effectifs, mais la rupture dimensionnelle entre les deux premières et les autres entreprises du sous-secteur demeure. L'arène oligopolistique reste toujours constituée de 10 entreprises et N_m^* correspond toujours au point "3". L'écart dimensionnel entre la première et la deuxième entreprise du sous-secteur n'a cessé, lui aussi, d'augmenter ($L_2 = 0,95$ en 1975 contre $L_2 = 0,80$ en 1973).

. Pour les capitaux propres (variable pour laquelle le secteur est le plus déséquilibré)(1), on constate une diminution spectaculaire de l'écart entre la première et la deuxième entreprise ($L_2 = 1,36$ en 1973 contre $L_2 = 0,75$ en 1975), une légère diminution du déséquilibre à l'intérieur de l'arène oligopolistique (Diminution du L_s de 0,04 entre 1973 et 1975), mais en même temps une augmentation de l'écart dimensionnel entre les deux premières et les autres entreprises du sous-secteur et une restriction de l'arène oligopolistique ($N_m^* = 10$ en 1973 et $N_m^* = 9$ en 1975).

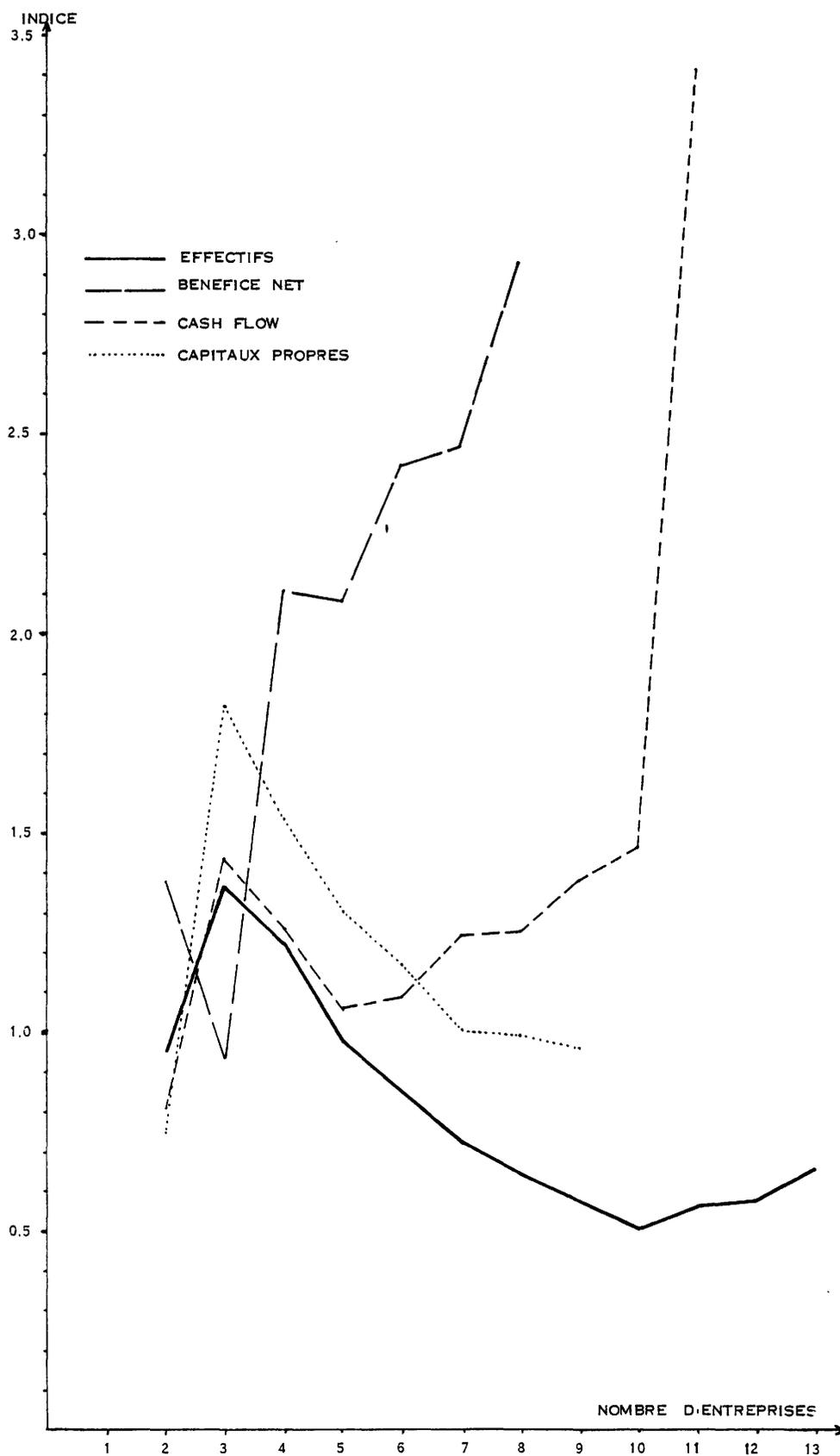
(1) Voir matrice du déséquilibre.

. En ce qui concerne enfin le bénéfice net, la concentration augmente sensiblement au fil des années. Plusieurs indices confirment cette évolution. Tout d'abord l'augmentation de l'écart entre les trois premières et les autres entreprises du sous-secteur, ensuite l'augmentation de l'écart entre la première et la deuxième entreprise ($L_2 = 0,52$ en 1973 contre $L_2 = 1,38$ en 1975), et enfin l'augmentation du déséquilibre, traduit par l'évolution du L_3 ($L_3 = 0,47$ en 1973 contre $L_3 = 1,16$ en 1975).

MATRICE DU DESEQUILIBRE

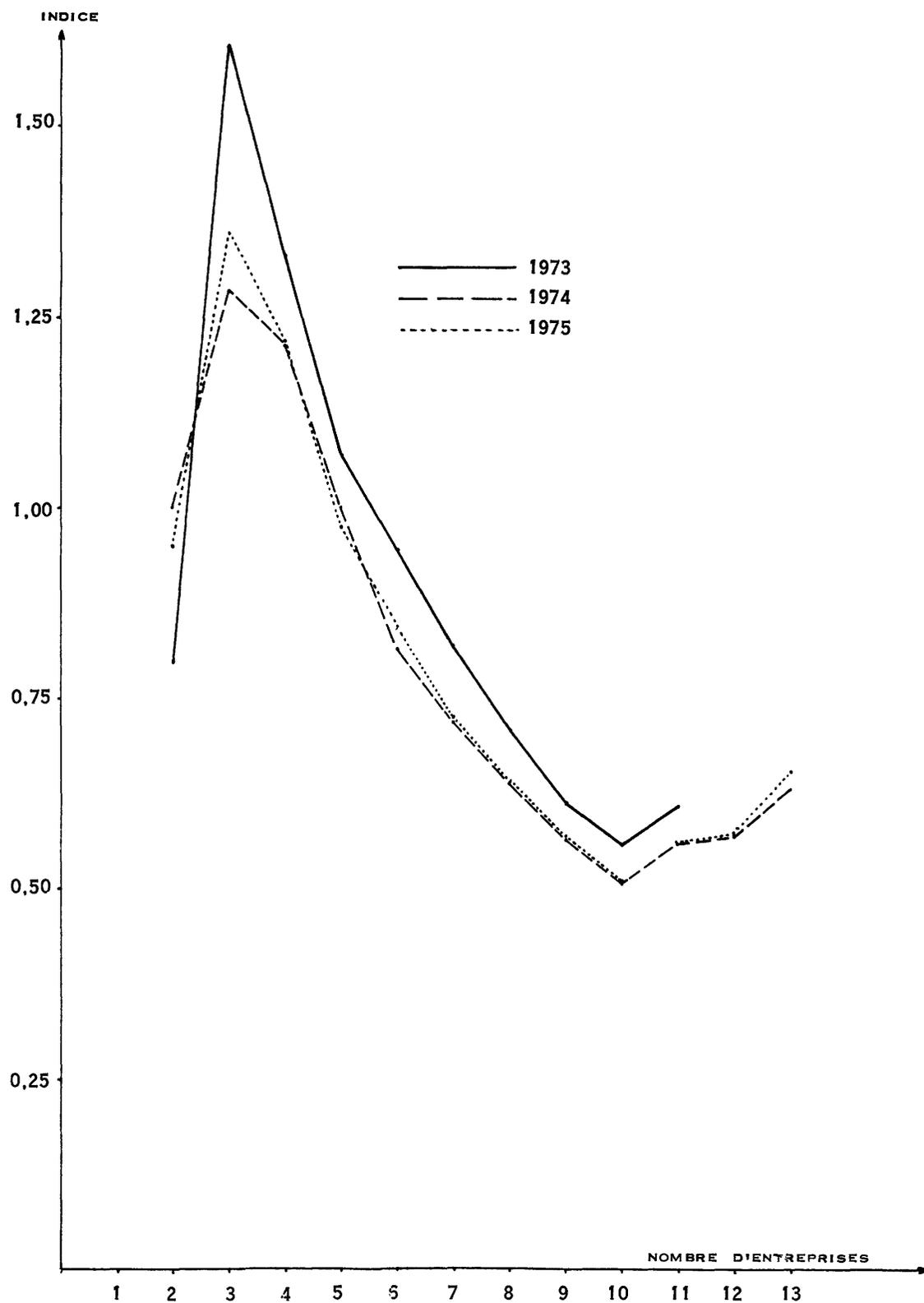
L _N * H _K		VARIABLES				RANG	HIERARCHISATION	SCORE
		1	2	3	4			
L _S		CAPITAUX PROPRES	CASH FLOW	BENEFICE NET	EFFECTIF			
		1,82162	1,43989	1,37969	1,36309			
		1 + 1 = 2				I	CAPITAUX PROPRES	2
		1,19212						
		BENEFICE NET		2 + 3 = 5		II	BENEFICE NET	5
		CASH FLOW				III	CASH FLOW	5
		EFFECTIF			4 + 4 = 8	IV	EFFECTIF	5
		0,86824						
VARIABLES		1	2	3	4			

GRECE - PRODUITS LAITIERS - 1975



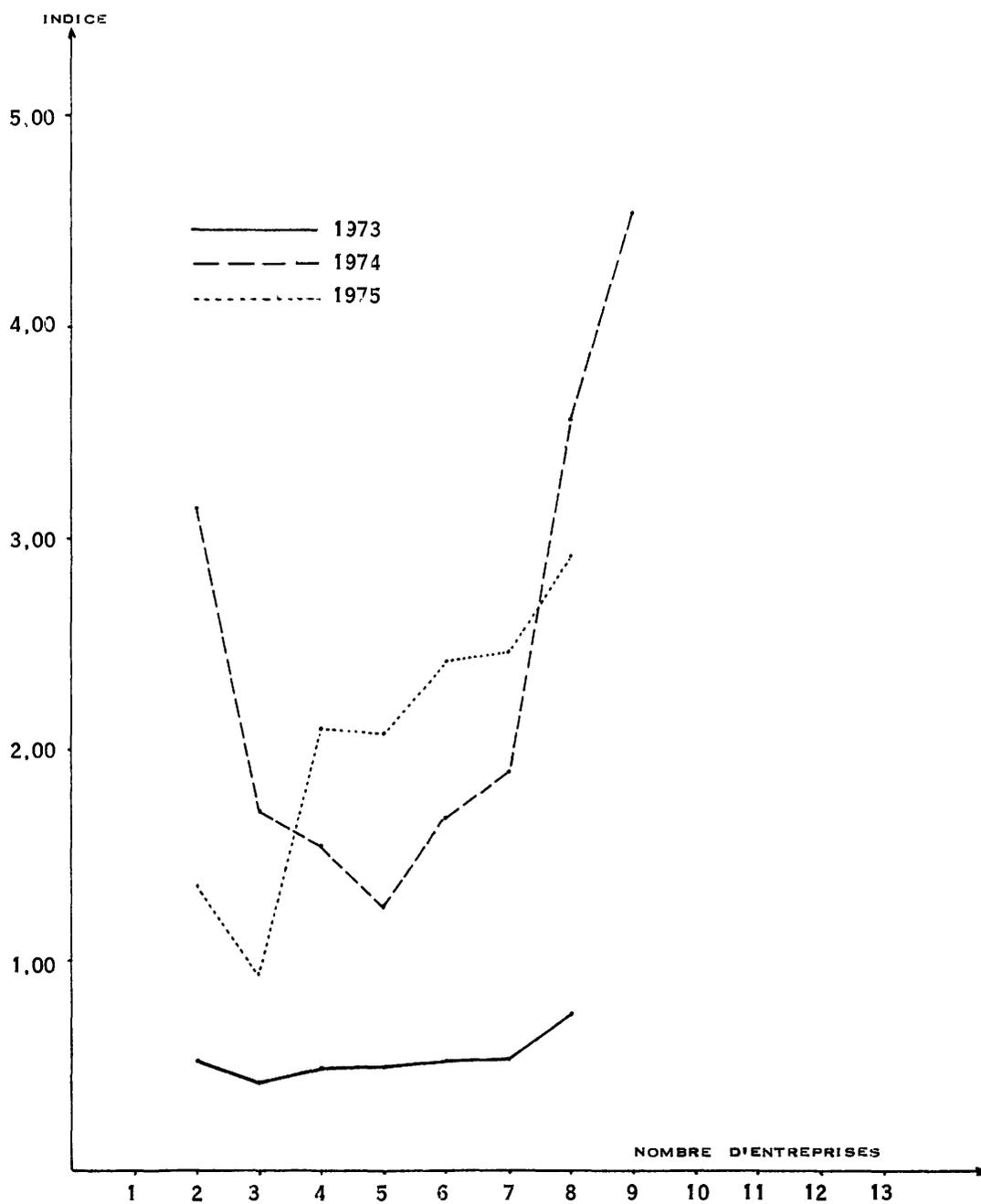
GRECE - PRODUITS LAITIERS

EFFECTIFS



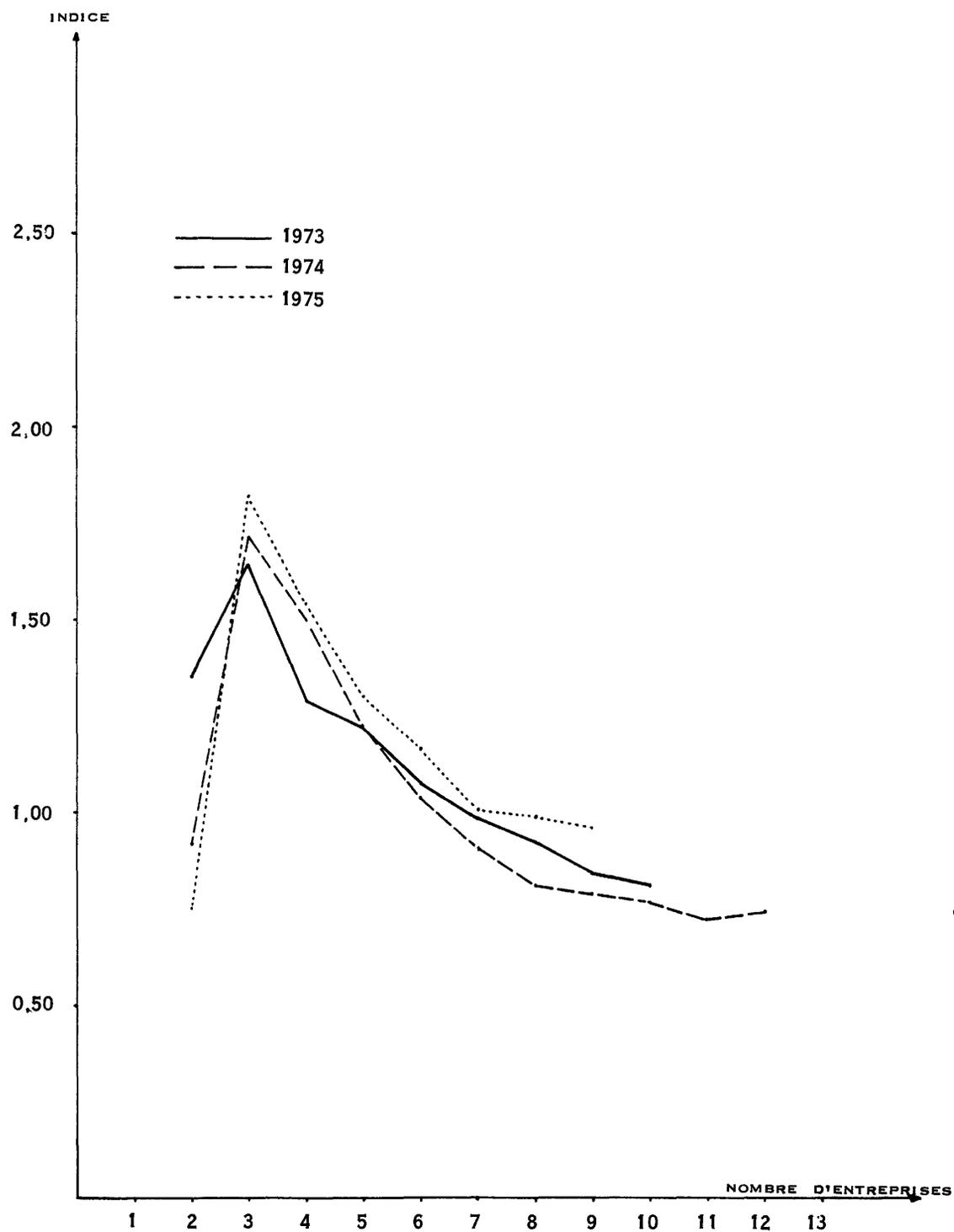
GRECE - PRODUITS LAITIERS

BENEFICE NET



GRECE - PRODUITS LAITIERS

CAPITAUX PROPRES



2.2.3. Industrie des condiments

A. Situation générale

L'échantillon des entreprises étudiées dans ce secteur passe de 7 entreprises en 1973 à 9 en 1975 (1). Toutefois ce secteur n'étant pas répertorié dans la nomenclature des activités économiques et industrielles grecques, il est impossible d'évaluer le poids des entreprises de l'échantillon par rapport à l'ensemble du secteur.

Les données globales relatives aux entreprises étudiées mettent en évidence les évolutions suivantes :

- progression de 18 % des effectifs entre 1973 et 1975
- de la valeur des capitaux propres (40 %)
- Amélioration possible des performances financières des entreprises :
 - . augmentation de 41 % des bénéfices nets
 - . augmentation de 46 % du cash flow.

B. Etude de la concentration

Etude économétrique de la concentration : le sous-secteur se présente comme particulièrement concentré pour la majorité des variables étudiées. La différence entre les firmes apparaît là encore plus marquée en ce qui concerne les bénéfices nets et pour le cash flow (seules les quatre premières entreprises ayant réalisé des bénéfices en 1975).

Les valeurs de L_s mettent en évidence la relative hétérogénéité du secteur, y compris au niveau des entreprises leaders.

Tableau 61 : Valeur du L_s

VARIABLE	1975
	L_s
Capitaux propres	0,64
Bénéfices nets	0,83
Cash flow	0,54
Effectifs	0,47

Cette situation est confirmée par la matrice de déséquilibre située en fin de ce paragraphe, dans laquelle les bénéfices nets apparaissent comme la variable pour laquelle le déséquilibre se présente comme le plus important.

Enfin les valeurs que prend L_2 mettent en évidence le fait qu'il n'y a pas d'écart important entre la première et la deuxième entreprise du sous-secteur pour l'ensemble des variables étudiées, à l'exception toutefois des capitaux propres pour lesquels la première entreprise fait un peu plus du double de la deuxième.

Tableau 62 : Données relatives aux premières industries des condiments

				1975 et en millions de Drs			
EFFECTIFS (Nombre)		BENEFICE NET		CASH FLOW		CAPITAUX PROPRES	
1. KNORR SA	(62)	KNORR SA	(6,0)	KNORR SA	(10,4)	ANDRONI BROS SA	(28,7)
2. ANDRONI BROS SA	(55)	VEM SA	(3,6)	EBEEP SA	(7,0)	KNORR SA	(13,8)
3. VEM SA	(54)	BRAVA SA	(1,6)	VEM SA	(5,1)	VEM SA	(5,1)
4. BRAVA SA	(30)	BALTIMORE SPICE HELLAS SA	(0,4)	BRAVA SA	(4,3)	BRAVA SA	(7,5)

Le tableau précédent met en évidence l'importance de la première entreprise du sous-secteur KNORR SA, qui présente par ailleurs le meilleur rendement des capitaux propres (Bénéfice net/capitaux propres).

Tableau 63 : Rendement des capitaux propres des premières industries des condiments

Entreprise	Rendement des capitaux propres
KNORR SA	43,5 %
VEM SA	27,7 %
BALTIMORE SPICE SA	22,2 %
BRAVA SA	12,3 %

Analyse dynamique de la concentration : au cours de trois années étudiées, le degré de concentration s'est sensiblement accentué dans le sous-secteur des condiments parallèlement à l'apparition de nouvelles entreprises (7 en 1973, 8 en 1974 et 9 en 1975). Cette évolution est confirmée par l'évolution du L_3 et de l'arène oligopolistique qui se restreint ou reste limitée à un petit nombre d'entreprises pour la majorité des variables étudiées.

. Cette concentration demeure en ce qui concerne les bénéfices nets, ($N^*_m = 2$ en 1973, 1974 et 1975), alors que L_3 augmente sensiblement (0,55 en 1973 contre 1,08 en 1974 et 0,83 en

1975), ce qui signifie que le déséquilibre s'accroît entre la première et la deuxième entreprise du sous-secteur.

. On constate la permanence d'une "arène" de 5 entreprises en ce qui concerne le cash-flow mais une augmentation du déséquilibre en son sein. ($L_s = 0,47$ en 1973 et $L_s = 0,54$ en 1975).

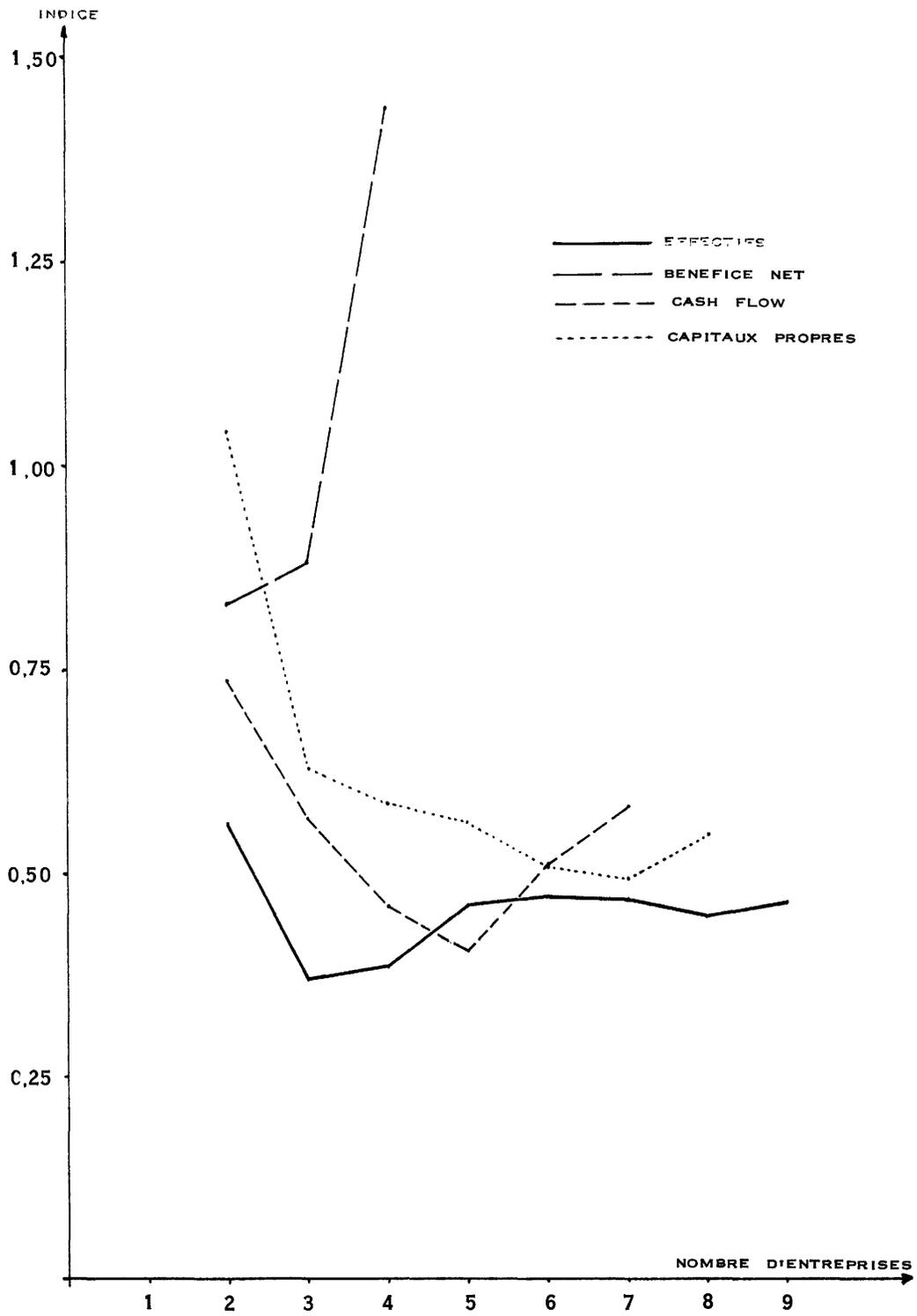
. On observe également l'élargissement de l'arène oligopolistique pour les capitaux propres qui de 6 entreprises en 1973 passe à 7 en 1975. On constate en même temps une augmentation importante du déséquilibre ($L_s = 0,46$ en 1973 et $L_s = 0,64$ en 1975) et une accentuation de la taille de la première entreprise ($L_2 = 0,55$ en 1973 et $L_2 = 1,04$ en 1975).

. Enfin, en ce qui concerne les effectifs, les différenciations s'accroissent, avec une diminution de la taille des entreprises leaders. D'autre part, le déséquilibre à l'intérieur de l'arène a légèrement augmenté ($L_s = 0,44$ en 1973 et $L_s = 0,47$ en 1975) malgré l'évolution parallèle des deux premières entreprises relativement à cet indicateur.

MATRICE DU DESEQUILIBRE

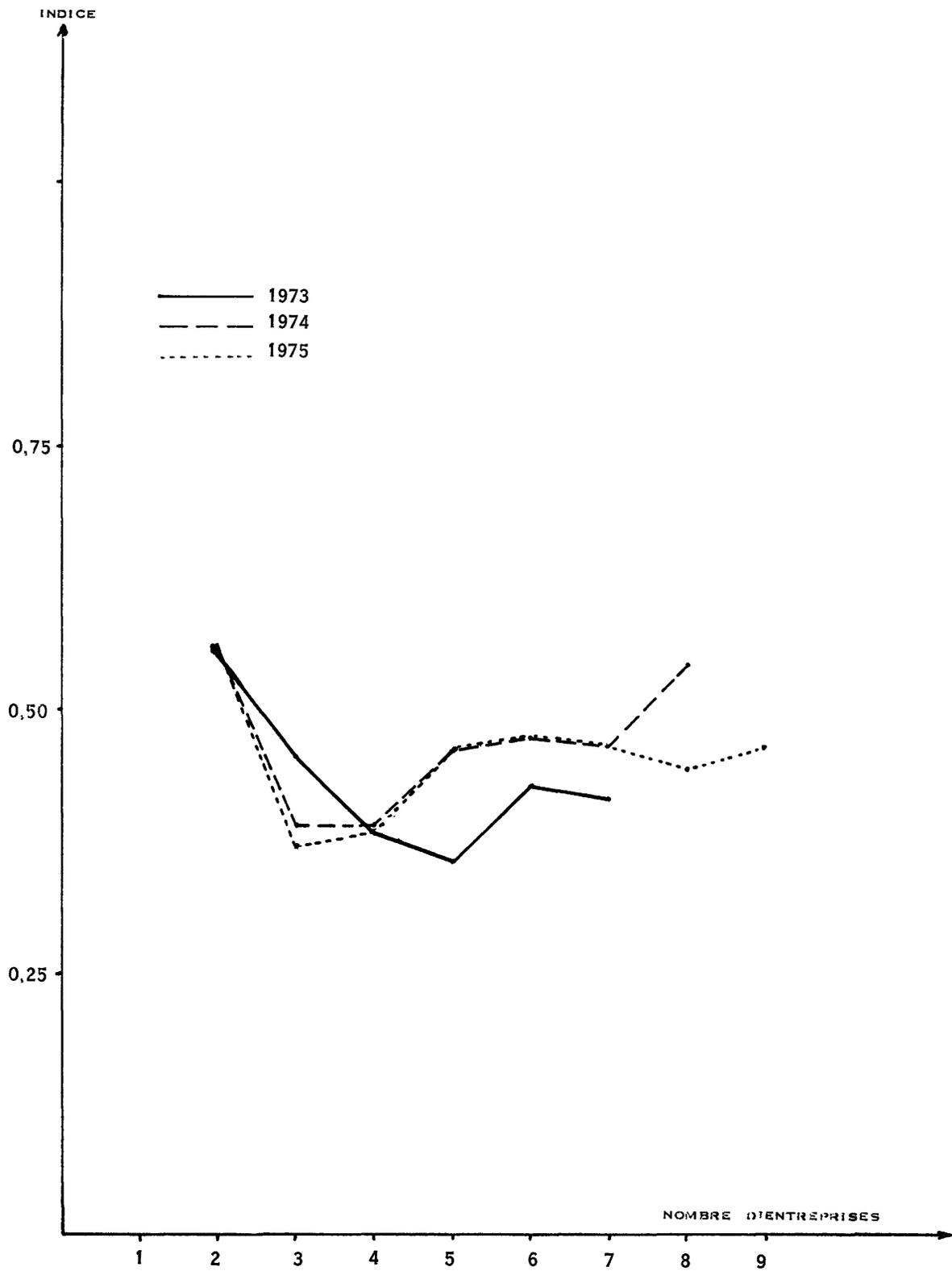
L N*HK		VARIABLES				RANG	HIERARCHISATION	SCORE	
		1	2	3	4				
LS		CAPITAUX PROPRES	BENEFICE NET	CASH FLOW	EFFECTIF				
		1,04	0,83	0,74	0,56				
			1 + 2 = 3				I	BENEFICE NET	3
			2 + 1 = 3				II	CAPITAUX PROPRES	3
					3 + 3 = 6		III	CASH FLOW	6
							4 + 4 = 8	8	
VARIABLES		1	2	3	4				
	BENEFICE NET	0,83							
	CAPITAUX PROPRES	0,64							
	CASH FLOW	0,54							
	EFFECTIF	0,47							

GRECE - CONDIMENTS - 1975

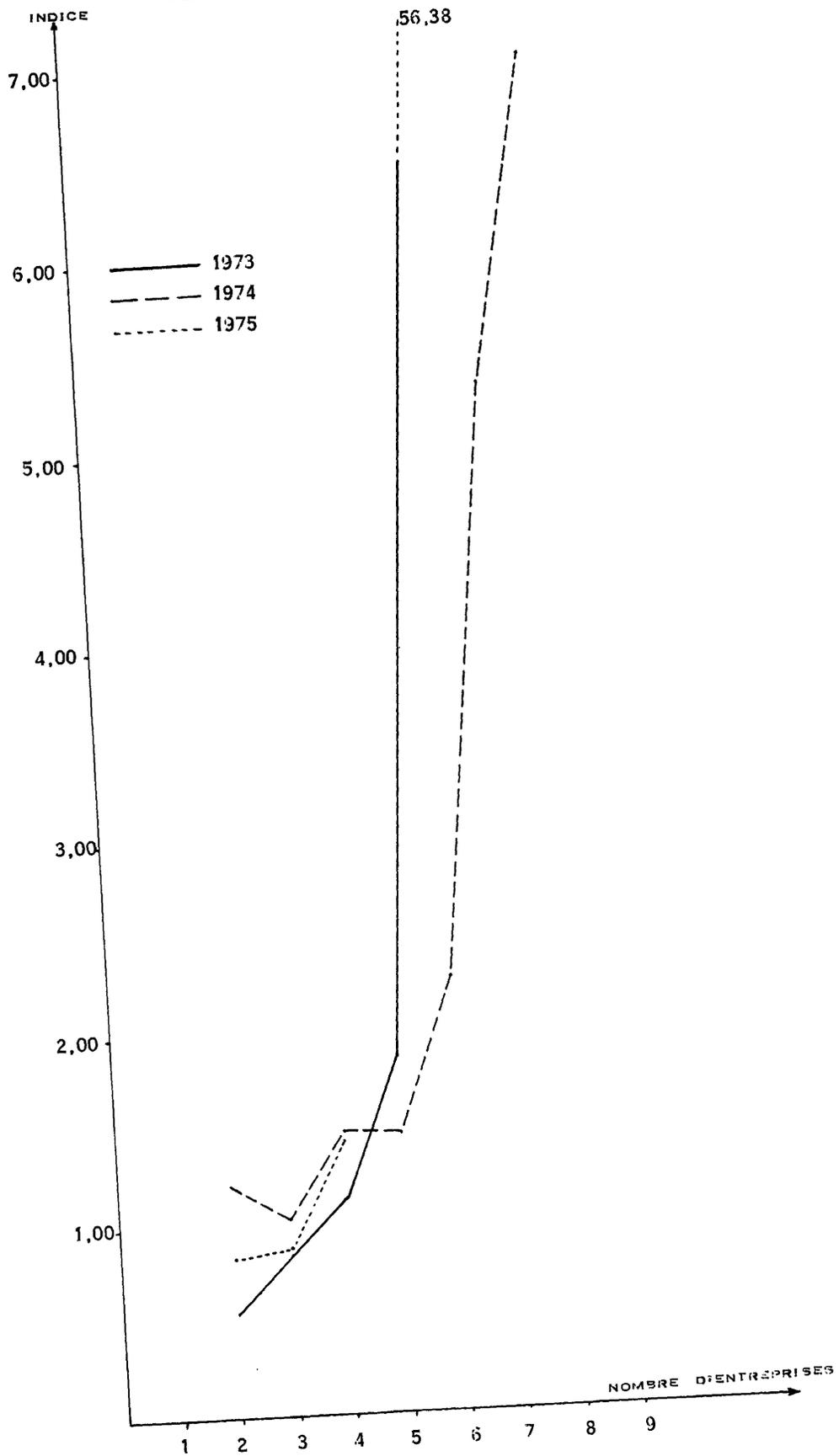


GRECE - EFFECTIFS

EFFECTIFS

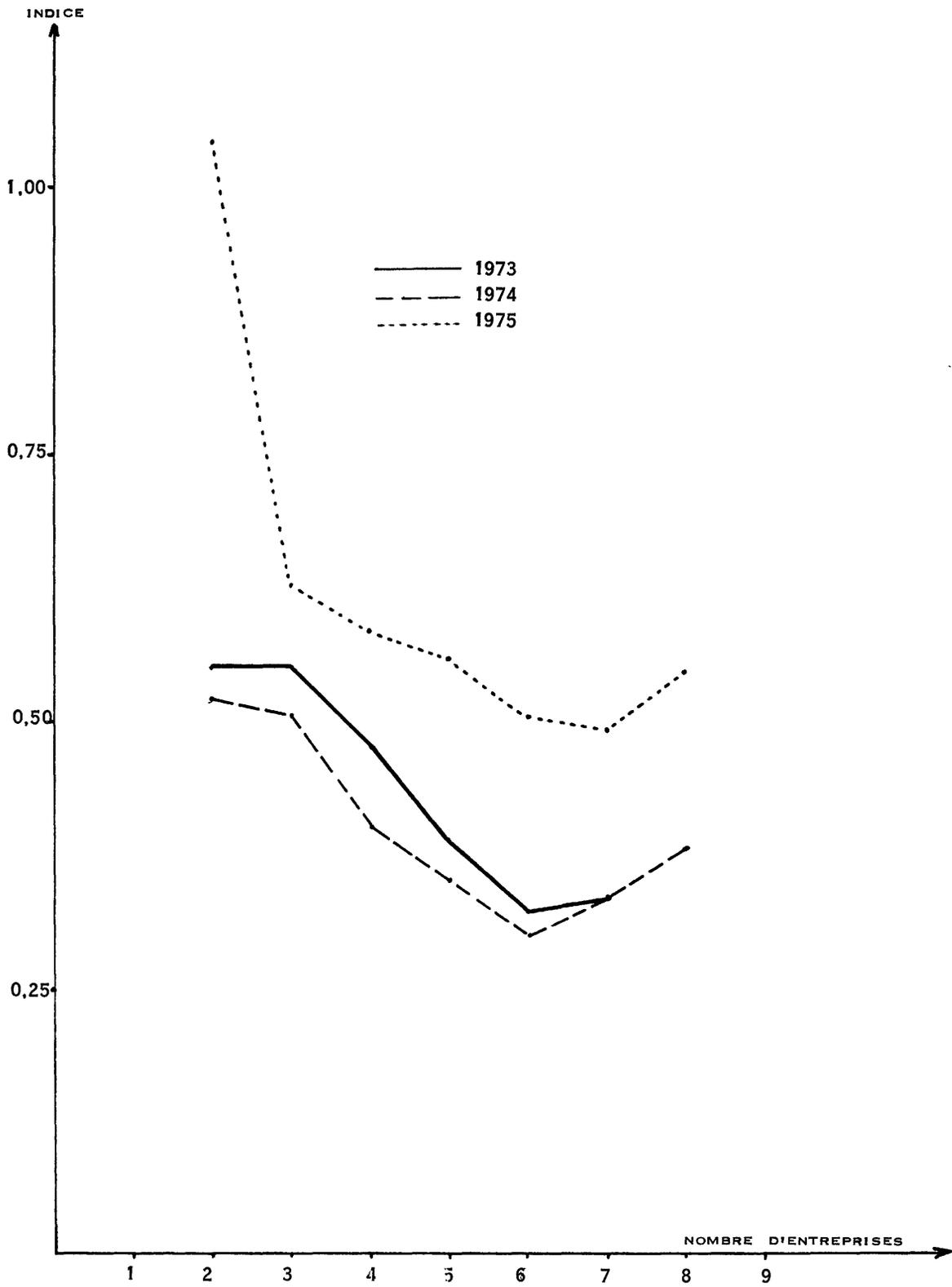


GRECE - CONDIMENTS - BENEFICE NET



GRECE - CONDIMENTS

CAPITAUX PROPRES



2.2.4. Industrie de la viande

A. Situation générale

Ce secteur qui se présente comme relativement traditionnel regroupe les entreprises ayant une ou plusieurs des activités suivantes :

- abattage
- salaisons
- fabrication de conserves de viande.

Les abattoirs. Selon les données du Ministère de l'Agriculture en 1975, il y avait en Grèce :

- 388 abattoirs municipaux généralement de petite taille et faisant appel à des technologies traditionnelles,
- et seulement 5 unités modernes dont trois polyvalentes.

Les conséquences de cette situation sont les suivantes :

- mauvaise qualité des produits
- prix de revient très élevé
- et non exploitation des sous-produits.

Les entreprises de salaison. Ces entreprises au nombre de 150 unités offrent un potentiel de 40 000 Tonnes de produits finis par an (1). La production effective s'élève à 32 000 Tonnes de produits finis par an. Selon le Ministère de l'Agriculture, de ces 150 unités 21 peuvent être considérées comme grandes (ayant un potentiel de plus de 500 Tonnes de produits finis). Elles sont d'autre part les seules qui offrent des produits de bonne qualité.

Les conserveries. Il n'existe en fait qu'une seule industrie fabriquant exclusivement des conserves de viande (2). Cette dernière implantée dans la région de Thessalonique, produit 1 800 Tonnes de produits finis par an (1975).

Le reste de la production nationale s'élevant à 3 500 Tonnes de conserves par an est assurée par les charcuteries.

(1) Source : Ministère de l'Agriculture - Rapports Interne 1975

(2) HELLENIC FRENCH CANNING INDUSTRY S.A.

Les industries polyvalentes. Trois industries polyvalentes viennent d'être fondées tout récemment, une en Thessalie (ELBOK) et deux en Thrace (THRACE S.A.). Les trois unités sont équipées des ateliers suivants :

- abattoirs
- salles de conservation en froid et de surgélation
- production de conserves
- ateliers d'élaboration de sous-produits.

Pour deux d'entre elles la verticalisation continue vers l'amont avec des ateliers destinés à l'élevage bovin et porcin.

Bilan d'approvisionnement des viandes et consommation par habitant en Grèce

La production et la consommation de différentes viandes a considérablement augmenté pendant la période 1965-1974, ce qui prouve le dynamisme et le développement du marché du sous-secteur comme l'indique le tableau suivant.

Tableau 64 : Production, consommation et importations des viandes en Grèce

	1965	1970	1974	Taux moyen annuel d'augmentation ou de diminution
Population (Millions)	8,6	8,8	9	-
Production (Tonnes)	225 500	305 400	441 000	+ 7,8 %
Importations (Tonnes)	96 100	126 600	42 250	- 8,7 %
Consommation (Tonnes)	321 600	432 000	483 250	+ 4,6 %
Taux d'auto-approvisionnement	70,1 %	70,7 %	91,2 %	-
Consommation par tête en Kg/an	37,6	49,1	53,9	+ 4,1 %

Sources : 1) Ministère de l'Agriculture

2) Statistiques du commerce extérieur, 1966, 1969, 1972 et 1976.

Selon les données disponibles, la production a presque doublé en 10 ans alors que les importations ont diminué de près de moitié. De ce fait le taux d'auto-approvisionnement a augmenté d'une façon très sensible et atteint en 1974 plus de 91 %.

La consommation par tête quant à elle a augmenté au rythme de 4,1 % par an. Malgré cette progression la consommation observée de 1974 (54 kg par habitant) demeure très largement au dessous des moyennes européennes et laisse supposer une progression au cours des prochaines années.

Malgré cette évolution dynamique de la demande et de la production, les industries de transformation des viandes n'ont pas été à même de suivre ce rythme de croissance comme l'indique le tableau suivant :

Tableau 65 : Production, consommation et importations des produits élaborés dérivés des viandes

	1970	1974	Variation en % 1974 1970
Production (Tonnes)	22 000	28 000	+ 27,2
Importations (Tonnes)	4 200	5 600	+ 33,3
Consommation (Tonnes)	26 200	33 600	+ 28,2
Taux d'auto-approvisionnement	85,5 %	83,3 %	
Consommation/tête	3 Kgs	3,7 Kgs	+ 23,3

Sources : 1) Ministère de l'Agriculture
2) Banque Agricole de Grèce
3) Annuaire du Commerce Extérieur 1970 et 1974.

En cinq ans la consommation de produits dérivés de la viande est passée de 3 à 3,7 Kgs par tête et par an. Pour répondre à cette demande la Grèce a dû recourir à l'importation qui a augmenté de 33,3 % de 1970 à 1974.

Les SA et les SARL du sous-secteur. Sur un nombre total de 547 industries de la viande en 1976, seulement 12 ont été constituées sous la forme de SA et de SARL, ce sont les entreprises modernes et industrielles du sous-secteur.

Entre 1966 et 1976 l'évolution des SA et des SARL a été la suivante :

Tableau 66 : Les caractéristiques structurelles du sous-secteur (en millions de Drs)

Entreprise	Actif Total	Actif Fixe	Dettes	Capitaux Propres	Bénéfice Brut	Bénéfice Net ou (perte)	Effectifs Salariés
1976 (12 entreprises)	1 672	1 102,9	1 116,1	555,9	221,3	(26,8)	1 217
1966 (1 entreprise)	55,2	36,9	51,7	3,5	1,8	(6,3)	154
Taux d'augmentation annuel moyen (1966-1976)	40,6	40,4	36,0	66,0	61,8	-	23,0

Sources : Bilans des entreprises dans ICAP Hellas 1968 et 1978.

La structure du secteur. La taille de ces entreprises évaluée sur la base des capitaux totaux engagés est fournie dans le tableau suivant :

Tableau 67 : Répartition des entreprises selon les capitaux totaux engagés

Catégorie d'entreprises	1976		1966	
	Nombre	%	Nombre	%
Jusqu'à 10 M de Drs	1	8,3	1	100
de 10 M à 50 M de Drs	3	25		
de 50 M à 100 M de Drs	3	25		
de 100 M à 200 M de Drs	2	16,7		
plus de 200 M de Drs	3	25		
TOTAL	12	100	1	100

Leur répartition selon les résultats nets obtenus en 1966 et 1976 se présente comme suit :

Tableau 68 : Les résultats économiques des entreprises SA et SARL du secteur de la transformation des viandes

Catégorie d'entreprises	1976			1966		
	Nombre	%	Bénéfice* net ou (perte)	Nombre	%	Bénéfice* net ou (perte)
Entreprises qui réalisent des bénéfices nets	6	50	40,17			
Entreprises qui réalisent des pertes nettes	6	50	(67,01)	1	100	(6,3)
TOTAL	12	100	(26,8)	1	100	(6,3)

* en millions de Drachmes.

Alors qu'en 1966 ce secteur se présentait comme très artisanal, on observe en 1976 la constitution d'entreprises modernes à caractère industriel. En 1976, il est possible d'opérer la distinction suivante :

- 33 % de ces SA et SARL qui constituent, il convient de le rappeler, les plus grandes entreprises d'un secteur encore très artisanal, doivent être considérées comme petites (moins de 50 millions de drachmes investis),

- 42 % sont de taille moyenne (de 50 à 200 millions de drachmes),

- 25 % peuvent être considérées comme des entreprises "grandes" sans pour autant qu'il s'agisse là d'entreprises ayant la taille des entreprises européennes.

La Grèce encore fortement déficitaire en produits dérivés des viandes a vu son industrie se développer dans ce domaine à un rythme très rapide au cours de la décennie 1966-1976, néanmoins la situation est loin d'être satisfaisante.

La présence d'un grand nombre d'unités artisanales et marginales d'un niveau technologique bas, la mauvaise organisation du marché des viandes (1), et l'absence des industries des conserves de viande, pèsent lourdement sur la qualité et la quantité des produits finis.

L'effort entrepris les dernières années préfigure sans nul doute le développement de ce sous-secteur qui présente une source de déficit non négligeable pour la balance commerciale de la Grèce.

B. Etude de la concentration

Etude économétrique de la concentration. Les courbes Linda réunies en fin de ce paragraphe mettent en évidence un L_{n^*m} pour la valeur $L_{n^*} = 3$ pour les effectifs (2) et les capitaux propres, sans qu'il y ait une liaison très étroite entre ces deux variables puisqu'on n'y retrouve pas les mêmes entreprises dans le groupe des entreprises leaders. Une fois encore, la variable bénéfice net permet de détacher très nettement deux entreprises MIMICOS BROS SA et VOCTAS SA qui cumulent à elles deux 80 % du total des bénéfices de l'échantillon.

(1) Rapport sur l'organisation du marché de la viande en Grèce, Ministère de l'Agriculture, 1975

(2) Cette concentration apparaît d'autant plus importante si l'on prend en compte le fait que les entreprises de notre échantillon représentaient en 1975 à elles seules 52 % des effectifs employés dans les 110 établissements employant plus de 10 salariés.

La concentration apparaît également au niveau du chiffre d'affaires puisque les deux premières entreprises cumulent 34,4 % du chiffre d'affaires de l'ensemble des 107 établissements employant plus de 10 salariés en 1974.

En 1975, les valeurs de l'indice L_s pour les variables étudiées sont les suivantes :

Tableau 69 : Valeurs du L_s

Variables	L_s
Bénéfices nets	1,40
Cash flow	1,31
Effectifs	0,65
Capitaux propres	0,59

La classification des principales entreprises du sous-secteur se présente comme suit :

Tableau 70 : Données relatives aux premières industries de la viande

Effectifs (Nombre)	Bénéfice net	Cash flow	Capitaux propres
1. VOCTAS SA (405)	MIMICOS BROS SA (29,7)	VOCTAS SA (92,3)	VOCTAS SA (141,1)
2. MIMICOS SA (301)	VOCTAS SA (16,3)	AVLIS SA (24,4)	THRACE SA (98,0)
3. AVLIS SA (172)	VIOKRE SA (2,7)	NIKAS SA (13,7)	AVLIS SA (91,3)
4. THRACE SA (100)	NIKAS SA (2,7)	VIOKRE SA (7,1)	MIMICOS SA (44,4)
5. VIOKRE SA (75)	HEL.FRENCH CAN. (1,9)	MIMICOS BROS (5,6)	NIKAS SA (40,8)
	IND. SA	SA	

L'entreprise VOCTAS SA qui se présente comme le leader du sous-secteur n'est pas celle qui obtient les meilleurs résultats économiques comme l'indique le tableau suivant.

Tableau 71 : Rentabilité des capitaux propres et rendement du CA des premières industries de la viande. 1975

Entreprise	Bénéfice net Cap. propres en %	Bénéfice net Ch. d'affaires en %
1. MIMICOS SA	66,9	7,9
2. VIOKRE SA	31,7	-
3. HELLENIC FRENCH CANNING IND. SA	15,3	-
4. VOKTAS SA	11,5	3,2

Ce sous-secteur se présente comme relativement hétérogène, et le déséquilibre observé semble s'accroître au cours de la période étudiée, et tout particulièrement en ce qui concerne certaines variables comme les bénéfices et la cash flow, comme le synthétise la matrice du déséquilibre située à la fin du paragraphe.

Analyse dynamique de la concentration

Au cours des années 1973-1975, on assiste à une diminution constante du nombre des entreprises de taille relativement plus grandes, et ceci pour l'ensemble des variables étudiées.

. Pour les effectifs, la concentration observée au niveau de 6 entreprises en 1973 passe à 4 entreprises en 1974 et à 3 en 1975. En même temps, on assiste à une légère augmentation de l'écart entre la première et la deuxième entreprise du secteur ($L_2 = 0,58$ en 1973 et $L_2 = 0,67$ en 1975). Alors que le déséquilibre à l'intérieur de ces entreprises augmente aussi légèrement ($L_3 = 0,60$ en 1973 et $L_3 = 0,65$ en 1975).

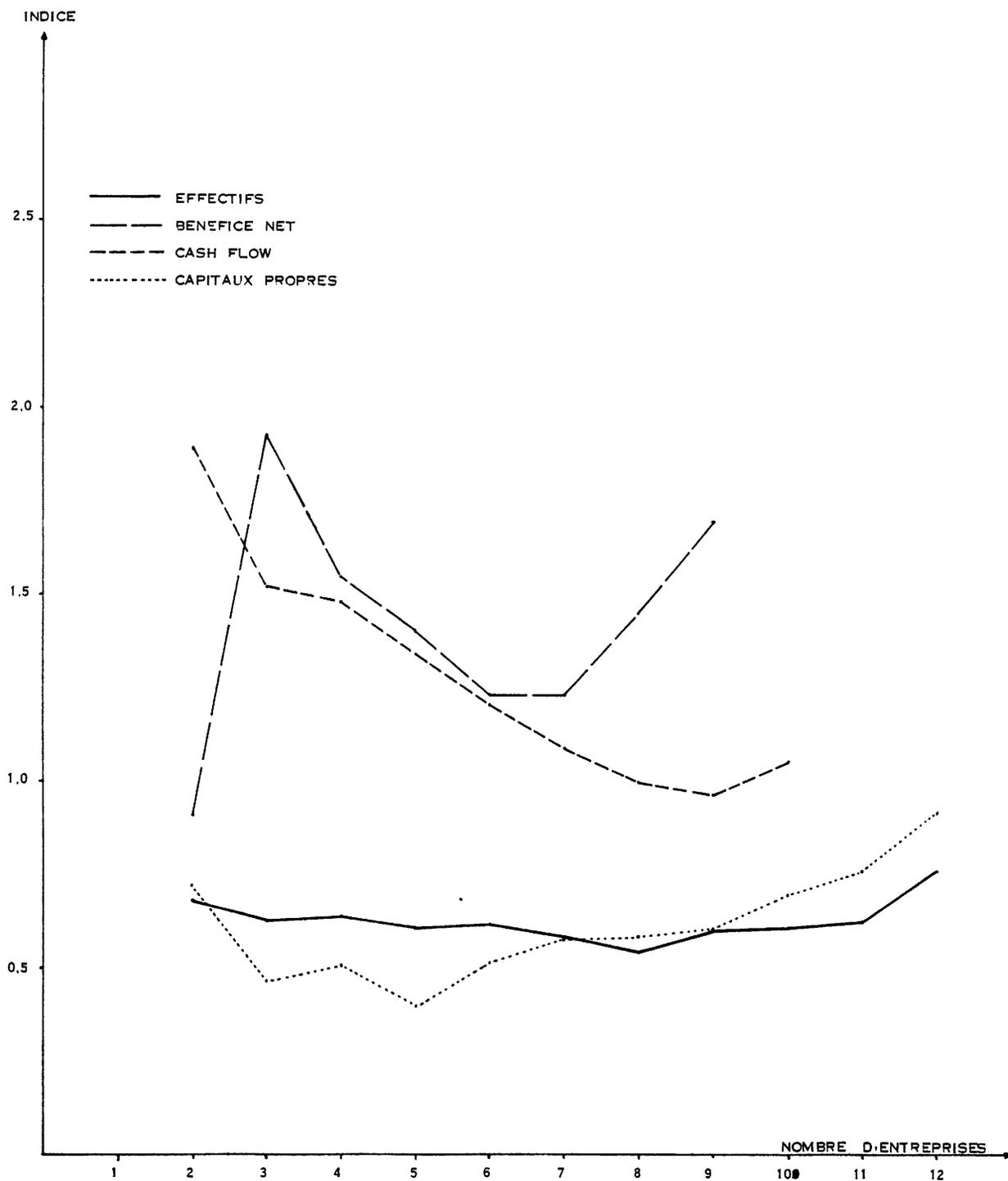
. En ce qui concerne les capitaux propres, le nombre des unités qui se détachent de l'ensemble des entreprises étudiées passe de 5 en 1973 à 3 en 1975. En même temps que se comble l'écart entre les deux premières entreprises ($L_2 = 1,00$ en 1973 et $L_2 = 0,72$ en 1975), et diminue le déséquilibre à l'intérieur de l'arène.

. Le cas des bénéfices nets constitue généralement un cas à part dans la mesure où cette variable se comporte le plus souvent de façon très indépendante. Dans le cas des industries de la viande, ce sont à peu de choses près les entreprises les plus importantes du secteur qu'y s'y retrouvent. Toutefois deux entreprises se détachent nettement de l'ensemble et cet écart observé se creuse au cours des dernières années (1974 et 1975). Dans le même temps, les deux entreprises leaders en performance semblent se rapprocher l'une de l'autre ($L_2 = 1,72$ en 1973 et $L_2 = 0,95$ en 1975), alors que le déséquilibre à l'intérieur de notre échantillon demeure relativement constant ($L_3 = 1,39$ en 1973 et $L_3 = 1,40$ en 1975).

MATRICE DU DESEQUILIBRE

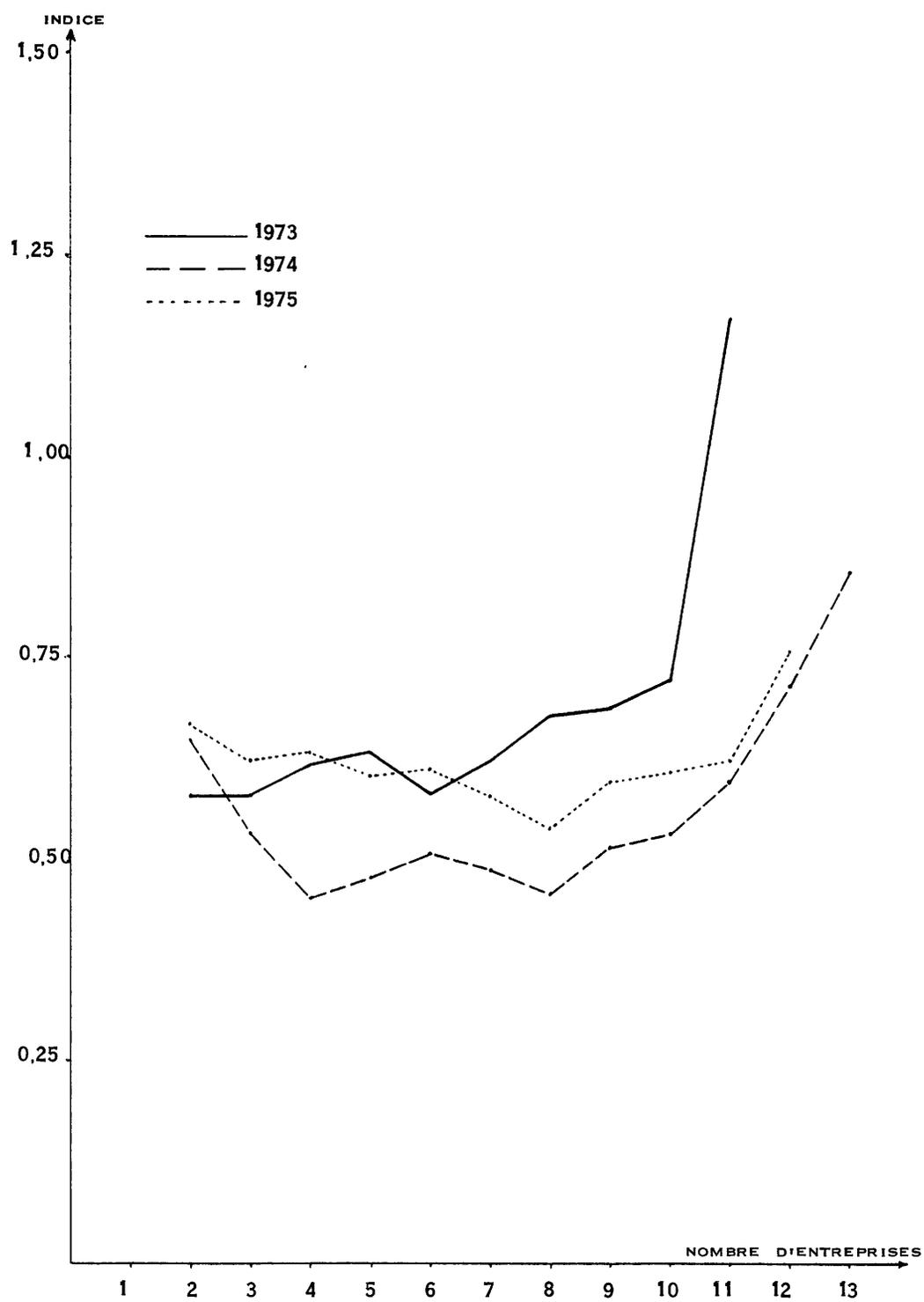
		VARIABLES				RANG	HIERARCHISATION	SCORE		
		1	2	3	4					
L N*H<	LS	BENEFICE NET	1,93	1,89	0,72	0,67				
		1 + 1 = 2						I	BENEFICE NET	2
		2 + 2 = 4						II	CASH FLOW	4
		3 + 4 = 7						III	EFFECTIF	7
		4 + 3 = 7						IV	CAPITAUX PROPRES	7
VARIABLES		1	2	3	4					
	1	BENEFICE NET	1,40							
	2	CASH FLOW	1,31							
	3	EFFECTIF	0,65							
	4	CAPITAUX PROPRES	0,59							

GRECE - ALIMENTATION, INDUSTRIE DE LA VIANDE - 1975



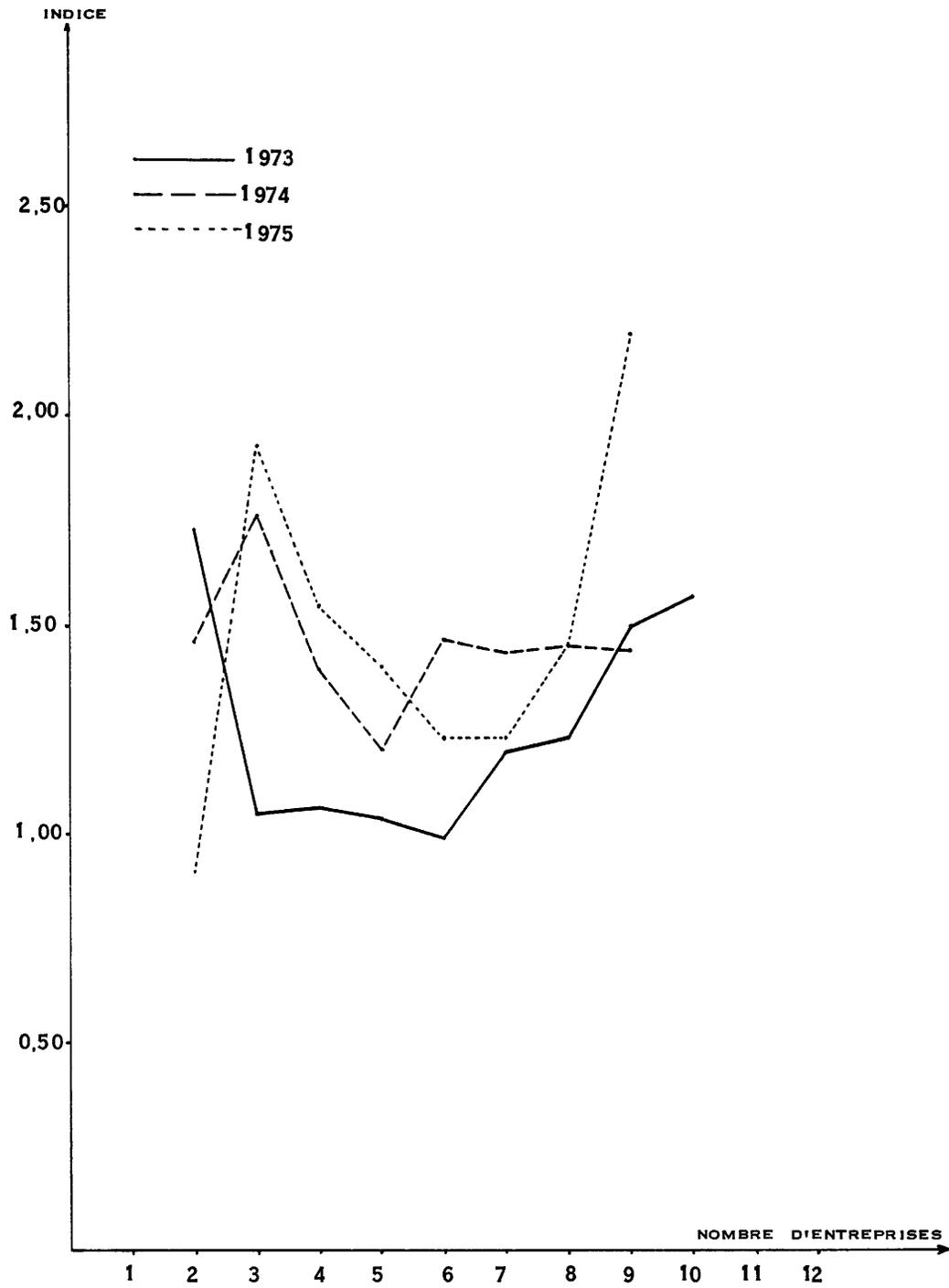
GRECE - ALIMENTATION , INDUSTRIE DE LA VIANDE

EFFECTIFS



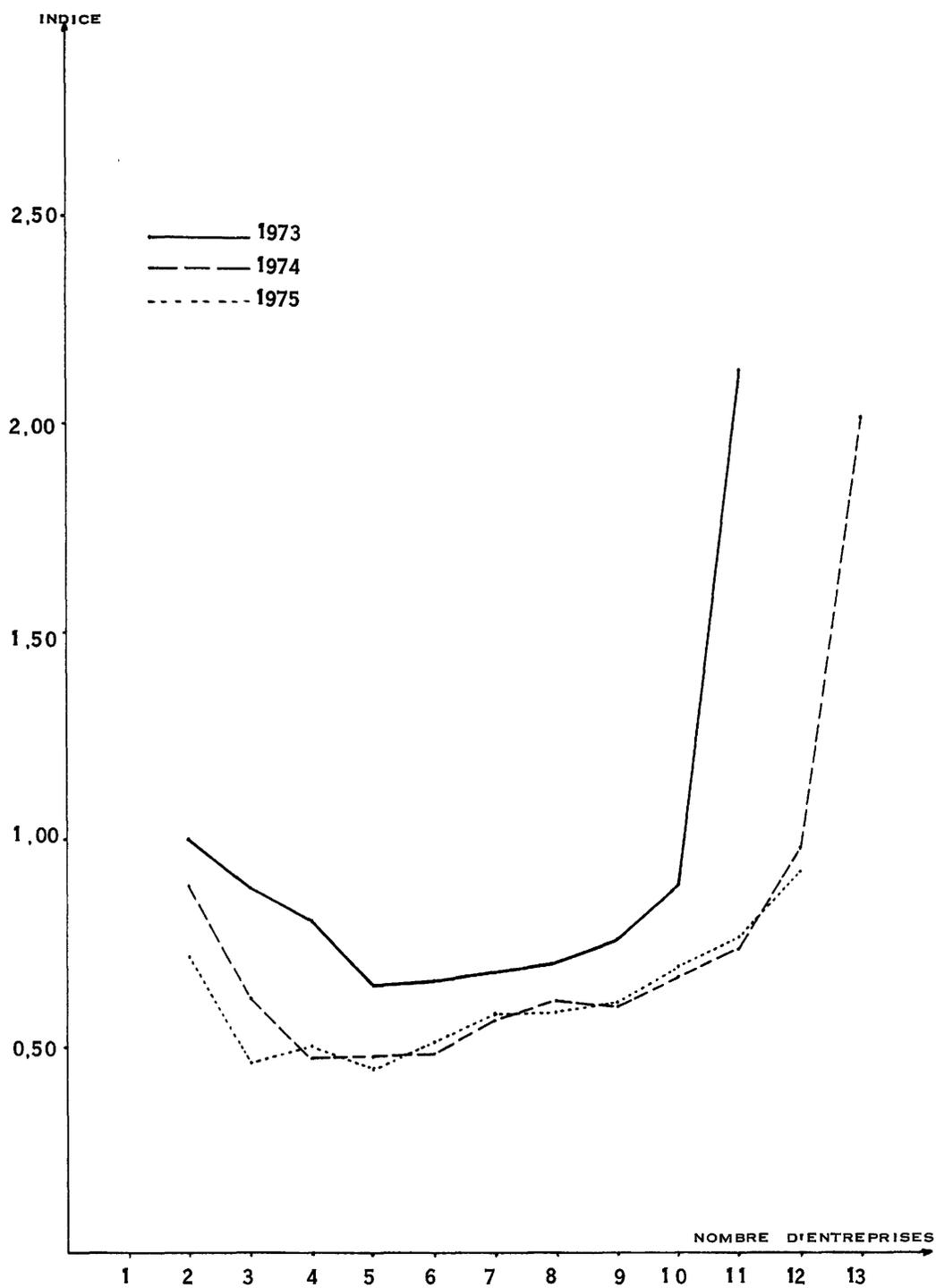
GRECE - ALIMENTATION INDUSTRIELLE DE LA VIANDE

BENEFICE NET



GRECE - ALIMENTATION . INDUSTRIE DE LA VIANDE

CAPITAUX PROPRES



2.2.5. Chocolaterie-confiserie

A. Situation générale

Le sous-secteur de la chocolaterie-confiserie se compose en 1976 de 450 entreprises dont 36 sont des SA et SARL. Tout comme le secteur des viandes et dérivés traité précédemment, on y rencontre des entreprises de type artisanal et relativement traditionnelles (la première chocolaterie industrielle : PAVLIDES SA a été créée en 1841).

Alors que la plupart des entreprises du secteur ont été fondées avant 1966, 79 % des SA et SARL actuelles sont nées de la transformation d'anciennes sociétés au cours des 12 dernières années, ce qui constitue un bon indicateur du dynamisme du secteur.

B. Etude de la concentration

L'évolution du nombre de SA et SARL qui constituent le tissu industriel ou semi-industriel du secteur apparaît comme relativement rapide au cours des dernières années :

1966 : 10
1976 : 36 (18 SA et 18 SARL)

Ces entreprises demeurent cependant de petite taille comme l'illustre le tableau suivant :

Tableau 72 : Répartition des entreprises selon le montant des capitaux engagés en 1976

Catégorie d'entreprises	Nombre	%
<u>PETITES</u> Jusqu'à 50 millions de drachmes	26	72,2
<u>MOYENNES</u> de 50 millions à 200 millions de drachmes	7	19,4
<u>GRANDES</u> plus de 200 millions de drachmes	3	8,3

Du point de vue des performances économiques, ce secteur semble obtenir des résultats convenables dans la mesure où seulement 6 entreprises réalisent une perte au cours de l'année 1976 et que les 30 autres cumulent 114 millions de drachmes de

bénéfices. De tels résultats ont permis au secteur d'améliorer le taux de rendement des capitaux propres de 9,2 % en 1966 à 11,8 % en 1976.

Ce secteur a connu un développement assez rapide au cours des dernières années et plus particulièrement les grandes entreprises du secteur (SA et SARL). Ces dernières de plus en plus nombreuses ont vu au cours des dix dernières années le montant de leurs actifs multiplié par 7,3 et le nombre de personnes employées plus que doubler.

Etude économétrique de la concentration

L'échantillon étudié ici est constitué de 20 entreprises pour l'année 1973, de 25 pour 1974 et de 26 pour 1975. Bien que ces entreprises leaders ne représentent que 5,7 % du nombre total des entreprises du secteur, elles employaient 72 % des effectifs totaux et assuraient plus de 80 % du chiffre d'affaires de l'ensemble des entreprises du secteur.

Les courbes de concentration réunies à la fin de ce paragraphe mettent en évidence la faible concentration du secteur, et ce, pour l'ensemble des variables, en 1975. Le tableau suivant qui reprend les valeurs de L_s de l'année 1975 confirme cette analyse.

Tableau 73 : Valeur du L_s

Variables	L_s
Bénéfices nets	0,72
Cash flow	0,52
Capitaux propres	0,44
Effectifs	0,33

Si l'on se réfère aux données concernant les quatre premières entreprises on note peu de disparité entre elles, si ce n'est des performances nettement supérieures pour la firme ADAMS qui n'occupe en fait que le huitième rang en ce qui concerne les effectifs et le cinquième pour les capitaux propres.

Tableau 74 : Données concernant les entreprises leaders en 1975

Effectif (Nombre)		Bénéfice net		Cash flow		Capitaux propres	
1. ION	(563)	ADAMS	(30,9)	ION	(136,1)	PAVLIDES	(128,4)
2. PAVLIDES	(511)	PAVLIDES	(13,8)	PAVLIDES	(78,3)	ION	(123,4)
3. FLOCA	(350)	ION	(11,4)	MELO	(71,8)	PPB	(56,8)
4. LOUMIDIS	(332)	PPB	(11,0)	ADAMS	(40,2)	MELO	(49,3)

Partant de ces données, il apparaît des disparités importantes en ce qui concerne le taux de rentabilité des capitaux propres (T.R.C.P.) des différentes entreprises leaders :

Tableau 75 : Taux de rentabilité des entreprises leaders

ADAMS	: TRCP 68,2 %
PPB	: TRCP 19,4 %
PAVLIDES	: TRCP 10,7 %
ION	: TRCP 9,2 %

Analyse dynamique de la concentration

Peu de changements sont observés au cours des trois années étudiées :

. En ce qui concerne les effectifs, on constate un élargissement du groupe des grandes entreprises, accompagné d'une diminution du déséquilibre déjà relativement faible au cours de la période étudiée ($L_s = 0,38$ en 1973 ; $L_s = 0,33$ en 1975).

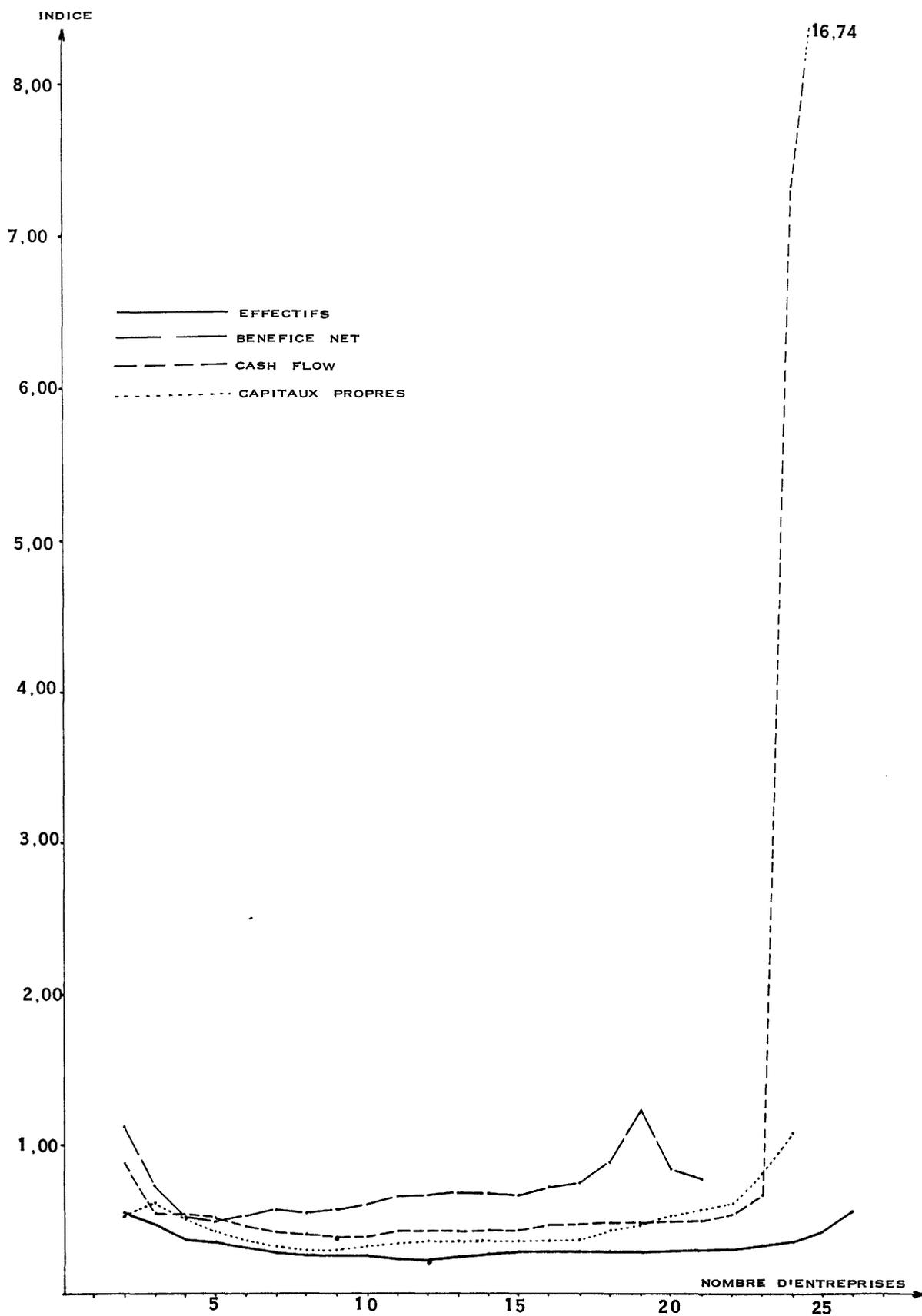
. La même observation peut être faite en ce qui concerne les capitaux propres que pour les effectifs, avec l'élargissement de la cassure observée entre la deuxième et la troisième firme, et d'une façon plus légère entre la première et la seconde.

. Pour les bénéfices nets, le creusement de l'écart observé entre la première et la seconde entreprise demeure le fait le plus marquant ($L_2 = 0,68$ en 1973 ; $L_2 = 1,12$ en 1975).

MATRICE DU DESEQUILIBRE

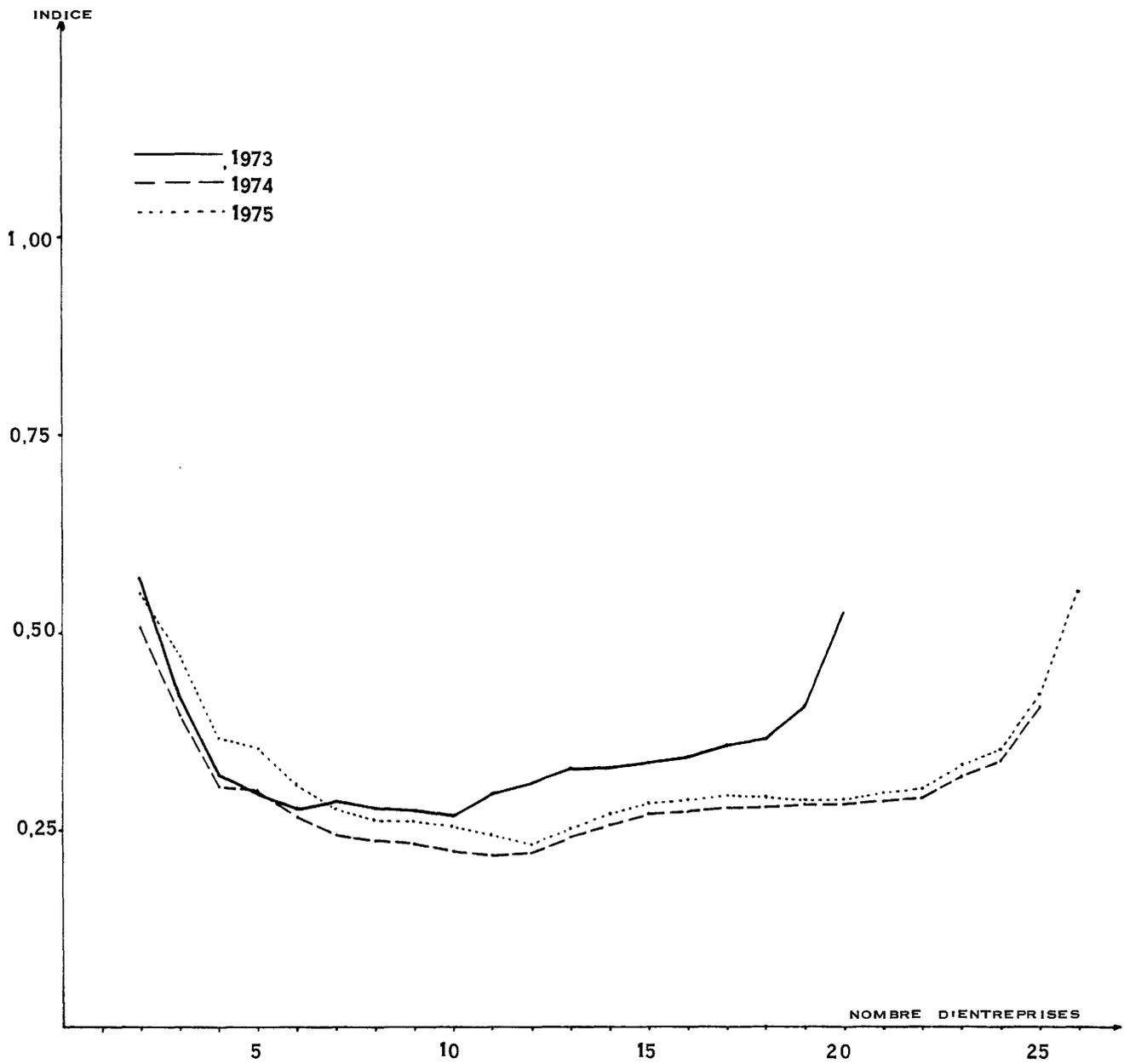
L N*HK		VARIABLES				RANG	HIERARCHISATION	SCORE
		1	2	3	4			
LS		BENEFICE NET	CASH FLOW	CAPITAUX PROPRES	EFFECTIF			
		1,12163	0,86937	0,60805	0,55088			
		1 + 1 = 2				I	BENEFICE NET	2
		0,71726						
VARIABLES		CASH FLOW	2 + 2 = 4			II	CASH FLOW	4
		0,51782						
		CAPITAUX PROPRES		3 + 3 = 6		III	CAPITAUX PROPRES	6
		0,43524						
VARIABLES		EFFECTIF			4 + 4 = 8	IV	EFFECTIF	8
		0,32697						

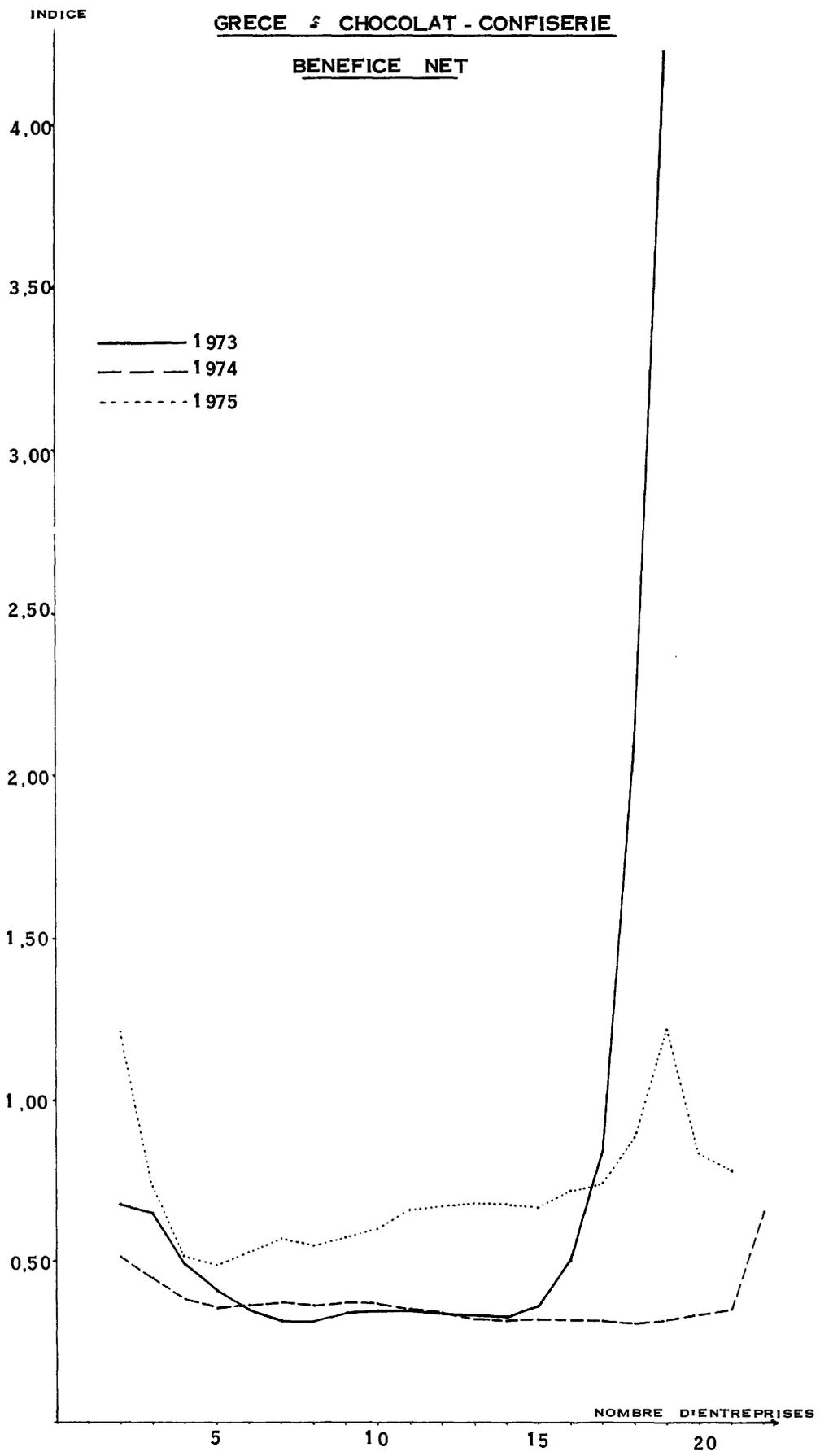
GRECE - CHOCOLAT - CONFISERIE - 1975



GRECE - CHOCOLAT - CONFISERIE

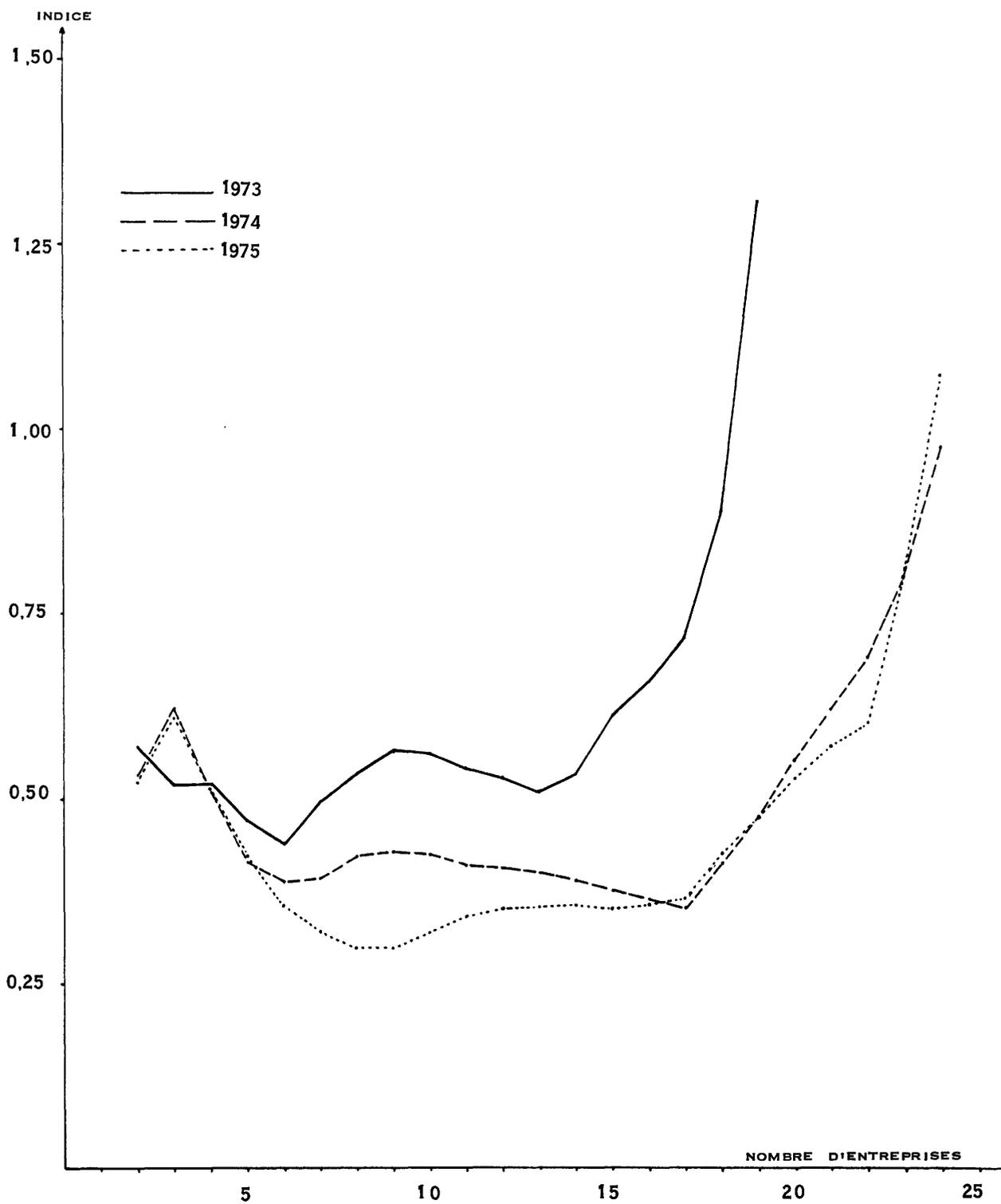
EFFECTIFS





GRECE - CHOCOLAT - CONFISERIE

CAPITAUX PROPRES



2.2.6. Les aliments du bétail

En 1975, 165 entreprises produisaient des aliments du bétail parmi lesquelles 23 Sociétés Anonymes et Sociétés à Responsabilité limitée. Face à une modification rapide des habitudes alimentaires qui implique des changements importants dans les systèmes de production de viande, la croissance et les modifications structurelles du secteur des aliments du bétail observés au cours des dernières années devraient se poursuivre à un rythme accéléré dans la décennie à venir.

La plupart des SA et SARL étudiées ici, ont adopté ce statut juridique de façon récente. Quoique constituant le groupe des entreprises leaders du secteur, elles demeurent dans leur ensemble de petite taille.

Tableau 76 : Structure des industries des aliments du bétail selon les capitaux engagés (SA et SARL).

Catégorie d'entreprises	Nombre	%
<u>PETITES</u> Jusqu'à 50 millions de drachmes	16	69 %
<u>MOYENNES</u> de 50 à 200 millions de drachmes	5	22 %
<u>GRANDES</u> Plus de 200 millions de Drs.	2	9 %

Les premières entreprises du secteur, classées selon l'actif total se détachent assez nettement de l'ensemble des 23 retenues dans notre échantillon. Le tableau suivant reprend sous forme de pourcentage la part occupée par les quatre entreprises leaders du secteur dans l'ensemble de l'échantillon.

Tableau 77 : Part des quatre entreprises leaders dans l'ensemble des SA et SARL du secteur des aliments du bétail en 1975

Entreprises	Actif Total	Capitaux Propres	Bénéfice Net	Effectifs
1. ELVIZ SA	24,4	15,4	16,8	17,0
2. SOYA MILLS SA	23,0	28,1	49,3	7,2
3. VIOZOKAT SA	9,7	15,3	18,9	10,5
4. SPILLERS HELLAS SA	8,4	2,2	4,5	5,2
TOTAL PREMIERES	65,5	61,0	89,5	39,9

La mesure de la concentration

Les courbes de Linda réunies à la fin de ce paragraphe confirment les disparités de taille relevées par le tableau précédent et mettent en évidence la relative concentration du secteur. Sur la base d'un échantillon de 12 entreprises en 1973, de 16 en 1974 et de 19 en 1975, les courbes laissent apparaître l'existence d'un groupe de plus grandes entreprises. Cet arène d'entreprises leaders est constituée de :

- 3 entreprises pour les capitaux propres
- 5 entreprises pour les effectifs
- et 6 entreprises pour les bénéfices nets et le cash flow.

Tableau 78 : La classification des entreprises leaders pour certains indicateurs en 1975

Effectifs	Bénéfice net	Cash flow	Capitaux propres
1. ZOOTECHNIKI SA (100)	SOYA MILL SA (10,9)	ELVIZ SA (50,9)	SOYA MILLS SA (77,5)
2. ELVIZ SA (98)	VIOZOKAT SA (4,2)	SOYA MILL SA(18,8)	VIOZOKAT SA (47,6)
3. VIOZOKAT SA (80)	ZOOTECHNIKISA (2,4)	VIOZOKAT SA (16,6)	ELVIZ SA (35,9)
4. SOYA MILLS SA (68)	ZOOTROFIKI SA (1,4)	ZOOTECHNIKISA(9,8)	ZOOTECHNIKISA (16,1)
5. PTINOPARAGOGIKI SA (65)	SYNTHETIKI SA (1,3)	ZOOTROFIKI SA(7,0)	POLMAR COLBORL(11,4) SA

Le calcul du rendement des capitaux propres ($\frac{\text{Bénéfices nets}}{\text{Capitaux propres}}$ en %) montre qu'en réalité ce ne sont pas les plus grandes entreprises qui sont les plus rentables.

Tableau 79 : Rentabilité des capitaux propres des premières industries des aliments du bétail en 1975

Entreprise	$\frac{\text{Bénéfice net}}{\text{Cap. propres}}$ en %
1. SOYA MILLS SA	14,1 %
2. VIOZOKAT SA	8,8 %
3. ELVIZ SA	0,0 % (Bénéfice net négatif)
4. ZOOTECHNIKI SA	14,9 %

Les valeurs de L_g calculées pour 1975 et réunies dans le tableau suivant illustrent combien le degré de concentration varie avec le type d'indicateur choisi.

Tableau 80 : Valeur du L_s

Variables	L_s
Bénéfice net	1
Cash flow	0,86
Capitaux propres	0,71
Effectifs	0,37

La matrice de déséquilibre présentée en fin de ce paragraphe confirme ce phénomène.

Analyse dynamique de la concentration

L'évolution de la concentration mesurée pour les principales variables se manifeste de façon assez variable :

. Pour les effectifs, on assiste à une diminution constante de l'écart entre la première et la deuxième entreprise alors que le groupe des plus grandes entreprises se restreint (9 entreprises en 1973 et 5 en 1975).

En même temps le déséquilibre reste assez stable ($L_s = 0,38$ en 1973 et $L_s = 0,37$ en 1975).

On constate parallèlement un certain renforcement de la position des cinq premières entreprises qui se rapprochent les unes des autres, alors qu'elles se détachent des autres entreprises de l'échantillon.

. Pour le bénéfice net, la situation se présente d'une manière tout à fait différente. On note un renforcement important de la taille relative de la première entreprise et dans le même temps un élargissement des plus grandes qui de 3 entreprises en 1973, passe à 6 en 1975.

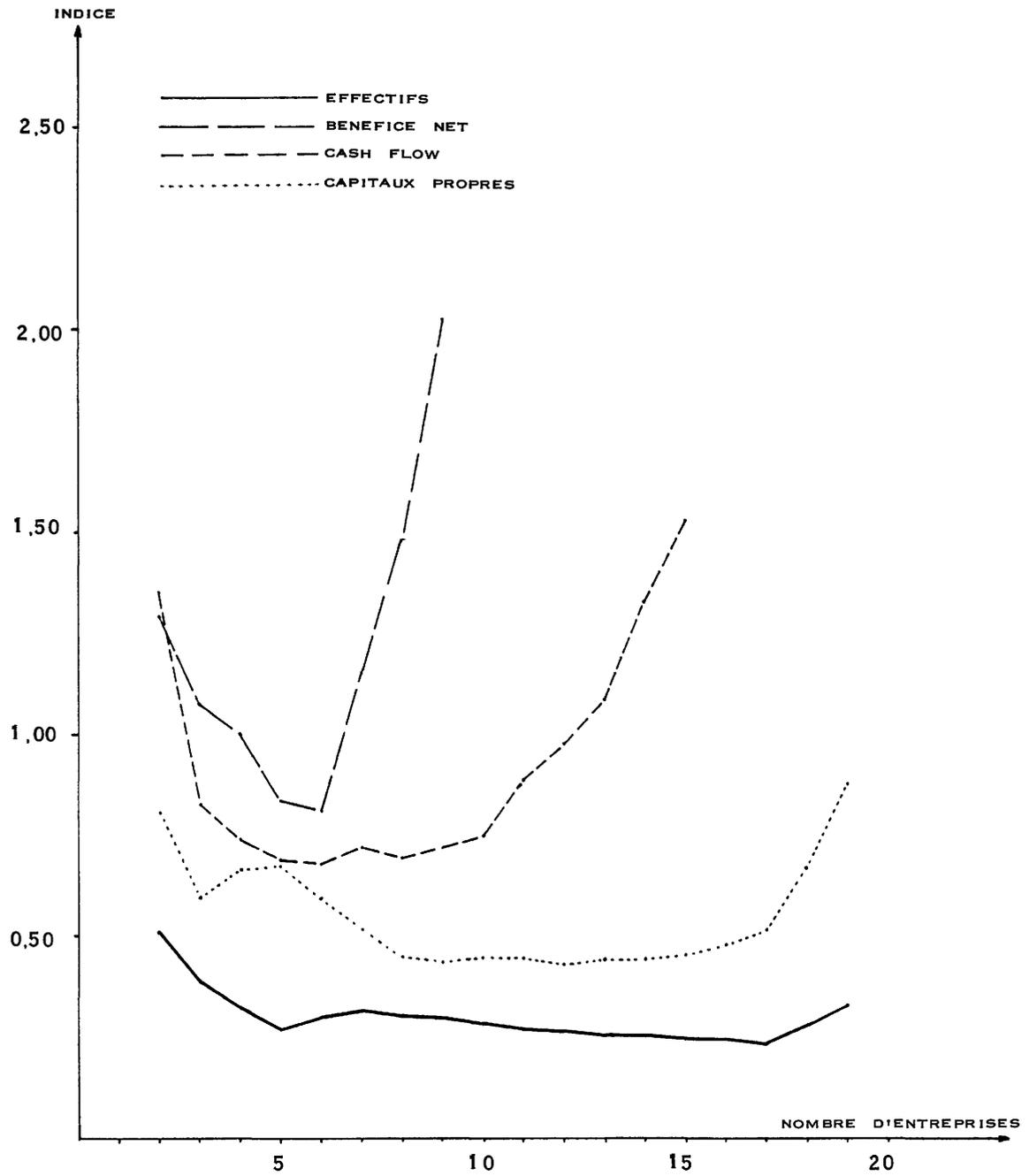
Le déséquilibre à l'intérieur de ce groupe croît de façon importante sur la période ($L_s = 0,66$ en 1973 contre 1,52 en 1974 et 1,00 en 1975).

. En ce qui concerne enfin les capitaux propres, alors que l'écart entre les deux premières entreprises s'accroît constamment ($L_2 = 0,53$ en 1973 ; $L_2 = 0,65$ en 1974 et $L_2 = 0,81$ en 1975), le groupe des leaders reste toujours constituée par les 3 premières entreprises et le déséquilibre augmente de plus en plus ($L_s = 0,45$ en 1973 ; $L_s = 0,54$ en 1974 et $L_s = 0,71$ en 1975).

MATRICE DU DESEQUILIBRE

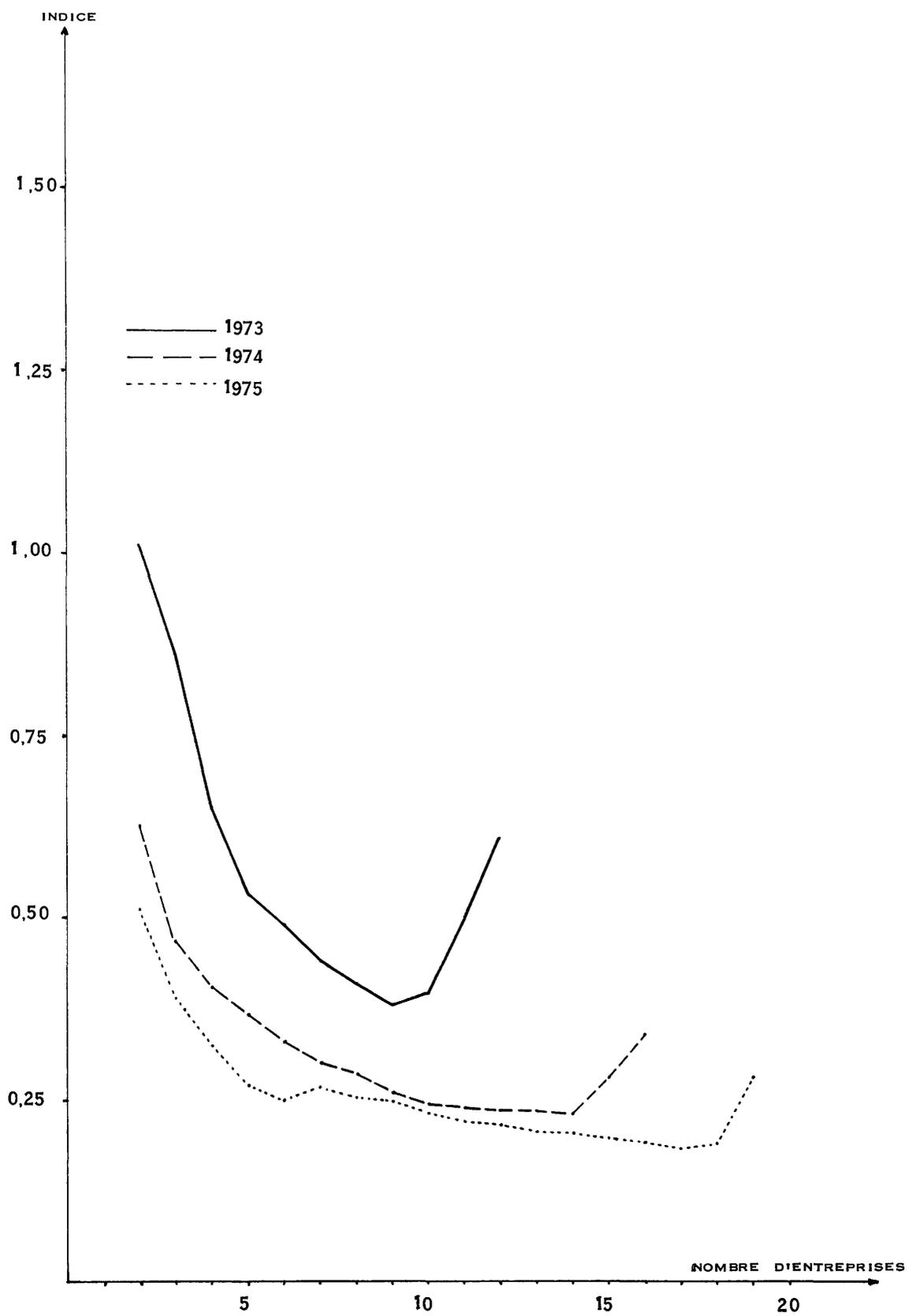
L N*H<		VARIABLES				RANG	HIERARCHISATION	SCORE	
		1	2	3	4				
LS		CASH FLOW	BENEFICE NET	CAPITAUX PROPRES	EFFECTIF				
		1,35	1,30	0,81	0,51				
			1 + 2 = 3				I	BENEFICE NET	3
			2 + 1 = 3				II	CASH FLOW	3
VARIABLES		BENEFICE NET							
		1,00							
			0,86						
			CASH FLOW						
LS		CAPITAUX PROPRES							
		0,71		3 + 3 = 6			III	CAPITAUX PROPRES	6
							IV	EFFECTIFS	8
VARIABLES		EFFECTIFS							
		0,37			4 + 4 = 8				

GRECE - ALIMENTS DU BETAIL - 1975

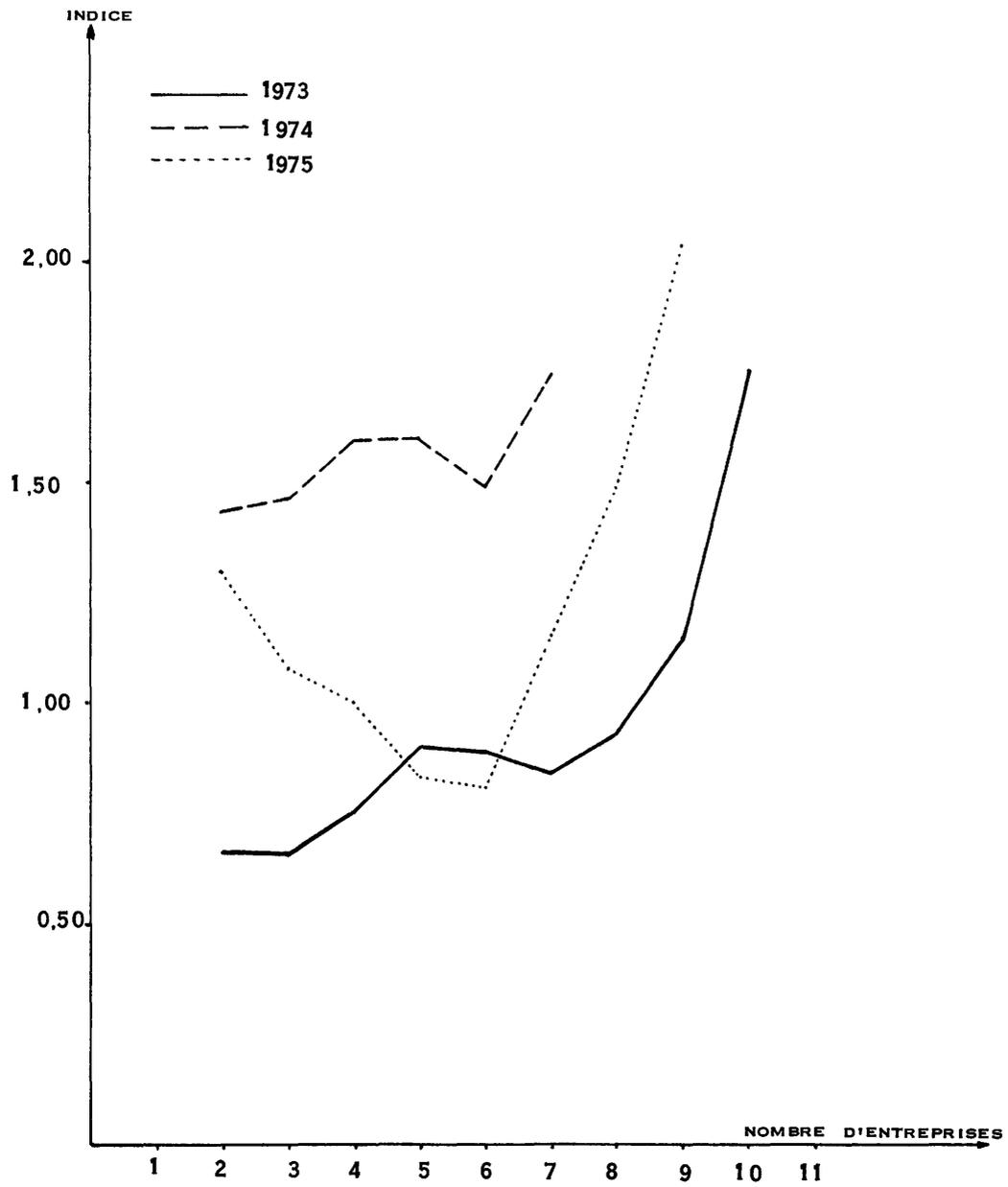


GRECE - ALIMENTS DU BETAIL

EFFECTIFS

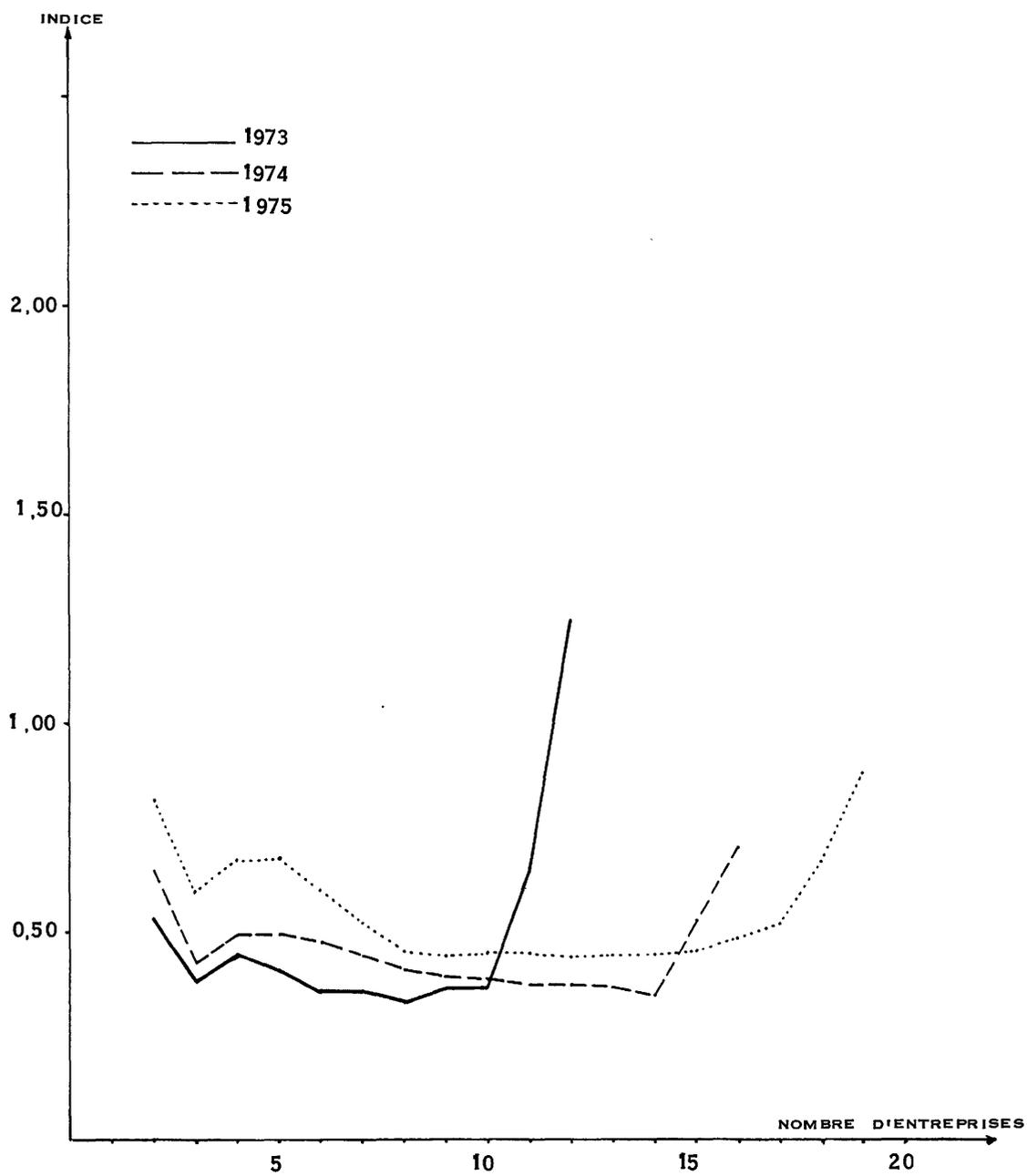


GRECE - ALIMENTS DU BETAIL
BENEFICE NET



GRECE - ALIMENTS DU BETAIL

CAPITAUX PROPRES



PARTIE III - ANALYSE DES DISTORSIONS
DE PRIX DES PRODUITS ALIMENTAIRES A
ATHENES : PREMIERS RESULTATS DES EN-
QUETES DE JUILLET 1978 ET DE JANVIER 1979

3.1. LA METHODOLOGIE

L'étude des prix des produits alimentaires conduite à Athènes, s'est faite sur la base de la méthodologie proposée par la Commission des Communautés Européennes, conformément aux travaux de R. LINDA parus dans la série "Evolution de la concentration et concurrence" (1). La conduite de ce travail a cependant demandé un certain nombre d'adaptations, en vue de tenir compte des spécificités de l'économie agro-alimentaire grecque. C'est essentiellement au niveau de la mise au point d'un questionnaire d'enquête et dans l'établissement de la liste et de la typologie des magasins que s'est posé un certain nombre de problèmes. Les difficultés rencontrées et les solutions proposées en vue de mettre au point une méthodologie d'enquête permettant de décrire de façon réaliste la situation étudiée tout en conservant la possibilité de comparaisons intéressantes avec les recherches menées, dans le même domaine, dans les autres pays européens, font l'objet du présent paragraphe consacré à la méthodologie.

La conduite d'une enquête sur le terrain n'est pas chose facile si l'on désire concilier dans de bonnes conditions une vision théorique à une situation concrète. Dans le cas qui nous préoccupe, les plus grandes difficultés sont nées :

- De la rapidité avec laquelle se transforme depuis quelques années l'appareil de distribution agro-alimentaire dans la région d'Athènes. Bien que l'on ne soit qu'au début d'une période de grandes transformations, on assiste déjà, dans certains domaines, à des mutations très rapides. En France, l'établissement d'une nomenclature permettant de décrire et de classer les entreprises de distribution alimentaire soulève de grosses difficultés (2). A ces difficultés s'ajoutent, en Grèce, un développement rapide et une diversification des formes d'organisation dont le degré de maturité n'est pas toujours assez grand pour permettre de définir avec précision la situation actuelle.

- A la base de ces changements dans les structures de distribution, on trouve l'évolution des modes de vie et des modes de consommation. Les changements rapides observés dans la structure de la consommation alimentaire décrits plus avant rendent également difficile l'établissement d'un échantillon d'enquête. Cette difficulté est encore plus sensible pour la part de la consommation étudiée ici, et qui porte sur les produits alimentaires transformés dont la forme et la composition changent encore plus rapidement.

(1) R. LINDA : "Concurrence multiple et structure de prix", Tome I, Série "Evolution de la concentration et de la concurrence", N° 8, Juin 1978

(2) G.GHERSI, M.et M.C.ALLAYA, G.URBACH : "Etude sur la concentration, les prix et les marges dans la distribution de produits alimentaires en France", en cours de publication dans la série "Evolution de la concentration et de la concurrence" aux Communautés Economiques Européennes.

- Le fait que l'on dispose de très peu de travaux préalables portant aussi bien sur la description de l'appareil commercial que sur des enquêtes de prix, rend l'approche plus délicate et l'avancement du travail plus pénible. Il faut dans cette situation proposer des définitions, élaborer des nomenclatures, avancer des analyses sans pouvoir comparer les conclusions auxquelles on arrive à des travaux parallèles.

- La méthodologie présentée ici doit enfin tenir compte de la diversité des analyses à conduire, ce qui suppose que la récolte de l'information (en l'occurrence des prix) ne soit pas trop fermée sur une méthodologie restrictive, ce qui condamnerait à terme les analyses que l'on serait amenées à en faire.

3.1.1. L'échantillon des produits

Le premier critère retenu dans le choix des produits a été l'établissement d'un échantillon permettant des comparaisons avec les enquêtes déjà réalisées dans les autres pays d'Europe. C'est donc à partir des listes de produits sélectionnés pour les enquêtes française et anglaise que l'on a constitué l'échantillon grec, en essayant de retenir, dans toute la mesure du possible, les produits comparables. L'inconvénient de cette démarche résidait dans le risque très grand de dresser un échantillon qui ne soit pas représentatif de la consommation en Grèce. Bien qu'il y ait certaines similitudes et une très grande convergence entre le mode de consommation grec (et plus particulièrement celui observé à Athènes) et le mode de consommation étudié en France, il était important de corriger la structure de l'échantillon obtenu, afin de prendre en compte les particularités des habitudes alimentaires du pays, et d'assurer ainsi une représentativité relative par rapport à la structure des dépenses alimentaires du consommateur athénien.

L'échantillon ainsi formé (1) ne concerne que les produits transformés qui représentent environ 42% (2) des dépenses alimentaires d'un ménage moyen dans la région d'Athènes, à l'exclusion de tout produit consommé à l'état frais, vendus dans des magasins spécialisés (boucherie, boulangerie, magasin de fruits et légumes, etc...)(Cf. le tableau suivant).

(1) La liste des produits retenus est reproduite en annexe, en parallèle à l'échantillon français. Il est ainsi possible de mettre en évidence, pour chaque groupe de produits, les produits comparables.

(2) Service National de Statistiques Grec, "Budget familial", 1974

Tableau N°81 - STRUCTURE SYNTHETIQUE DES ECHANTILLONS FRANCAIS ET GREC

	Nombre de produits retenus	
	FRANCE	GRECE
I. CON - Conserves	10	4
II. ENF - Aliments pour bébés	1	1
III. SOU - Potages	2	2
IV. LEG - Légumes déshydratés	1	1
V. EPI - Epices	3	2
VI. GRA - Huiles et graisses	4	2
VII. BIS - Biscuits secs, gâteaux, confiserie, chocolaterie	5	2
VIII.FAR - Entremets, farine, sel, sucre, gelées et biscotterie	5	4
IX. CER - Céréales	0	1
X. MAR - Confitures et marmelades	1	1
XI. BOI - Boissons, café, thé, boissons gazeuses	6	3
XII. LAI - Produits laitiers	14	10
XIII.FRO - Produits congelés	3	1
XIV. SPA - Pâtes et dérivés	2	2
XV. BIE - Bières	1	1
XVI. ALC - Boissons alcoolisées	3	3
XVII.CHA - Charcuterie	2	0
XVIII.PAI - Pain	4	1
<u>TOTAL</u>	67	41

Dans cette première enquête, le nombre de produits retenus a donc été de 41(1), ce qui représente compte tenu des différentes marques et des nombreux formats, 380 produits dont les prix ont été relevés. Les écarts qui apparaissent à la lecture du tableau précédent entre l'échantillon grec et celui de l'enquête française s'expliquent par :

- le plus faible nombre de produits enquêtés. Compte tenu du fait qu'il s'agit là d'une enquête expérimentale (la première enquête française comportait 35 produits), compte tenu également de la plus faible diversification des produits alimentaires

(1) Cet échantillon a été ramené à 40 lors de l'enquête de Janvier. Car la crème glacée étudiée lors de l'enquête de Juillet, donc en saison chaude, est très rarement présente durant les mois d'hivers.

transformés (1) offerts au consommateur athénien et du biais qu'imposait dès le départ la constitution d'un échantillon comparable, ce nombre plus limité de produits n'a pas, à l'expérience, constitué un handicap.

- Les quelques différences observées dans quelques catégories de produits du nombre d'items retenus trouvent leur origine dans les corrections apportées en vue de rendre l'échantillon plus proche de ce que l'on connaît de la structure des dépenses alimentaires du ménage moyen athénien. Par exemple, la plus faible représentation des catégories "conserves" et "produits laitiers" tient compte du fait que l'on consomme moins de plats cuisinés en conserve et moins de fromages conditionnés (ou produits sur une base industrielle) en Grèce.

Le tableau suivant permet de comparer le nombre de produits retenus dans chaque groupe de la consommation alimentaire d'un ménage moyen dans la région d'Athènes et la structure des dépenses alimentaires de ce dernier. En vue de rendre la comparaison plus significative, on trouvera dans ce tableau la structure des dépenses alimentaires totales et celle des dépenses pour les produits retenus dans l'enquête (c'est-à-dire des produits transformés).

TABLEAU N° 82- PARALLELE ENTRE LE NOMBRE DE PRODUITS RETENUS DANS L'ENQUETE ET LA STRUCTURE DE LA CONSOMMATION ALIMENTAIRE D'UN MENAGE MOYEN A ATHENES PAR GROUPE DE PRODUITS

CATEGORIES	Nombre de produits retenus	Structure des dépenses alimentaires des produits étudiés dans l'enquête	Structure des dépenses alimentaires totales
PRODUITS A BASE DE CEREALES	10	23,5	9,8
CONSERVES + PRODUITS CONGELES	6	12,1	5,1
PRODUITS LAITIERS + OEUFS	9	28,4	11,9
CORPS GRAS (*)	3	17,3	7,2
BOISSONS	7	15,6	6,5
DIVERS	6	3,0	1,3
TOTAL	41	99,9	41,85

Source : Services Statistiques de Grèce, 1974

(*) Y compris le beurre

(1) En fait la diversification des produits alimentaires offerts à Athènes est très grande. Il n'est pas exagéré de dire que l'on trouve pratiquement de tout dans les magasins alimentaires athéniens. Il existe ainsi des grandes surfaces alimentaires spécialisées dans les produits d'importation avec lesquelles certains magasins en libre-service français ne soutiendraient pas la comparaison, pour les seuls produits en provenance de France. Toutefois, il fallait retenir ici les produits entrant dans la consommation quotidienne des athéniens, disponibles dans les différentes surfaces de vente enquêtées et pouvant faire l'objet de comparaison avec des produits sinon identiques tout au moins comparables, enquêtés dans les différents pays européens.

Sur cette base de comparaisons on peut constater que les catégories représentant une part importante des dépenses alimentaires sont correctement représentées et qu'il existe une certaine corrélation entre le nombre de produits retenus dans chaque groupe et le pourcentage des dépenses consacrées à ce dernier dans le total des dépenses alimentaires. Il existe cependant deux groupes de produits où cet équilibre ne semble pas respecté:

- Tout d'abord pour les corps gras pour lesquels les ménages consacrent 17 % des dépenses des produits alimentaires transformés et pour lesquels nous n'avons retenu que trois produits : l'huile d'olive, la margarine, le beurre. Cette représentation relativement plus faible s'explique par le fait que les dépenses consacrées aux corps gras concernent à 75 % un seul produit : l'huile d'olive.

- On observe ensuite une certaine distorsion pour la catégorie "divers" dans laquelle sont inclus un nombre de produits assez hétérogènes (potages, épices, sauces, etc.), ce qui implique une plus grande diversité de l'échantillon, même si la part des dépenses qu'y consacrent les ménages demeure encore assez faible.

3.1.2. Choix et classification des points de vente

Le choix des magasins s'est fait sur la base de trois critères :

- la localisation géographique,
- la forme d'organisation,
- la taille de la surface de vente.

Un certain nombre de difficultés ont cependant influé directement le choix des magasins enquêtés. En s'ajoutant aux critères techniques retenus pour sélectionner les magasins, elles ont modifié l'échantillon théorique initial. Les deux principales contraintes ont été les suivantes :

- Il n'existe pas, à notre connaissance, de liste de magasins en libre-service, qui signalent à la fois la localisation, la taille et la forme d'organisation des surfaces alimentaires de la région d'Athènes. La sélection des magasins retenus, a dû se faire sur la base d'une enquête préalable de terrain, une fois les différentes zones d'enquête sélectionnées.

- Ensuite l'acceptation ou le refus d'enquêtes opposées par les propriétaires des magasins a corrigé dans un deuxième temps notre échantillon. Il convient cependant de noter que, dans un certain nombre de cas, et particulièrement lorsque le magasin étudié présentait une certaine importance (grand magasin), l'enquête s'est déroulée, malgré l'interdiction qui nous en était faite, grâce à l'achat des produits enquêtés.

3.1.2.1. Les critères géographiques

Lorsqu'on étudie la structure urbaine d'Athènes, on est confronté dès le départ au problème que pose la définition de limites géographiques précises et significatives du point de vue de notre recherche. En effet, l'agglomération d'Athènes s'est développée d'une façon désorganisée dès la fin de la deuxième guerre mondiale, de sorte que la définition de ses limites n'apparaît pas évidente.

Selon la classification administrative, la région d'Athènes se compose :

- du dème (1) d'Athènes,
- de 49 autres dèmes et communes.

Le recensement de 1971 qui est le plus récent (ce recensement est réalisé tous les 10 ans) a permis d'estimer la population d'Athènes (2) à 867 023 habitants et celle des autres dèmes et communes à 1 234 139 habitants. Mais si l'on prend en compte le développement de l'urbanisation, observé depuis cette date, on doit considérer ces données comme largement dépassées.

Etant donné l'étendue de la région d'Athènes, et les moyens disponibles, il était indispensable de restreindre l'espace géographique sur lequel allait porter le travail, sans pour autant nuire à la représentativité des données recueillies. L'enquête a donc porté surtout sur le dème d'Athènes et deuxièmement sur les communes et dèmes qui forment une ceinture autour de lui, tandis que les communes et dèmes lointain ont été délaissés. Cette ceinture comporte 23 dèmes et communes (le dème d'Athènes compris), dans lesquels habitent 78 % de la population de la région d'Athènes (1 651 600 habitants selon le recensement de 1971) et où sont localisés près de 78 % des magasins alimentaires (soit 3 079 épiciers). Le tableau suivant donne une idée de la répartition de la population et des magasins de distribution alimentaire dans les différents dèmes retenus dans cette enquête.

(1) Dème : unité démographique qui comprend plus de 10 000 habitants.
Commune : entre 500 et 10 000 habitants.

(2) Il convient de noter que l'enquête a porté uniquement sur la région d'Athènes, la région de Pireas a été exclue.

TABLEAU N°83 - STRUCTURE DE LA POPULATION ET DES MAGASINS DANS LES DIFFERENTS DEMES
RETENUS POUR L'ENQUETE

Dêmes-Communes	1 Population	2 Détail alimentaire général	1/2
1. ATHENES	867 023	1 641	528
2. AIGALEO	79 961	131	610
3. Ag. ANARGIRI	26 094	54	483
4. GALATSI	27 240	84	324
5. DAFNE	26 608	45	591
6. ZOGRAFOU	56 772	57	996
7. N. LIOSSIA	56 217	149	377
8. PERISTERI	118 413	217	546
9. N. IONIA	54 906	55	998
10. FILOTHEI	4 083	0	
11. N. PSYHIKO	9 139	20	457
12. PSYHIKO	9 053	0	
13. HALANDRI	35 944	74	486
14. HOLARGOS	14 904	48	479
15. PAPAGOU	8 083		
16. TARROS	15 795	39	405
17. N. SMIRNI	42 512	109	417
18. KALITHEA	82 438	162	509
19. HALKIDON	8 768	46	617
20. N. FILADELFIA	19 639		
21. KAISSASIANI	26 928	54	497
22. UIRON	47 335	94	650
23. YMITTOS	13 717		
A/ TOTAL	1 651 572	3 079	536,4
B/ TOTAL REGION D'ATHENES	2 117 400	3 96	533,6
A/B	78 %	77,6 %	

Source : Recensement de population 1971 SSNG - Recensement du détail alimentaire
1976, Etude privée.

A partir de cette zone ainsi définie, quatre grands sous-ensembles paraissent se dégager, compte-tenu des caractéristiques de l'habitat :

- LE CENTRE, qui se situe au coeur du dôme d'Athènes. Dans le coeur de la cité sont réunis la plupart des centres administratifs (ministères, direction des entreprises...), le marché central de détail, la plupart des bureaux des grossistes et une série de magasins de détail alimentaire. Les magasins de détail alimentaire se situant dans cette zone présentent les caractéristiques suivantes :

- . Ils sont d'implantation généralement ancienne ;
- . Leur clientèle n'est pas régulière, elle correspond aux déplacements que réalisent pour leur travail ou leurs démarches, les populations de toute la région d'Athènes ;
- . On y note une tendance à la spécialisation et au commerce des produits rares, ce qui tendrait à faire de certains d'entre eux des magasins de spécialités.

Les magasins alimentaires situés au centre présentent donc des caractères spécifiques qu'explique en grande partie leur localisation. Par exemple, si l'on analyse les quatre grandes surfaces situées dans cette zone, on constate que :

- . Trois d'entre elles sont des magasins populaires réalisant de 60 à 80 % de leur chiffre d'affaires dans leurs rayons non alimentaires ;
- . La quatrième enfin, est spécialisée dans la vente de produits de luxe.

- LA SEMI-PERIPHERIE PROCHE DU CENTRE (SPPC), qui correspond à la région résidentielle se situant à l'intérieur du dôme d'Athènes, constitue la deuxième zone retenue. Elle correspond à une région d'habitation très ancienne, où la vente des produits alimentaires se fait sur une base traditionnelle. Ainsi les magasins d'alimentation qu'on y trouve, ont une zone d'activités qui ne dépasse guère les frontières de leur quartier. Cette zone se subdivise en 7 arrondissements qui dépendent du dôme d'Athènes. Parmi ces 7 arrondissements, l'enquête couvre trois ensembles géographiques relativement homogènes :

- . Le premier "quartier" étudié se trouve à cheval entre l'arrondissement de PATISSIA et celui de KYPSELI ;
- . Le second se situe à la limite des arrondissements d'ILISSIA et d'AMPELOKIPI ;
- . Le troisième enfin correspond à une partie de l'arrondissement de PAGRATI.

Dans cette zone (SPPC), la densité des implantations commerciales est importante, près de 40 % des magasins alimentaires de la région d'Athènes s'y trouvent localisés.

- LA SEMI-PERIPHERIE LOIN DU CENTRE (SPLC), qui comprend la "ceinture" des

dêmes et des communes qui entourent le dême d'Athènes, sera la troisième zone retenue dans l'enquête. Il s'agit là d'un sous-ensemble géographique dans lequel on observe de grandes disparités en ce qui concerne la densité de la population, celle des implantations commerciales, et celle des revenus. Le tissu urbain qui le compose apparaît plus "lâche" que dans le centre, mais le nombre de magasins par habitant y est sensiblement équivalent à ce que l'on observe dans la partie centrale d'Athènes, avec toutefois une implantation beaucoup plus dispersée dans l'espace. Deux zones ont été retenues dans cette ceinture entourant Athènes, qui caractérisent deux situations relativement extrêmes :

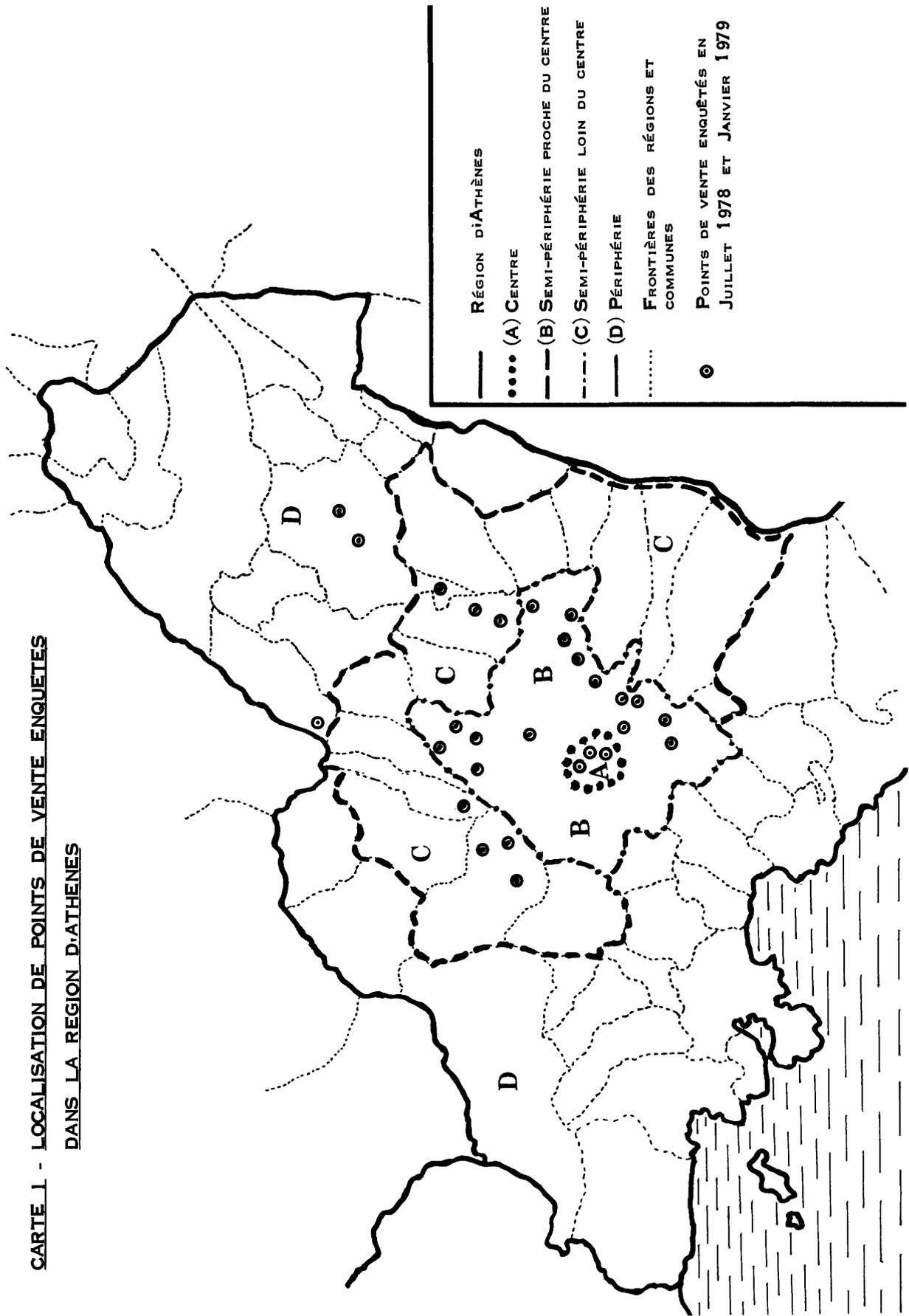
.La première, qui couvre les dêmes de PERISTERI, de LIOSSIA et d'Ag. ANARGIRI, se caractérise par une densité de population plus forte, des niveaux de revenus plus bas, et une densité commerciale relativement élevée (un magasin alimentaire pour 477 habitants). Les trois magasins en libre service retenus dans cette zone sont localisés au point de rencontre des trois dêmes pré-cités.

.La seconde, qui couvre les dêmes de FILOTHEI, de PSIHIKO et de N. PSIHIKO, correspond à une zone de faible densité, habitée par une population à revenus élevés. Elle se caractérise également par une faible densité commerciale (un magasin pour 1114 habitants).

Dans ces deux zones, les magasins retenus sont pour la plupart des grandes surfaces, car les magasins de taille plus modeste qui constituent la quasi-totalité des surfaces de vente alimentaire de la zone, ne sont en général pas organisés sous la forme de libre-service.

- LA PERIPHERIE enfin, qui correspond à la dernière zone d'enquête, regroupe tous les dêmes et communes qui se trouvent à l'extérieur de la région d'Athènes telle que nous l'avons définie. C'est dans cette partie extérieure de la ville que l'on trouve à côté des surfaces de vente traditionnelles, un certain nombre de grandes surfaces : plutôt supermarchés périphériques qu'hypermarchés. Bien que leur taille se présente encore comme relativement modeste, si on les compare aux implantations périphériques que l'on trouve autour des grandes villes européennes, ces supermarchés très dynamiques jouent à peu près le même rôle et suscitent un effet d'attraction certain sur une partie des habitants de l'ensemble des quartiers d'Athènes. Deux des trois supermarchés périphériques étudiés dans cette enquête représentent pour l'instant ce phénomène dans sa quasi-totalité.

**CARTE 1 - LOCALISATION DE POINTS DE VENTE ENQUETÉS
DANS LA RÉGION D'ATHÈNES**



Bien que les 28 magasins retenus dans cette enquête puissent être localisés dans des zones géographiques relativement homogènes, il convient d'observer que, pour un certain nombre d'entre eux, leur zone d'attraction ne doit pas être limitée, tant s'en faut aux seuls dômes où ils sont implantés. Ceci est en particulier le cas des magasins en libre-service de taille relativement importante du type "supermarché" (plus de 400 m² de surface de vente) localisées dans la semi-périphérie loin du centre, ou dans la périphérie, et des magasins situés dans le centre d'Athènes, pour lesquels la clientèle se déplace.

Si l'on rapporte le nombre de magasins retenus dans notre échantillon au nombre de points de vente alimentaires présents dans chaque zone, on obtient le tableau suivant :

TABLEAU N° 84 - COMPARAISONS ENTRE LE NOMBRE DE MAGASINS ENQUETES ET CELUI DE L'ENSEMBLE DES MAGASINS ALIMENTAIRES DE LA REGION D'ATHENES

	Nombre et structure des magasins de détail alimentaire		Nombre et structure des magasins de l'échantillon		Taux de représentativité de l'échantillon
	Nb.	%	Nb.	%	
A. CENTRE	127	3,2	3	10,7	2,36
B. SEMI-PERIPHERIE PROCHE DU CENTRE	1 514	38,2	15	53,6	0,99
B.1			5		
B.2			5		
B.3			5		
C. SEMI-PERIPHERIE LOIN DU CENTRE	1 438	36,3	7	25	0,48
C.1			4		
C.2			3		
D. PERIPHERIE	885	22,3	3	10,7	0,38

On note dans ce tableau que les efforts de l'enquête ont été principalement consacrés à l'étude du dôme d'Athènes et que la périphérie loin du centre et la périphérie ont été enquêtée de façon plus légère. Cette intensité variable des enquêtes alimentaires se retrouve dans la plupart des recherches européennes. Elle s'explique par le fait que au fur et à mesure que l'on s'éloigne du centre d'une ville, on trouve une densité plus faible des implantations commerciales, alors qu'en général la taille de certains magasins a tendance à augmenter (phénomène des implantations périphériques).

Si l'on ramène le taux d'enquête aux seules surfaces alimentaires en libre-service (1) en adoptant une définition très peu restrictive de cette forme de vente, on

(1) Dans la mesure où l'on estime que 23 % des surfaces alimentaires totales ont adopté le mode de vente en libre-service.

peut considérer que l'enquête menée à Athènes touche 3 % de ce type de magasins. Compte tenu de la taille de ces magasins, ce taux de représentativité varie :

- 15 % pour ceux de plus de 120 m²,
- 0,05 % pour ceux inférieurs à 120 m².

3.1.2.2. Les critères de forme d'organisation

Si l'on entend par forme d'organisation : la structure juridique et économique qui régit une entreprise ou un groupe d'entreprises, l'analyse des formules rencontrées dans le système de distribution en Grèce se heurte à un certain nombre de difficultés. Sur la base des définitions proposées dans la Partie I, il est possible, à partir de la nomenclature suivante, d'opérer une classification des entreprises de distribution alimentaire :

a) Indépendants :

- Indépendants purs et simples c'est-à-dire non liés avec des grossistes ou d'autres indépendants. On exclut en général de ce groupe les grandes entreprises de distribution spécialisées dans les grandes surfaces.

- Union de détaillants qui sont nées du regroupement d'indépendants en vue de réaliser en commun leurs achats (intégration de la fonction de gros). Ces unions peuvent prendre la forme de coopératives ou d'entreprises commerciales (SARL, SA).

- Chaînes volontaires qui sont nées de l'association d'un ou de plusieurs grossistes, en général à l'initiative de ce (ou ces) grossiste(s).

b) M.A.S. :

- Bien que cette formule ne semble pas encore développée en Grèce, on peut imaginer qu'elle est potentiellement envisageable. Les magasins d'alimentation à succursales qui correspondent à une chaîne de magasins appartenant à la même entreprise de distribution sont en général confiés à un gérant avec un degré d'autonomie plus ou moins grand selon les cas. Ce que l'on observe, lorsqu'on étudie la distribution agro-alimentaire dans la région d'Athènes, c'est qu'il existe un certain nombre d'entrepreneurs qui possèdent de 2 à 4 magasins de taille moyenne. Cette formule peut être considérée comme se situant à mi-chemin entre l'indépendant et le magasin à succursales. Pour des raisons de mode de gestion, il semble préférable de placer ces entreprises dans le sous-ensemble précédent ("Indépendants"), mais il est très probable que certaines de ces petites chaînes s'étoffent dans l'avenir et qu'elles glissent vers la catégorie des M.A.S.

c) Coopératives de consommateurs

- Certaines entreprises de distribution ont adopté le statut coopératif, on les appelle coopératives de consommateurs. S'agissant d'une étude de la distribution classique, il convient de différencier les coopératives de consommateurs des coopératives d'entreprises.

d) Coopérative d'entreprise

Ces coopératives plus difficilement accessibles lors des enquêtes assurent cependant une part non négligeable des ventes de produits alimentaires.

e) Grands magasins et magasins populaires

Correspondent à des grandes surfaces dans lesquelles on trouve un rayon de produits alimentaires dont le montant des ventes ne représente qu'une partie relativement faible du chiffre d'affaires total du magasin.

f) Grandes entreprises spécialisées dans la gestion des grandes surfaces

Ces entreprises dont l'origine peut être diverse (indépendants, commerce associé, etc...) se sont spécialisées dans la création et la gestion de très grandes surfaces de vente (hypermarchés).

Dans la pratique, cela a déjà été souligné, il n'est pas toujours facile de pratiquer une distinction très nette entre ces différentes formes d'organisation, pour deux raisons principales :

- la première est due au fait que certaines entreprises de distribution se situent à la frontière de deux catégories (par exemple entre les petites chaînes d'indépendants et les MAS, ou entre les indépendants et certaines grandes entreprises spécialisées dans la gestion des grandes surfaces).

- la seconde naît des transformations permanentes dont est le siège l'appareil de distribution alimentaire grec et qui entraînent des phénomènes de diversification tels qu'il est parfois difficile de classer dans une catégorie simple des entreprises très diverses. Par exemple, il est difficile de classer les coopératives de détaillants qui ont depuis quelques années une stratégie de développement de grandes surfaces et qui à la limite, consacrent beaucoup plus d'efforts à ce projet qu'à l'approvisionnement des détaillants adhérents. La même observation pourrait être faite à propos des chaînes volontaires, ou des coopératives de consommateurs, ou encore à propos des MAS.

Sur la base de la classification précédente et admettant certaines évaluations, il est possible de donner un ordre de grandeur de l'importance des différentes catégories de magasins dans la région d'Athènes.

TABLEAU 85- EVALUATION DU NOMBRE DE MAGASINS ALIMENTAIRES DANS LA REGION
D'ATHENES REGROUPES PAR FORME D'ORGANISATION EN 1976

	Code	Nombre total	Magasins en libre Service ₂ de + de 120 m ²	Nombre de magasins de l'échantillon
<u>Indépendants</u>		3 898	94*	12
Indépendants purs et simples	I	2 048	49	6
Chaînes volontaires (1)	CV	ε	-	
Groupements de détaillants	GD	1 850	45	6
<u>Coopératives de consommateurs</u>	CC	6	6	1
<u>Grands magasins et magasins populaires</u>	MP	12	12	4
<u>Grandes entreprises spécialisées dans les grandes surfaces</u>	GE	49	49	10
. grandes entreprises		22	22	3
. avec pour origine une chaîne volontaire	CV/GE	7	7	4
. avec pour origine un groupement de détaillants	GD/GE	20	20	3
Coopérative d'entreprise	CE	-		1
Total (2)		3 955	161 ⁽³⁾	28

Source : Raftopoulos, op. cit.

* Evaluations

- (1) Les deux expériences de chaînes volontaires SPAR et ROVA créées par HELLAS-SPAR ont pratiquement disparues étant donné la faible fidélité des adhérents.
- (2) Ce total n'inclut pas les coopératives d'entreprises.
- (3) Selon les informations croisées de la revue Self Service et de Marketel, le nombre de magasins dont la superficie est supérieur à 120 m² et qui fonctionnent en libre service est évalué à 155.

Si l'on reporte la structure de notre échantillon des magasins regroupés selon leurs formes d'organisations dans les quatre sous-ensembles géographiques retenus dans l'enquête on obtient le tableau suivant :

TABLEAU 86 - REPARTITION DES MAGASINS DE L'ECHANTILLON DANS LES DIFFERENTES SOUS-REGIONS D'ATHENES SELON LEUR FORME D'ORGANISATION

	I	CV	GD	CC	MP	GE	CV/GE	GD/GE
Centre					2			
Semi-périphérie proche du centre	4		6	1			2	2
Semi-périphérie loin du centre	2				1	3	1	
Périphérie					1		1	1
Total	6	-	6	1	4	3	4	3

La répartition dans l'espace des différentes formes d'organisation de magasins traduit de fait la situation observée . Par exemple la faible densité de magasins autres que les magasins populaires ou les grandes surfaces dans le centre et dans la périphérie expliquent le fait qu'il y ait pas de magasins de ce type enquêtés dans ces zones.

La liste détaillée des magasins retenus dans l'échantillon, leur localisation et la forme d'organisation à laquelle ils appartiennent sont donnés dans l'annexe.

3.1.2.3. Les critères de surface

La classification des magasins selon leur superficie a été réalisée sur la base des normes adoptées en France, à savoir :

- moins de 120 m² : mini libre service
- de 120 m² à 400 m² : supérette
- de 400 m² à 2500 m² : supermarché
- et plus de 2500 m² : hypermarché

Ces normes peuvent paraître un peu fortes par rapport à la situation observée dans la région d'Athènes. Il aurait été cependant dangereux de proposer une autre classification adoptant des limites subjectives. On peut imaginer, vu l'évolution observée au cours des dernières années que très vite la taille des magasins de la distribution alimentaire dans les villes grecques va atteindre le niveau observé dans les pays européens. Toutefois dans certains cas, comme en ce qui concerne les hypermarchés, la base a été légèrement abaissée en vue de prendre en compte certains magasins qui, de toute évidence, doivent être placés dans cette catégorie.

Bien que l'on ne dispose pas de classification des magasins en libre-service sur la base de la nomenclature précédente, une enquête réalisée par MARKETEL propose la structure suivante en 1974 :

- 549 magasins en libre-service de moins de 80 m²
- 247 " " " " de 80 m² à 120 m²
- 70 " " " " de 120 m² à 250 m²
- et 22 " " " " de plus de 250 m².

En dépouillant la revue Self Service on peut ajouter à cette liste :

- 18 magasins du type supérette (entre 120 m² et 400 m²)
- 42 magasins du type supermarché (entre 400 m² et 2000 m²)
- et 3 hypermarchés (supérieurs à 2000 m²)

créés entre 1974 et 1978 ; on peut donc, au travers de ces chiffres, se rendre compte du dynamisme dont a fait preuve l'appareil de distribution alimentaire athénien.

3.2. PROBLEMES METHODOLOGIQUES

Certains problèmes se référant à la qualité et la quantité de l'information concernant la distribution alimentaire grecque, et leur influence sur le choix de notre échantillon des magasins, ont déjà été évoqués. L'importance accordée à la recherche de sa représentativité par rapport au modèle de consommation grec, a également été soulignée. Quelques problèmes sont néanmoins apparus au cours de la réalisation des deux enquêtes, problèmes qui mettent en valeur combien l'activité commerciale se présente comme une réalité complexe et difficile à saisir. Ces problèmes appellent une réflexion théorique sur les méthodes de collecte nécessaires à l'obtention de ces informations et l'analyse qu'on doit en faire. Trois aspects semblent plus significatifs dans ce type de réflexion :

- l'effet de différenciation des produits agro-alimentaires sur le niveau des prix ;
- la définition de la nationalité des produits ;
- les problèmes soulevés par l'étude des marges commerciales.

3.2.1. L'effet de différenciation des produits agro-alimentaires sur le niveau des prix

Loin d'une situation de nos jours bien théorique, d'un marché de concurrence pure et parfaite où sont échangés des produits banals et substituables, les marchés agro-alimentaires sont de plus en plus le lieu d'une politique de différenciation des produits. Cette stratégie, grâce à laquelle un nombre de plus en plus limité de firmes multisectionnelles, voire multinationales, peuvent pratiquer une politique de prix de moins en moins soumise aux contraintes du marché et par ce, aux pressions de la concurrence, semble se développer depuis quelques années. Il est donc important de saisir, dans la mesure de nos moyens au travers des enquêtes, de tels phénomènes, qui ont une influence directe au niveau des prix.

Les différents types de différenciation observés.

A l'origine, les produits agricoles sont des produits banals lorsqu'ils quittent l'exploitation. Ils ressemblent alors en tout point aux produits de la ferme voisine. Dans certains cas, ces produits sont transférés au consommateur sans qu'ils perdent leur caractère de banalité. C'est le cas de la plupart des fruits et légumes frais, même si ces derniers ont subi des opérations de triage, allotissement, normalisation, emballage, etc... Dans ce cas les produits proposés aux consommateurs sont :

- parfaitement substituables,
- généralement en grande quantité sur le marché,
- et ne sont pas protégés par un brevet, label ou autre restriction à leur production.

Contrairement à cette situation, un produit deviendra différencié lorsqu'il ne sera plus substituable dans l'esprit du consommateur. Plusieurs techniques sont utilisées par les firmes agro-alimentaires pour tenter d'imposer cette différenciation, sur lesquelles nous nous proposons d'insister rapidement ici :

- Les produits faisant l'objet d'une différenciation collective

Il y aura différenciation collective lorsqu'un groupe de producteurs agricoles ou de transformateurs décideront de mettre en valeur leur production en garantissant au consommateur un certain niveau de qualité pour leur produit. Cette garantie, qui peut être proposée soit par un label, soit par une appellation d'origine, fait généralement l'objet d'un contrôle de la part d'un organisme extérieur ou des pouvoirs publics. Il s'agira bien dans tous les cas de différencier par cette politique un produit ou un groupe de produits par rapport à un ensemble plus ou moins banalisé dont ils sont extraits en vue de les valoriser au mieux.

En Grèce les phénomènes de différenciation collective sont relativement limités. Un nombre restreint de fromages et de vins font l'objet d'une politique d'appellation d'origine, tandis que la politique de label est pratiquée dans le cas de certains produits destinés à l'exportation. Ainsi les produits sous "appellation d'origine" ou sous "label" ne représentent qu'une part infime du marché et leur influence sur le niveau des prix n'est guère importante.

- Les produits faisant l'objet d'une différenciation individuelle

Un autre moyen largement utilisé pour débanaliser un produit consiste en la création d'une marque. Ainsi, comme le souligne B. YON dans son ouvrage (1) : "...pour s'assurer de l'avenir et éviter une concurrence par les prix insoutenable, le produit que l'on offre doit être "débanalisé", ainsi, le consommateur lui reconnaissant une valeur d'usage pratiquement indépendante de son prix, le réclamera au distributeur". Il s'agit bien là du phénomène de différenciation et de création d'une demande préférentielle. Cette dernière, dont nous avons déjà parlée, placera l'entreprise qui aura les moyens de la créer sur un marché protégé.

Du point de vue de notre analyse et de l'enquête sur les prix, il conviendra de tenir compte des différents types de marques rencontrées. Nous distinguerons :

1) Les produits sans marque : il s'agit des produits non différenciés, essentiellement le sucre, certains fromages du type gruyère et les oeufs. Dans le cas du sucre ou des raisins secs il existe un certain nombre de petits intermédiaires qui

(1) B. YON : "Marketing agro-alimentaire" - Dalloz Gestion, Paris, 1976

conditionnent ces produits dans des emballages (certains distributeurs réalisent la même opération), dans le cas du gruyère et des oeufs cette opération est généralement effectuée par le producteur. A ce niveau il ne s'agit pas vraiment de marque et le produit n'est guère différencié.

2) Les marques de fabricant, en tenant compte des différentes marques sous lesquelles un fabricant écoule sa production, et plus particulièrement des sous-marques. Il n'est pas rare de rencontrer le cas où un fabricant commercialise un produit parfaitement identique sous deux ou trois marques différentes, et ce à des prix différents. Il est donc très important de préciser pour chaque marque le nom de son fabricant.

3) Les marques de distribution. Il s'agit là d'un phénomène très répandu dans le grand commerce de certains pays européens, mais qui commence à peine à apparaître dans la distribution grecque. Il concerne dans sa quasi-totalité des produits fabriqués ou juste emballés par l'entreprise de distribution elle-même ; le phénomène des accords de sous-traitance avec les IAA étant pour le moment très limité. Il semble que la première impulsion à l'apparition de marques de distribution a été l'incapacité du secteur de la transformation d'approvisionner les chaînes de distribution en grands emballages et formats qui permettent le discount. Il convient cependant de réfléchir sur l'extension possible du phénomène des marques de distribution dans l'avenir et le bouleversement des rapports qui en découlera entre la distribution et son amont. L'extension de ce phénomène peut être facilitée par le fait que les principales chaînes de distribution sont détenues par d'anciens grossistes ou agents importateurs de taille économique importante, dont le pouvoir de négociation envers les IAA est déjà relativement important. Mais cette extension implique surtout un renforcement des grandes chaînes de distribution par rapport aux petits magasins traditionnels et la concentration entre leurs mains de la plus grande partie du commerce alimentaire, ce qui augmentera leur pouvoir envers le secteur de la transformation. Et l'imposition des marques de distribution placera les entreprises de transformation soit en situation de sous-traitance, soit en situation de concurrence par les prix de plus en plus difficile. Dans une situation de sous-traitance tout d'abord, ce sera le cas lorsqu'une entreprise de transformation va presque exclusivement travailler pour un distributeur en fabricant des produits à la marque de ce dernier. On conviendra que dans ce cas le pouvoir de négociation de cette entreprise peut être faible et qu'il ne peut guère porter que sur le niveau des prix qui lui seront payés pour son produit. On imagine sans peine que ce dernier risque d'être souvent juste suffisant pour le maintien en place, si tel est le bon devoir de son unique client, jusqu'au jour où, pour diverses raisons, ce dernier décidera d'assurer lui-même la transformation. Dans des cas assez proches du précédent, certaines entreprises s'engagent à fournir un certain nombre de leurs fabrications sous la marque d'un distributeur. Ces entreprises se placent elles-mêmes dans une situation de concurrence par les prix de plus en plus difficile, puisque, dans la majorité des cas, les distributeurs qui pratiquent cette politique font en sorte que les produits vendus sous leur marque présentent le meilleur rapport qualité-prix.

- Autres formes de différenciation

Outre les différenciations des produits agro-alimentaires par la création de marques : individuelles ou collectives, il convient de tenir compte des efforts que font les entreprises de transformation et de distribution pour créer une demande préférentielle en individualisant leurs produits physiquement ou psychologiquement.

Sous le terme de "différenciation physique", il convient de regrouper les efforts d'innovation des entreprises visant à créer des produits nouveaux. Il serait à ce propos intéressant de rechercher sous quelles formes certains produits sont vendus et de comparer le prix de chacun de ces produits au prix de base du produit brut duquel il est tiré. Il serait à titre d'exemple instructif de noter sous quelles formes les produits dérivés de la pomme de terre sont commercialisés : pomme de terre brute, pomme de terre nouvelle, pomme de terre épluchée en sachet sous vide, frites pré-cuites congelées, chips, purée lyophilisée, etc..., et de comparer le prix auquel se vend un kilogramme de pommes de terre sous ses différentes formes. De telles comparaisons pour pouvoir être objectives, devraient tenir compte des différents coûts incorporés dans le prix de ces produits : coûts de transformation, recherche innovation, emballage, publicité, etc..., si l'on désire mettre en évidence la part de la différenciation du produit et du service que ce dernier rend au consommateur en tant que variable explicative du niveau des prix, parmi d'autres.

Une analyse beaucoup plus praticable de l'impact de l'emballage sur le niveau des prix consiste en la comparaison entre produits similaires, emballés différemment. Pour ceux-là, il n'est plus nécessaire de tenir compte des coûts supplémentaires incorporés, mais seulement du prix et de la taille du contenant en vue de pouvoir faire des comparaisons de prix de vente, sur la base de poids unitaires équivalents.

Une autre forme de différenciation, plus subjective et plus difficile à mesurer, bien que tout aussi importante, est celle que nous avons désignée sous le vocable de "différenciation psychologique". Nous estimerons dans ce travail qu'il y a différenciation psychologique dans la mesure où c'est par sa politique de communication que l'entreprise va tenter de persuader l'acheteur que son produit est différent et préférable à celui de la concurrence. C'est sans doute par la publicité que le vendeur ou le producteur va tenter de pratiquer cette différenciation. C'est donc par l'évaluation des budgets publicitaires que l'on pourra mesurer l'effort consenti par le vendeur en vue de créer une demande préférentielle. Il conviendra alors de tenir compte de deux types d'actions publicitaires :

- l'une destinée au détail, il s'agit de ce que les publicitaires appellent les actions "push", c'est-à-dire des actions destinées à convaincre le commerçant ou sa

centrale d'achat de pousser le produit en question vers le consommateur. La publicité de journaux professionnels du type de "Self-Service" ou de "La voix des épiciers" est caractéristique de ce type d'opération.

- L'autre destinée au consommateur est généralement du type "pull" puisqu'il convient d'attirer ce dernier vers le produit (1).

Généralement le vendeur opérera ces deux types d'actions en même temps, ou avec un léger décalage, dans ses calendriers publicitaires.

3.2.2. La définition de la nationalité du produit

L'origine des produits étudiés dans les enquêtes de prix des produits agro-alimentaires influence directement le niveau des prix de ces produits. Il s'agit donc d'une variable fondamentale pour notre analyse. Suivant les méthodes adoptées dans les enquêtes françaises nous avons chaque fois que c'était possible essayé de préciser la nationalité du produit, en indiquant :

- a) son origine (produit national, produit importé, produit mixte) ;
- b) le pays de provenance.

Mais la notion de "nationalité" du produit n'apparaît pas toujours évidente, et l'on rencontre des situations assez proches de celles signalées dans les enquêtes françaises :

- Le cas le plus simple est bien entendu celui d'un produit fabriqué à l'étranger, importé et vendu sans aucune transformation. Généralement dans ce cas, l'étiquetage porte en clair l'origine du produit. Il n'y a dans ce cas aucune contestation possible. Tout de même le cas s'est présenté, où deux versions identiques du même produit (même marque, même poids, même emballage et mêmes caractéristiques) provenaient de pays différents (Nescafé et Purée Knorr). Il s'agissait selon toute vraisemblance d'articles importés à des périodes différentes. Cette situation reflète la politique internationale de fabrication et d'approvisionnement des grands groupes.

- Dans d'autres cas, les produits sont importés dans des contenants de volume important, puis fractionnés et mis en boîte dans des formats inférieurs. Si l'étiquetage porte en clair l'origine des produits et la mention emballée en Grèce, nous faisons entrer ces produits dans le groupe des produits d'origine mixte. Il convient toutefois de distinguer ici les produits alimentaires dont les matières premières sont importées et qui subissent une transformation en Grèce, des produits qui sont seulement

(1) Les dépenses publicitaires par groupe des produits agro-alimentaires et par type de mass-media peuvent être vues en annexe III.1. Tableau 1).

conditionnés. Dans le premier cas, les produits transformés seront placés dans le groupe des produits nationaux.

- Enfin le cas beaucoup plus complexe des produits dont le processus de "production-transformation-distribution" s'internationalise et fait intervenir les agents de nationalités diverses. Plusieurs approches peuvent être utilisées en vue d'attribuer une nationalité au produit :

. La mesure des valeurs ajoutées par les différents agents permet d'établir celui qui occupe une place prépondérante dans la valeur finale du produit. Cette approche en plus des difficultés rencontrées pour réunir l'information de base, demeure contestable dans la mesure où les valeurs ajoutées attribuées à chacun des agents dépendent, pour beaucoup, des rapports de force au niveau de la filière qui déterminent les prix et par ce, la valeur ajoutée.

. La nationalité peut être également accordée en se basant sur l'origine de la firme qui contrôle la filière du produit concerné. Cette approche est sans doute celle qui apparaît comme la plus satisfaisante. Il n'est cependant pas toujours aisé de mettre en évidence ce contrôle.

. Le problème se complique encore lorsque l'on a affaire à une filière contrôlée par une firme multinationale ou par une de ses filiales. Dans ce cas, l'attribution de la nationalité au pays abritant la maison-mère peut être discutée dans la mesure où une telle localisation n'est pas très significative du point de vue de l'influence du pays hôte dans le processus de production mis en cause.

Face à la complexité de plus en plus grande des processus de production-transformation-commercialisation des produits agro-alimentaires, face à leur multinationalisation, face aussi à l'émergence de grands groupes internationaux qui prennent peu à peu le contrôle de certaines filières, une analyse des prix ne constitue que la première étape en vue de mettre en évidence les filières qui ont le plus tendance à s'internationaliser. A la suite de quoi, et pour les produits qui apparaissent les plus stratégiques du point de vue de la concurrence, c'est-à-dire les plus menacés par le développement de cette concurrence internationale, il conviendra de mettre en place des analyses plus fines. Cette approche peut se faire sur la base d'études de filières au travers desquelles il est plus facile d'appréhender comment de tels phénomènes peuvent affecter aujourd'hui les mécanismes de fixation des prix et conduire à des modifications importantes dans l'avenir.

3.2.3. Les problèmes soulevés par l'étude des marges commerciales

L'analyse en terme de structure des prix est d'une importance capitale pour la présente recherche, puisqu'elle permet à la fois d'approfondir et de compléter l'analyse des prix absolus de détail. Mais l'étude des marges se heurte à un certain nombre de difficultés. Pour l'instant les marges commerciales calculées dans ce travail l'ont été sur la base des prix tarifs (des entreprises ou des firmes d'importation) pratiqués lors de l'enquête. Autrement dit :

$$MC_t = \text{Prix détail } t - \text{Prix tarif } t$$

En outre ces calculs ont été réalisés uniquement pour les produits appartenant à l'échantillon réduit (1) et dont les prix tarif étaient disponibles.

Ce mode de calcul, bien qu'insatisfaisant, est de notre point de vue le seul raisonnablement praticable. Il est à l'expérience impossible de connaître avec précision le prix exact auquel l'entreprise de détail aura acheté chaque produit enquêté. En effet, ce prix d'achat variera :

- Avec le volume de la commande : les firmes qui ont répondu, bien qu'ayant souligné dans certains cas le fait de la différenciation de leur tarif en fonction du volume de la commande, ont toujours indiqué leur tarif "moyen". C'est sur la base de ces prix que seront calculées les marges commerciales.

- Selon les conditions de crédit accordées par le fournisseur à l'acheteur : d'habitude les délais de remboursement peuvent aller jusqu'à 60 jours. Dans le cas de remboursement immédiat le prix tarif est plus intéressant.

- En fonction de la localisation de l'acheteur : plusieurs firmes ont adopté le système de la double tarification : un prix tarif pour la région d'Athènes, et un deuxième pour le reste de la Grèce. Cette différenciation n'est pas due uniquement aux coûts de transport et d'emballage (tendance à augmenter le prix tarif), elle s'explique aussi par le fait que les circuits commerciaux hors d'Athènes sont plus complexes et le nombre d'agents qui interviennent plus important.

(1) N'ayant pas l'opportunité de réaliser un traitement informatique des résultats de ces enquêtes, seule l'analyse d'un échantillon de 35 produits-marques-formats, qui étaient le plus souvent rencontrés, a été réalisée. Une analyse plus approfondie de toutes les données relevées devrait pouvoir être conduite plus tard.

- Aux variables précédentes on doit ajouter aussi la possibilité d'avoir des ristournes à la fin de l'année, ristournes qui sont fonction des quantités achetées et qui influencent indirectement le niveau réel des prix tarif.

Au total le prix d'achat (fonction des quantités achetées), tout comme le montant des ristournes qui s'en déduiront, dépendent à la fois de la taille de l'entreprise de distribution et de son pouvoir de négociation vis-à-vis de son fournisseur. Il faut donc admettre que ces prix d'achat varieront d'une entreprise à l'autre pour le même produit. Ne pouvant le calculer pour chacune d'entre elles, faute de données, nous avons appliqué à chaque entreprise le même prix d'achat. Les marges commerciales théoriques ainsi obtenues intègrent, entre autres variables explicatives, l'importance de l'entreprise de distribution et son pouvoir de négociation.

- Malheureusement, de telles variables ne sont pas les seules à expliquer le niveau fluctuant des marges commerciales observées. Un deuxième facteur, beaucoup plus difficile à appréhender, est le stockage. Bien que les possibilités de stockage varient sensiblement d'un produit à l'autre, il est bien difficile de connaître avec précision la période d'achat du produit, et de ce fait, le tarif appliqué lors de ce dernier. Ceci explique que, dans certains cas, on obtienne des marges commerciales négatives sur la base des prix tarif de la période d'enquête, dans la mesure où les produits ont été achetés à une période antérieure (au cours de laquelle les prix de vente étaient plus bas).

L'expérience des enquêtes françaises a permis de dégager certains indices explicatifs du recours au stockage pour certains produits, mais leur valeur dans l'analyse des enquêtes grecques reste encore à vérifier. Deux indices pourraient être retenus :

. tout d'abord, un bon indicateur du temps de stockage est fourni par la durée de conservation du produit. Il convient de noter que les produits portant la mention de "date limite" sont rares dans l'exemple grec ;

deuxièmement, il a été constaté que certains produits se prêtent mieux que d'autres au stockage parce qu'ils se livrent mieux aux caractères spéculatifs de la distribution, c'est-à-dire essentiellement :

* des produits dont les prix d'achat vont avoir tendance à fluctuer. Cela a été le cas des produits du cacao ou du café au cours des années passées (et parmi ceux-ci plus particulièrement ceux qui ont une durée de conservation plus importante); la plupart des entreprises de distribution pratiquent pour ces produits des achats massifs.

* Des produits qui méritent de tels efforts et de tels risques de stockage. On peut distinguer deux groupes de produits : tout d'abord, les "produits d'appel" c'est-à-dire les quelques produits de base dont le prix est bien connu de la ménagère et pour lesquels les entreprises de détail essayent de pratiquer les prix les plus bas, ensuite les produits pour lesquels le caractère spéculatif sera le plus payant. Dans ce dernier cas, l'entreprise de détail ne répercutera qu'une part assez faible de cet avantage offert par un prix d'achat plus bas sur son prix de vente et pratiquera des marges commerciales supérieures à celles que nous mesurerons.

En dehors du caractère spéculatif du stockage, on doit noter que la taille de l'entreprise de distribution peut expliquer pour une part importante le recours à de telles pratiques, puisque la taille des risques, les moyens financiers et de stockage dépendront fortement de la capacité financière et technique des entreprises de distribution.

Au total, les marges commerciales que nous avons calculées seront donc des "marges commerciales" théoriques qui intégreront les différentes variations du prix d'achat exposées ci-dessus et les marges commerciales proprement dites. On peut résumer cette analyse dans les équations suivantes :

$$\boxed{MCT = MC + VPA}$$

MCT = marges commerciales théoriques

MC = marges commerciales réelles

VPA = variations du prix d'achat

Rappelons que :

$$\boxed{MCT = PD - PT}$$

PD = prix détail : prix observé lors de l'enquête

PT = prix tarif pratiqué lors de l'enquête

Etant donné que les marges commerciales théoriques ainsi calculées sont des marges commerciales globales qui contiennent à la fois les marges de gros et de détail, la question qui se pose concerne la structure de ces marges. Ce problème possède deux aspects :

- a) le partage des marges commerciales entre les différents agents,
- b) la participation de l'Etat dans ce partage par le système fiscal.

Une présentation rapide de la réglementation concernant la définition des marges

officielles pour certains produits et plus spécifiquement pour la catégorie des produits vitaux non suffisants a déjà fait l'objet du paragraphe précédent. Dans la législation les taux plafond et la structure des marges sont bien définis. Mais dans la réalité, la situation est beaucoup plus complexe, la longueur variable des circuits et le nombre des agents intervenants demeurent difficiles à évaluer. Pour un même produit, il est possible de rencontrer trois ou quatre circuits différents, à chacun de ces circuits correspond un montant des marges commerciales différent et une ventilation entre les différents agents intervenant dans la commercialisation qui lui est propre. Par exemple certaines IAA assurent pour certains de leurs clients la fonction de gros (1) tout en écoulant le reste de leur production par des circuits traditionnels variables et comportant un nombre plus ou moins élevé d'intermédiaires. Dans d'autres cas, cette entreprise de transformation alimentaire créera sa propre filiale chargée de distribuer son produit. Ces exemples mettent en lumière quelques unes des modalités de commercialisation des produits alimentaires, et la difficulté qu'il y a de les analyser.

D'autre part le fait que la plupart des chaînes de distribution sont détenues par des firmes de gros rend l'analyse de la structure des marges presque impossible.

En outre, le système fiscal imposant un timbre fiscal de 2,4 % sur le chiffre d'affaires de toute activité commerciale, le prix de tout produit augmente systématiquement de 2,4 % chaque fois qu'une transaction a eu lieu. De ce fait, l'estimation de la part des prix des produits qui revient à l'Etat est directement liée à l'analyse des circuits commerciaux, à leur longueur et au nombre de transactions.

Il est prévu qu'après l'adhésion de la Grèce à la CEE le système de fiscalité grec concernant les activités commerciales sera ajusté selon le système en vigueur dans les pays européens, sur la base de la taxation sur la valeur ajoutée. Le projet d'adaptation du système fiscal proposé par le Ministère de l'Economie prévoit tout d'abord une différenciation du taux de TVA selon la nature du produit commercialisé. Les taux suivants sont indiqués :

- un taux de 7,5 % pour les produits de base d'une consommation de masse,
- un taux normal de 15 %,
- un taux de 30 % pour les produits de luxe.

Ces taux sont appliqués sur la valeur ajoutée de chaque entreprise commerciale qui est calculée sur la base de la différence entre le montant de ses ventes et le

(1) Dans le cas de vente directe aux entreprises de distribution, l'IAA ne peut prélever de marges commerciales pour la fonction de gros, elle répercute seulement les coûts liés à cette opération.

montant de ses achats (1). Le projet prévoit par ailleurs des modalités d'imposition variant avec la taille des entreprises, qui visent à protéger les plus petites d'entre elles.

Le tableau suivant établit une comparaison théorique entre le prélèvement des taxes selon l'ancien et le nouveau système. On y suppose le cas d'un produit d'une valeur initialè de 100 qui subit trois transactions. A chaque niveau on a imaginé un taux de marges brutes de 20 %. Enfin le taux de TVA qui y est appliqué est celui des produits de grande consommation c'est-à-dire 7,5 %.

Tableau N° 87 - COMPARAISON DES PRELEVEMENTS FISCAUX ENTRE LE SYSTEME ACTUEL ET LE NOUVEAU SYSTEME DE TVA PROPOSE

	Le système actuel	Le nouveau système proposé
Prix d'achat ler grossiste 100 drs	...	7,5*
A. Transaction entre ler et 2ème grossiste nouveau Prix 120 drs	$120 \times 0,024 = 2,88$	$120 \times 0,075 = 9$ - 7,5 TVA des phases précédentes 1,5 TVA imposée
B. Transaction entre 2ème grossiste et détaillant Prix 144 drs	$144 \times 0,024 = 3,46$	$144 \times 0,075 = 10,8$ - 9 TVA des phases précédentes 1,8 TVA imposée
C. Transaction entre détaillant et consommateur Prix 172,8 drs	$172,8 \times 0,024 = 4,15$	$172,8 \times 0,075 = 12,96$ - 10,8 TVA des phases précédentes 2,16 TVA imposée
TOTAL	10,46	5,46

* Cette somme (7,5) représente le montant de la TVA pendant les phases précédentes (production) de sorte qu'il ne soit pas inclus dans la TVA finale concernant les activités commerciales.

(1) Il est intéressant de noter que dans le cas des entreprises commerciales, ce système de fiscalité identifie la valeur ajoutée aux marges commerciales brutes.

3.2.4. Les modifications proposées pour l'enquête Juillet 1980

L'élargissement de l'échantillon des produits

L'échantillon proposé pour l'enquête de Juillet 1980 doit permettre à la fois :

- La comparaison dans le temps c'est-à-dire entre les enquêtes. Il doit donc prendre comme base de départ l'échantillon des enquêtes précédentes.
- La comparaison dans l'espace, c'est-à-dire entre les magasins, entre les régions et pour finir entre les pays. Il doit donc porter sur des produits homogènes et des marques si possibles semblables. Il doit surtout mettre l'accent sur les produits et les marques similaires à ceux enquêtés dans les pays partenaires.
- Troisièmement, il doit pouvoir donner des éléments de réponse aux problèmes déjà évoqués, et en particulier en ce qui concerne l'influence de la différenciation ou de l'origine des produits sur le niveau des prix.

Etant donné que l'échantillon actuel a été conçu en vue de permettre des comparaisons internationales, son élargissement doit permettre de mieux couvrir les produits déjà retenus plutôt que d'introduire des produits nouveaux. Ce qui implique l'augmentation des formats et des marques enquêtés pour les mêmes produits

Le relevé des différentes marques pour un même produit a déjà été réalisé systématiquement lors des enquêtes précédentes. C'est ainsi que les prix des principales marques de fabricants présentées sur les rayons et de toutes les marques de distribution (qui ne sont pas nombreuses) sont disponibles pour les deux enquêtes déjà réalisées. Il convient maintenant de faire porter les efforts sur la collecte des prix de toutes les marques d'importation et les marques nouvelles qui sont apparues depuis la dernière enquête.

Cependant les comparaisons d'une marque à l'autre soulèvent quelques questions. En effet des différences tenant à la composition ou à la qualité du produit peuvent expliquer certaines différences de prix. Pour répondre à ce problème le maximum d'informations sur la composition et la qualité (1) de chaque produit doit être recherché.

(1) Dans le cas où des analyses de qualité ont été faites.

Le relevé des prix de la totalité des marques doit être complété par le relevé des prix des différentes présentations. Au cours des enquêtes actuelles nous avons déjà pris en considération différents emballages pour certains produits. Deux situations ont été rencontrées : le cas où l'emballage et le volume étaient différents et celui où seule la présentation du produit différait.

Les programmes informatiques actuellement disponibles permettent de réaliser des comparaisons entre les différentes présentations et ce sur une grande échelle. Il paraît donc intéressant que le nouveau questionnaire s'étende en vue de récolter le maximum d'informations de ce type et pour tous les produits, afin de permettre d'évaluer l'impact de l'emballage sur le niveau des prix.

Davantage d'informations sur les produits

La récolte d'un maximum d'informations sur le produit lui-même afin de retracer son identité (origine, fabricant, modalité de fixation du prix, format/unité, et composition), permettra de réaliser des comparaisons dans de meilleures conditions et de comparer seulement des produits similaires.

Premièrement des informations sur l'origine du produit et la nationalité de son fabricant, permettront d'analyser l'impact que l'internationalisation de certaines filières peut avoir sur le niveau des prix. Dans la plupart des cas, ces informations sont mentionnées sur le produit et on peut facilement les relever pendant la réalisation de l'enquête (sauf en ce qui concerne les marques de distributeur). Certaines difficultés demeurent (Cf. § 3.2.2.)

Les modalités de fixation de prix (prix normaux ou prix promotionnels) demeurent une variable importante. Dans l'enquête de Juillet 1980, la distinction entre les deux prix doit donc être prise en considération (par prix promotionnel nous entendons ici, à la fois les prix déterminés dans le cadre d'une campagne publicitaire menée par le fabricant, et les prix promotionnels proposés par le distributeur). Il serait intéressant de mentionner si possible, dans le cas de prix promotionnels, le prix normal de l'article. D'autre part, pour que les comparaisons entre les magasins, les régions ou même les pays soient possibles, il faut connaître le volume exact de chaque format et sa composition. Il est vrai que d'un produit à l'autre, les unités de mesure de poids varient souvent. Ainsi pour les conserves de petits pois, de pêche ou de thon, l'unité commune sera le poids

net égoutté, tandis que pour la plupart des autres produits l'unité sera exprimée en poids net. Par contre pour les produits tels que les potages (en cube ou non), l'unité employée est généralement le volume du produit fini.

L'élargissement de l'échantillon des magasins

L'échantillon actuel des magasins comme nous l'avons déjà expliqué, a été formé suivant trois critères : localisation géographique, forme de commerce, et taille du magasin enquêté.

Le choix des magasins à partir de ces trois critères a été fait sur la base d'une division de la région d'Athènes en sous-régions. Vu l'étendue de l'agglomération d'Athènes et des moyens disponibles, certaines régions ont été volontairement délaissées et l'accent a été mis sur l'étude systématique de très grandes surfaces. Si l'on désire avoir une meilleure représentativité des différentes zones de la ville d'Athènes, il faut imaginer une extension de l'échantillon des magasins avec l'introduction de points de vente situés dans ces régions encore non enquêtées. Certes cet élargissement entraînera des problèmes, puisque des comparaisons dynamiques dans le temps ne pourront se faire qu'à partir d'échantillons homogènes, mais en contrepartie l'échantillon sera plus représentatif.

Enfin l'extension du nombre de magasins enquêtés portera davantage sur les grandes surfaces, afin de mieux saisir l'évolution des formes modernes de la distribution alimentaire en Grèce.

3.3. PREMIERS RESULTATS DES ENQUETES DE JUILLET 1978 ET DE JANVIER 1979

3.3.1. L'évolution des prix entre Juillet 1978 et Janvier 1979

L'évolution des prix à la production

Le tableau 1 de l'annexe III.3. regroupe l'ensemble des informations recueillies auprès des producteurs. A titre de comparaison ou d'information complémentaire s'ajoutent à ces données les prix payés par une coopérative d'entreprise. On trouve dans ce tableau pour chaque produit étudié, un certain nombre de données relatives à des marques différentes (les produits marqués d'un astérisque correspondent aux marques sélectionnées pour l'analyse des prix de détail). La partie intéressante de ce tableau est constituée par les deux premières colonnes qui permettent de calculer l'évolution des prix à la production entre les deux enquêtes.

A partir des données de ce tableau, on peut distinguer deux groupes de produits :

a) ceux dont l'évolution s'est faite de façon homogène entre les marques :

- soit que les prix de ces produits augmentent, on trouve dans cette

catégorie :

- 1) Double concentré de tomate
- 2) Potage en cube (poulet)
- 3) Potage déshydraté (poulet vermicelle)
- 4) Huile d'olive
- 5) Riz parboiled
- 6) Lait concentré non sucré
- 7) Lait concentré sucré

- soit qu'ils restent stables, comme :

- 1) Petits pois
- 2) Oreillons de pêches au sirop
- 3) Petits pois pour enfants
- 4) Sel fin
- 5) Confiture d'abricots
- 6) Pepsi-Cola
- 7) Lait en poudre
- 8) Pâtes
- 9) Bières
- 10) Ouzo
- 11) Sucre

b) Ceux pour lesquels on observe des variations de prix à la production variables selon les producteurs. D'une façon plus analytique on observe les situations suivantes :

1) Purée déshydratée : les deux marques pour lesquelles on dispose des prix à la production, connaissent des variations différentes : contrairement à la marque de producteur dont le prix augmente, celui de la marque de distributeur reste stable.

2) Tomato Ketchup : on observe une certaine stabilité dans le prix des produits importés alors que le prix des productions nationales augmente légèrement.

3) Margarine : les trois prix à la production disponibles sont en fait ceux de margarines produites et commercialisées par la même firme. Les augmentations variables enregistrées ne peuvent s'expliquer que par la différence ou la différenciation des produits. Ainsi la margarine fabriquée à base d'huile d'olive connaît une augmentation des prix alors que le prix des deux autres, fabriquées à partir de gras végétaux, diminue fortement.

4) Café instantané : en général on observe une diminution des prix correspondant à une stabilisation et à une diminution des cours mondiaux des matières premières. Parfois ces diminutions ne se font pas de façon homogène pour tous les produits de la même firme.

- Dans un cas on ne constate pas de diminution des prix.

Cette évolution des prix à la production fournis par les entreprises elles-mêmes suit d'assez près les variations de prix de gros relevées par les services de statistiques.

Tableau 88 - L'EVOLUTION DES PRIX DE GROS DE CERTAINS PRODUITS ALIMENTAIRES (en drs/kg)

PRODUITS	Janv. 74	Janv. 75	Janv. 76	Janv. 77	Janv. 78	Janv. 79	Différence Janv. 78/79
HUILE D'OLIVE	45,86	61	61,2	62,2	78	88	+ 12,8
BLE	4,37	4,38	5,2	4,9	5,8	6,5	+ 12
RIZ GLACE *	15,75	13,50	14,6	16,2	18,4	18,4	0
POMMES DE TERRE	5,78	5,55	6,8	8,8	9,3	10,6	+ 13,9
HARICOTS SECS	18,53	20,12	21,1	200	25	30	+ 20
VEAU	66,85	73,40	78,8	78,8	87,5	124	+ 41,7
MOUTON	77,92	70,73	98,15	113,1	117,6	167,7	+ 50,7
BOEUF CONGELE	53,00	47,50	54,1	67,1	69	65	- 5,7
FROMAGE BLANC	44,64	50,48	59,1	68,0	78,3	91,2	+ 16,4
BEURRE	76,00	86,25	10,70	128,0	145,2	173,3	+ 19,3
POISSON	41,07	50,09	64,3	72,0	76,4	81,9	+ 7,1
SUCRE	15,74	19,59	19,3	19,6	19,9	20,3	+ 2
CAFE	85,88	87,00	116,6	171,8	197,6	175,6	- 11,1

* Le riz de notre enquête est de qualité parboiled.

L'évolution des prix de détail

L'augmentation générale des prix de détail pour l'année 1978 a été estimée à 9,2 %.

Selon la Banque de Grèce (1) :

"Le rythme de croissance de l'indice des prix à la consommation a été particulièrement élevé au début de l'année, mais a sensiblement diminué au cours du deuxième semestre. Cette diminution est due pour une large part à la politique de contrôle des prix mise en place à la suite des augmentations anormales des prix des produits alimentaires et surtout des fruits et des légumes...". Cette politique a pour résultat de freiner la hausse des prix des produits alimentaires au niveau de 9,2 % sur l'année au lieu de 15,8 % au cours de l'année précédente.

En fait la période entre les enquêtes de Juillet 1978 et Janvier 1979 correspond au deuxième semestre 1978, au cours duquel a été mis en place un système de contrôle des prix assez strict.

L'augmentation des prix de notre échantillon réduit calculée sur la base de paniers moyens et évaluée à 3,8 %, masque en réalité des évolutions de prix assez hétérogènes. Le tableau suivant reprend de façon synthétique les différents tableaux de l'annexe III.3. On y trouvera quatre groupes de produits :

- ceux dont le prix a diminué (variation de prix en pourcentages : $V.P. < 0$)
- ceux dont le prix n'a pratiquement pas varié ($0 < V.P. < 0,5$)
- ceux dont le prix a évolué moins que l'augmentation moyenne des prix de l'échantillon ($0,5 < V.P. < 3,8$)
- ceux dont le prix a évolué plus que la moyenne ($V.P. > 3,8$).

D'autre part, on trouvera dans ce tableau une indication du degré de dispersion des augmentations. Deux cas peuvent se présenter :

- les variations de prix se font de façon homogène entre les différents magasins. Ce qui peut vouloir signifier qu'il y a par exemple un contrôle de prix assez strict pour ce produit, ou qu'il y a une politique plus ou moins efficace des prix conseillés par la firme ou enfin qu'il y a eu une bonne répercussion des variations des prix de gros.

- les variations se font sur une base hétérogène ce qui suppose une certaine liberté de prix pour les produits et qui peut s'expliquer par des stratégies différentes au niveau des IAA, des magasins de distribution ou par l'impact du stockage, etc...

Ce tableau comporte une troisième indication. Dans la mesure des informations disponibles une troisième colonne indique l'évolution parallèle entre les prix à la production et les prix de détail.

(1) Rapport du Gouverneur de la Banque de Grèce, Janvier 1979

Tableau 89 - EVOLUTION COMPAREE DES PRIX MOYENS DE DETAIL ET DE PRODUCTION DES PRINCIPAUX PRODUITS DE L'ECHANTILLON ENTRE JUILLET 1978 et JANVIER 1979

PRODUITS	Moyenne Juillet 78	Moyenne Janvier 79	% de va- riation	% de var. du prix à la prod.	Comportement des magasins
Oreillons de pêche au sirop	33,44	33,09	- 10,5	0	—————→
Double concentré de tomate	22,22	21,53	- 3,11	...	—————→
Mayonnaise	42,57	42,52	- 1,12	...	-----→
Margarine	18	16,63	- 7,61	- 6,3	—————→
Biscuits pur beurre	13,73	13,29	- 4,21	...	-----→
Poudre de cacao	34,65	34,49	- 0,5	...	-----→
Farine	20,94	20,54	- 1,91	0	-----→
Sel fin	8,55	8,54	- 0,13	...	-----→
Raviolis sauce tomate	19,39	19,13	- 1,34	...	-----→
Thon à l'huile d'olive	48,67	48,71	+ 0,08	...	-----→
Petits pots pour bébé	14,54	14,56	+ 0,13	0	-----→
Ouzo	93	93,17	+ 0,18	0	-----→
Spaghettis n° 6	17,54	17,62	+ 0,46	0	-----→
Confiture d'abricot	26,4	26,52	+ 0,45	...	-----→
Pepsi Cola	13,23	13,28	+ 0,38	0	-----→
Sucre fin	21,37	21,45	+ 0,37	0	-----→
Chocolat à croquer	32,14	32,45	+ 0,65	...	-----→
Bière	16,2	16,4	+ 1,23	0	-----→
Petits pois	42,15	42,9	+ 1,77	0	—————→
Lait en poudre	29,98	30,57	+ 1,96	...	-----→
Crème de gruyère	31,98	32,66	+ 2,12	...	-----→
Beurre pasteurisé	40,68	41,78	+ 2,7	...	-----→
Apéritif doux	118,41	122,43	+ 3,39	...	-----→
Tomates Ketchup	50,64	52,42	+ 3,51	...	-----→
Lait longue conservation	15,96	16,69	+ 4,75	...	-----→
Café instantané	62,54	66,10	+ 5,69	...	-----→
Riz parboiled	46,77	49,44	+ 5,71	+ 10,45	—————→
Whisky	347,35	368,76	+ 6,16	...	—————→
Potage en cube	18,31	19,69	+ 7,53	+ 7,01	—————→
Biscottes	16,54	17,87	+ 8	...	-----→
Purée déshydratée	25,24	27,35	+ 8,35	...	-----→
Huile d'olive	97,58	106,06	+ 8,69	...	—————→
Lait concentré sucré	21,04	23,41	+ 11,26	+ 17,7	—————→
Lait concentré non sucré	17,08	19,09	+ 11,77	+ 8,31	—————→
Potage déshydraté	17,55	20,60	+ 17,38	+ 15,1	—————→

Note : —————→ Variations homogènes
-----→ Variations hétérogènes

On observe une répercussion assez rapide (pour les produits pour lesquels on dispose des prix de gros) des prix à la production sur les prix de détail.

Enfin on a constaté également que ce sont les produits en bas du tableau pour lesquels les augmentations de prix sont les plus fortes que le comportement des magasins en ce qui concerne leur politique de prix est le plus homogène. On doit constater à propos de ce phénomène que les marques qui ont été retenues dans notre échantillon sont celles de très grosses entreprises multinationales pour la plupart (1).

3.3.2. L'influence de la taille et de la forme d'organisation du commerce sur le niveau des prix

- Influence de la taille

Il n'a pas été possible, malheureusement, de calculer le coût d'un panier moyen de la ménagère sur la base de notre échantillon, en vue de comparer le niveau des prix dans les différents magasins. En effet le fait que les 37 produits retenus n'étaient pas tous présents dans les points de vente enquêtés n'a pas rendu possible cette comparaison.

Le classement des points de vente selon le nombre de produits qu'ils offrent au prix le plus bas ou le plus élevé peut donner une idée de la politique de prix pratiquée par les magasins enquêtés. Le tableau suivant regroupe ces informations par catégorie de magasins et les pondère par le nombre de magasins appartenant à chacune de ces dernières.

Tableau 90 - Distorsion maximale de prix selon la taille du point de vente

	Nombre		JUILLET 1978				JANVIER 1979			
	Juil. 78	Janv. 79	Nombre prix min.	n	Nombre prix max.	e	Nombre prix min.	n	Nombre prix max.	e
Hypermarché	3	3	10	3,33	5	1,66	16	5,33	6	2
Supermarché	14	13	37	2,64	9	0,64	39	3	8	0,57
Supérette	7	7	8	1,14	20	2,86	3	0,43	20	2,86
Mini libre service	4	4	4	1	24	6	2	0,5	30	7,5

$$n = \frac{\text{Nombre de prix minimum}}{\text{Nombre de magasins}} \quad e = \frac{\text{Nombre de prix maximum}}{\text{Nombre de magasins}}$$

(1) Pour cette gamme de produit les marques des firmes leaders multinationales pour la plupart ont été retenues car elles sont les plus répandues et couvrent une part importante du marché, on trouve :

- NESTLE (café, purée déshydratée, lait concentré)
- KNORR (potage en cube, potage déshydraté, riz)- CPC.
- UNILEVER (huile d'olive)

Ce tableau met en évidence deux points intéressants qui différencient la situation observée en Grèce de celle de la France :

- il existe des prix maximum dans les hypermarchés. Ainsi le ϵ calculé pour les hypers aussi bien en Janvier 1978 qu'en Juillet 1979 plus élevé dans les deux cas que celui des supermarchés ;

- on observe des prix minimum dans les petites surfaces (mini-libre-service et supérettes). Entre les deux périodes ce phénomène a tendance à s'estomper.

Il est toutefois dangereux de tirer des conclusions hâtives sur la politique de prix pratiquée par les hypermarchés à Athènes, dans la mesure où les trois hypermarchés enquêtés apparaissent comme assez différents les uns des autres. Dans ce sens, l'existence de prix maximum relevés dans les grandes surfaces doit être recherchée dans des facteurs autres que la taille du magasin. Ainsi la forme d'organisation, son degré d'intégration vers l'aval et sa politique commerciale peuvent influencer grandement la politique des prix de chaque magasin. Cette réflexion se vérifie si l'on compare la situation des trois hypermarchés enquêtés (1) :

- le premier de ces hypermarchés d'une surface de 2 000 m², appartient à une entreprise de distribution de taille moyenne ne possédant que 2 magasins et peu intégrée à son aval

Juillet 1978 : prix minimum 2 ; prix maximum 2

Janvier 1977 : prix minimum 4 ; prix maximum 4

- le second (3 000 m²) spécialisé dans les produits de luxe, s'adressant à une clientèle aisée, appartient à une chaîne importante, et pratique une politique de produits et de prix adaptée à cette stratégie

Juillet 1978 : prix minimum 0 ; prix maximum 3

Janvier 1979 : prix minimum 0 ; prix maximum 2

- le troisième d'une surface de 2 000 m² fait partie d'une chaîne importante de magasins populaires. Il est le seul à pratiquer une politique d'hypermarché (localisation périphérique, prix minimum, etc...)

Juillet 1978 : Prix minimum 8 ; prix maximum 0

Janvier 1979 : Prix minimum 12 ; prix maximum 0

(1) Il convient de noter que l'analyse des prix maximum et des prix minimum ne peut pas donner une idée réaliste du niveau de prix moyen des différents magasins. Et ces observations devront être nuancées lorsqu'il sera possible de calculer le prix d'un panier moyen à partir d'un échantillon présent dans l'ensemble des magasins.

Par contre, en ce qui concerne les prix minimum observés dans les magasins de petite taille, ces prix sont généralement ceux des produits qui sont restés invendus pendant une longue période et dont le prix demeure un prix ancien.

- Influence de la forme d'organisation

Si l'on regroupe les observations de prix minimum et maximum selon la forme d'organisation à laquelle appartient chaque magasin, on obtient le tableau suivant :

Tableau 91: Distorsion maximale de prix selon la forme d'organisation à laquelle appartient chaque point de vente

	A o û t 1 9 7 8					J a n v i e r 1 9 7 9				
	Nombre	Nbre Prix Minim.	n	Nbre Prix Maxim.	n	Nombre	Nbre Prix Minim.	n	Nbre Prix Maxim.	
MP	4	13	3	2	0,5	4	19	4,75	4	1
CD	6	6	1	34	5,6	6	2	0,33	35	5,8
CD/GE	3	7	2,3	2	0,7	3	12	4	2	0,6
CV/GE	4	18	4,5	0	0	4	9	2,25	0	0
I	6	5	0,83	15	2,5	5	6	1,2	10	2
GE	3	8	2,6	5	1,7	3	10	3,33	6	2
CC	1	0	-	0	-	1	2	2	1	1
CE	1	2	2	0	0	1	0	0	0	0
			59		58				60	

Note : MP : Magasin Populaire
 CD : Coopérative de détaillant
 CD/GE : Coopérative de détaillant/Grande Entreprise
 CV/GE : Chaîne Volontaire/Grande Entreprise
 J : Indépendant
 GE : Grande Entreprise
 CC : Coopérative de Consommateurs
 CE : Coopérative d'Entreprise

De ce tableau il ressort au moment des enquêtes et sur la base des prix minimum et maximum que :

- dans les grands magasins (1) populaires (M.P.) les grandes surfaces gérées par des groupements de détaillants (CD, GE) et les grandes entreprises créées par des chaînes volontaires (CD /GE), on rencontre un grand nombre de prix minimum et un nombre limité de prix maximum ;

- ensuite, les grandes entreprises (GE) se trouvent dans une situation assez proche du groupe précédent mais dans une position un peu moins favorable (nombre de prix maximum plus élevé).

- les indépendants (I) se placent ensuite. Sur la base des données disponibles leur politique de prix minimum est assez faible par rapport aux groupes précédents. Par contre on y rencontre un certain nombre de prix maximum. On note également une amélioration de leur position entre les deux enquêtes.

(1) Il convient de noter que parmi les grands magasins populaires se trouve un hyper qui atteint les 60 % des prix minimum rencontrés au total dans ces magasins pour les deux périodes.

- En ce qui concerne les magasins appartenant à des coopératives de détaillants, on a relevé à la fois la présence d'un nombre non négligeable de prix minimum (Cf. le point précédent), et celle d'une grande quantité de prix maximum.

- Enfin les coopératives (de consommateurs ou d'entreprises) pratiquent une politique de prix modérée (J).

Bien que l'analyse en terme de prix minimum et de prix maximum ne constitue qu'un élément permettant d'évaluer la politique de prix des différents magasins, on constate, à la lumière de ces informations, que la forme d'organisation, et par ce, le degré de concentration du pouvoir d'achat c'est-à-dire le pouvoir de négociation des différents groupes, influence de façon sensible la politique de prix pratiquée par les différents magasins.

3.3.3. Uniformité de la stratégie de prix au niveau des groupes de la distribution alimentaire

Le tableau suivant réunit les magasins selon le groupe auquel ils appartiennent. Ainsi les quatre premiers magasins (08, 15, 23 et 26) appartiennent à la même chaîne de distribution. Dans le dernier groupe on retrouve tous les magasins soit indépendants soit appartenant à une chaîne mais pour lesquels on ne dispose pas de relevées dans des magasins appartenant au même groupe.

L'intérêt du tableau est de faire apparaître l'homogénéité (ou l'hétérogénéité) des prix pratiqués pour un même produit au sein de magasins appartenant à la même chaîne. Cette uniformité dans la politique des prix est renforcée dans ce tableau dans la mesure où seuls les magasins qui ont pratiqué des prix semblables en Juillet 1978 et en Janvier 1979 ont été retenus. Par exemple, il apparaît dans le tableau que les magasins 08, 15, 23 et 26 appartenant à la même chaîne ont affiché à ces deux dates des prix similaires (ces prix ont généralement été différents lors des deux enquêtes).

Il ressort de ce tableau les observations suivantes :

- Les magasins 08, 15, 23 et 26 qui appartiennent à la même chaîne et qui sont tous des supermarchés, appliquent les mêmes tarifs pour la majorité des produits enquêtés. La situation est la même en ce qui concerne les magasins 09 et 22, qui sont des supermarchés gérés par un groupement de producteurs.

(1) Sur ce dernier point étant donné que seules deux coopératives ont été enquêtées, il convient d'analyser avec prudence ces informations.

Tableau 92 - POINTS DE VENTE AYANT DES PRIX PARFAITEMENT IDENTIQUES EN JUILLET 1978
ET JANVIER 1979

POINTS DE VENTE	25	24	21	20	18	17	14	13	10	07	06	04	02	01	00	16	08	12	11	27	19	08	22	09	26	23	15	08	
1 PETITS POIS																													
2 OREILLONS DE PECHES AU SIROP	///										///									///	///	///	///	///	///	///	///	///	///
3 DOUBLE CONCENTRE DE TOMATE	X				X				///																				
4 THON BLANC A L'HUILE D-OLIVE		X			X										///									///	///	///	///	///	///
5 POTAGE CUBE																								///	///	///	///	///	///
6 PUREE DESHYDRATEE																									///	///	///	///	///
7 POTAGE DESHYDRATE	X	X																											
8 TOMATO KETCHUP																													
9 MAYONNAISE		X						///		///		X							///					///	///	///	///	///	///
10 MARGARINE					X			///		///		X																	
11 BISCUITS PETIT BEURRE					///			///	X						X				///	///	///	///	///	///	///	///	///	///	///
12 HUILE D-OLIVE		///			///	///				///																			
13 CHOCOLAT A CROQUER								///		///						///								///	///	///	///	///	///
14 POUDRE DE CACAO					X			///		///		X			///														
15 FARINE					X			///	X		///		///											///	///	///	///	///	///
16 SEL FIN											///	///																	
17 RIZ PARBOILED																													
18 CONFITURE D'ABRICOT	///																												
19 PEPSI-COLA	///	///					X	///	///	///				X				///	///	///	///	///	///	///	///	///	///	///	///
20 CAFE INSTANTANE NON LYOPHILISE																													
21 LAIT CONCENTRE NON SUCRE	X							X		///						///													
22 LAIT CONCENTRE SUCRE																													
23 LAIT EN POUDRE	///																												
24 LAIT 1/2 ECREME LONGUE CONSERVATION																													
25 CREME DE GRUYERE	X	X																											
26 BEURRE PASTEURISE																													
27 PATES		///			///			///	///	///				///															
28 RAVIOLI	X							///						X															
29 CINZANO ROUGE																													
30 OUZO																													
31 WHISKY																													
32 PAIN EN TRANCHES					///			///		///																			
33 BISCOTTES								X		///		X																	
34 PETITS POTS PUREE POMMES	X	X						///																					
35 BIERE	X									///				X		X													
TAILLE	SM	SM			HM	HM	MLS	MLS	SP	SM	SP	SP	SP	SP	MS	MLS	SM	MLS	SP	SP	HM	SM	SM	SM	SM	SM	SM	SM	SM
FORME D'ORGANISATION	GE	I			GE	GE	GD	GD	I	I	I	I	CC	GD	MP	CE	GD/GE	GD	GD	GD	MP	MP	MP	GD/GE	GD/GE	CV/GE	CV/GE	CV/GE	CV/GE
POINTS DE VENTE	25	24	21	20	18	17	14	13	10	07	06	04	02	01	00	16	08	12	11	27	19	08	22	09	26	23	15	08	

- Par contre, au sein du troisième groupe, il apparaît que la politique de prix pratiquée par les deux premiers magasins (05 et 19) se différencie de celle adoptée par le troisième (27). L'explication de cette différence se trouve dans la taille des magasins : les deux premiers étant des "supermarchés" et le troisième étant un "hyper" qui pratique une politique de prix plus bas.

- Il est intéressant de noter que les magasins 11 et 12 qui sont tous deux des supérettes et qui appartiennent au même groupement de détaillants, ne pratiquent pas une politique de prix semblable. La même situation se présente dans le cas de magasins 03 et 16 qui appartiennent au même groupement de détaillants, mais dont la divergence de prix peut s'expliquer par la différence de taille.

Il n'est pas étonnant de constater que seuls les magasins appartenant à une même chaîne et gérés par elle appliquent une politique des prix relativement uniforme. Dans les autres cas on rencontre des commerçants indépendants qui, même s'ils s'approvisionnent au même groupement de détaillants, pratiquent leur propre politique de prix.

Il ressort de la lecture du tableau précédent le fait qu'il y a certains produits pour lesquels on constate une politique de prix très proche ou même identique dans un grand nombre de magasins. Ces produits, pour lesquels on peut imaginer que la firme productrice pratique une politique de prix conseillés, sont au demeurant très peu nombreux. Mis à part le cas du lait demi-écrémé longue conservation, pour lequel les prix semblables sont relativement peu nombreux (7 prix semblables sur 7), il n'y a guère que dans le cas du pain de mie en tranches qu'on observe (10 prix similaires sur 10) avec un pré-étiquetage réalisé par l'entreprise de boulangerie industrielle elle-même.

3.3.4. La dispersion des prix dans l'espace

En calculant l'indice \mathcal{E}_{RP} (Cf. annexe III.3., tableau 3 et tableau 4) :

$$\mathcal{E}_{RP} = \frac{\text{Prix maximum} - \text{Prix minimum}}{\text{Prix minimum}}$$

pour les 35 produits de notre échantillon réduit, il est possible de mesurer le degré de dispersion des prix pour chaque produit. Dans le cas des enquêtes réalisées ici, on observe en général une faible dispersion des prix des produits agro-alimentaires dans la région d'Athènes. Cette constatation se retrouve aussi bien dans l'enquête de Juillet 1978 que dans celle de Janvier 1979. Le tableau suivant reprend de façon synthétique cette mesure.

Tableau 93 : DIFFERENCE DE PRIX ENTRE LES POINTS DE VENTE

RANG	ϵ_{RP}	AOUT 1978 Nombre de cas		JANVIER 1979 Nombre de cas	
		Absolu	Cumulé	Absolu	Cumulé
1	>100	0	0	0	0
2	70 à 100	1	1	0	0
3	40 à 70	2	3	3	3
4	30 à 40	10	13	8	11
5	10 à 30	20	33	21	32
6	0 à 10	2	35	3	35

Selon ces calculs on peut regrouper ces produits en trois catégories :

- Le premier groupe dans lequel la distorsion est normale, c'est-à-dire pour lequel $10 < \epsilon_{RP} < 40$ % et dans lequel se trouvent réunie la majorité des produits (en Juillet 1978 : 30 sur 35, et en Janvier 1979 : 29 sur 35).

- Le deuxième groupe dit divergent dans lequel on trouve les produits accusant la plus forte dispersion de prix $\epsilon_{RP} > 40$ % ; ces produits sont :

	ϵ_{RP}
. En Juillet 1978 - Lait en poudre	78,9 %
- Tomato Ketchup	46,2 %
- Farine	44,4 %
. En Janvier 1979 - Tomato Ketchup	51,3 %
- Potage déshydraté (poulet vermicelle)	46,7 %
- Sel fin	43,8 %

- Le troisième réunissant les produits pour lesquels la différence est très faible : $\epsilon_{RP} < 10$ %. Les produits concernés sont : en Juillet 1978 l'huile d'olive (7,2 %) et les pâtes (8,48 %), et en Janvier 1979 le sucre (5,3 %), le beurre pasteurisé (8,86 %) et les pâtes (5,9 %).

A partir de cette classification on obtient le tableau suivant :

Tableau N°94 - Les trois degrés de différence de prix : cas normal, cas divergent et cas uniforme (1)

	Nombre total de cas	CAS NORMAL $10 \leq \text{ERP} < 40 \%$		CAS DIVERGENT $\text{ERP} \geq 40 \%$		CAS UNIFORME $\text{ERP} \leq 10 \%$	
		Nombre de cas	% du total	Nombre de cas	% du total	Nombre de cas	% du total
Août 1978	35	30	85,7	3	8,6	2	5,7
Janvier 1979	35	29	82,8	3	8,6	3	8,6 ,

Ces calculs confirment le fait que la majorité des produits présentent une distorsion limitée puisque le nombre de cas pour lesquels la distorsion est inférieure à 40 % représentent plus que 90 % des produits retenus dans les échantillons réduits. Ce phénomène peut s'expliquer par le fait que les deux enquêtes ont été réalisées pendant une période où une politique de contrôle des prix assez stricte a été mise en oeuvre. La faible dispersion demeure donc un indice du succès de cette politique.

3.3.5. Les marges commerciales

L'étude des marges commerciales porte sur un nombre limité de produits de notre échantillon réduit pour lequel nous disposons soit des prix de vente du fabricant, soit du prix d'achat d'une coopérative privée. Evidemment, et comme nous le verrons dans la suite de notre analyse, les marges ainsi calculées ne sont pas toujours comparables.

Pour le présent, nous voulons revenir encore une fois sur les difficultés posées par l'évaluation des mark-ups qui ont été déjà exposés en détail. Seuls quelques points essentiels seront rappelés ici :

1. Le calcul du mark-up tel qu'il a été pratiqué dans ce travail ne prend pas en compte les prix spéciaux accordés, les conditions de paiement, les ristournes, etc... De ce fait, tous les magasins sont considérés comme achetant leurs produits aux mêmes prix. Or, l'on sait bien que, dans la pratique, les choses ne se passent pas ainsi et que les clients des IAA disposent de nombreux moyens de négociation pour faire baisser le prix d'achat de leurs produits. On sait enfin que ce pouvoir de négociation varie beaucoup dans les rapports de force qui s'établissent entre vendeurs et acheteurs, avec la taille respective des entreprises (degré de concentration), et les conditions spécifiques du marché du produit faisant l'objet de la négociation (degré de concurrence, différenciation du produit, etc...).

(1) Cette classification est faite à partir des normes retenues dans l'enquête française.

2. IL ne prend pas en compte la date à laquelle a été effectué l'achat. Ainsi, c'est le prix tarif du jour de l'enquête qui est appliqué. Donc, dans la mesure où les prix tarifs augmentent dans le temps, les marges commerciales ainsi calculées sont minimisées. Une entreprise de distribution qui aura acheté le produit à une période où les prix étaient plus bas sera donc affectée du prix tarif actuel (plus élevé). Elle sera donc considérée comme ayant des marges inférieures à la réalité.

3. Les marges commerciales ainsi calculées sont des marges globales (marges de gros et marges de détail), aucune information ne peut être donnée sur la structure de ces marges et la participation des différents agents. Ces informations sont difficiles à trouver à cause de la complexité et la diversité des circuits commerciaux.

Ces points préalables rappelés, l'étude des marges commerciales à partir des informations disponibles, présente un grand intérêt :

- En opérant une classification des produits sur la base des marges (telles que calculées ici), il est possible de constituer des groupes de produits selon l'importance de leurs marges commerciales (Cf. Chapitre I pour la signification de cette classification).

- Il est également possible d'apprécier l'évolution de ces marges dans le temps, en pratiquant des comparaisons entre enquêtes.

Des marges commerciales très hétérogènes selon les produits

Des tableaux 5 et 6 (Annexe III.3), il ressort que les marges commerciales sont loin d'être homogènes. Cependant elles se situent à un niveau modéré puisqu'elles dépassent rarement le 20 % du prix d'achat (1). De façon schématique, quatre groupes de produits ont été distingués selon que les marges commerciales sont négatives, faibles, normales ou très importantes. Le tableau n°94 indique pour chaque produit, le nombre des détaillants dont les marges brutes exprimées en pourcentage du prix d'achat sont négatives, faibles normales ou importantes pendant les deux enquêtes.

(1) Prix de production supposé comme prix d'achat.

Tableau 95 : CLASSIFICATION DES MARGES COMMERCIALES

PRODUITS	JUILLET 1978				JANVIER 1979			
	Négatives	faibles ≤ 10 %	Normales 10-20 %	Impor- tantes ≥ 20 %	Négatives	Faibles ≤ 10 %	Normales 10-20 %	Impor- tantes ≥ 20 %
Petits pois N° 0	0	0	3	15	0	0	1	15
Oreillons de pêches au sirop	0	0	0	17	0	0	0	19
Thon à l'huile d'olive	0	0	0	21	-	-	-	-
Petits pots pour enfants purée pommes	0	4	18	3	0	3	19	0
Potage cubes (poulet)	0	10	10	6	0	10	11	5
Potage déshydraté (poulet vermicelle)	1	9	10	6	1	5	8	8
Margarine	0	5	22	1	0	8	17	1
Sucre	0	0	24	3	0	0	24	2
Riz perboiled	0	5	13	2	0	16	9	0
Café instantané	23	4	0	0	-	-	-	-
Coca-Cola	0	6	13	8	0	4	15	7
Lait concentré non sucré	0	23	5	0	0	14	9	1
Lait concentré sucré	0	14	8	1	2	21	1	1
Spaghettis N° 6	0	3	15	7	0	1	12	11

- Les marges commerciales négatives ne concernent que le café soluble pour la période de Juillet 1978. Il convient de noter que dans ce cas les marges ont été calculées à partir du prix d'achat d'une coopérative privée, et non pas à partir du tarif du fabricant. Deux explications sont possibles :

- . premièrement, le prix d'achat de la coopérative peut être exceptionnellement élevé, vu le faible pouvoir de négociation dont elle dispose envers ses fournisseurs ;
- . deuxièmement, une hausse récente du prix d'achat ne s'est pas encore répercutée sur les prix de détail, en raison du stockage probable du produit au stade de la distribution. L'incidence du stockage sur l'évaluation des marges pourrait être éliminée si le calcul de ces dernières était fait en appliquant aux prix de vente les tarifs antérieurs du fabricant, mais ces tarifs ne sont pas à notre disposition.

- Les marges commerciales faibles (10 % du prix d'achat). Le lait concentré (sucré ou non) et le riz (pour Janvier 1979) entrent dans cette catégorie. Les marges brutes réalisées sur ces produits apparaissent comme nettement inférieures aux marges maximales autorisées, et ce dans la grande majorité des points de vente. L'hypothèse que ces produits peuvent servir de produits d'appel semble expliquer la faiblesse des marges commerciales.

Les faibles marges commerciales du riz en Janvier 1979, contrairement à la situation en Juillet 1978 (marges normales), semblent dues au stockage de ce produit par les distributeurs ; ceux-ci n'ont pas encore répercuté la hausse des prix d'achat sur les prix de vente. La même explication semble être valable pour le lait concentré sucré dans deux magasins en Janvier 1979.

- Les marges commerciales normales (comprises entre 10 % et 20 % du prix d'achat). Les petits pots pour bébés, le bouillon en cube, le potage déshydraté, la margarine, le sucre, le riz (Juillet 1978), le cola, et la bière, appartiennent à ce groupe. Les marges commerciales restent dans la plupart des cas dans les limites autorisées, exception faite pour le sucre (marge moyenne estimée : 15,6 %, marge brute autorisée : 14 % en Janvier 1979).

La présence d'une marge négative pour le potage déshydraté aussi bien en Juillet 1978 qu'en Janvier 1979, concerne un cas aberrant prouvant encore une fois l'incidence du stockage sur le niveau des marges. Il s'agit en effet d'un petit magasin qui n'ayant pu écouler ce produit, a dû le "stocker" dans ses rayons en conservant son prix antérieur.

- Les marges commerciales importantes (20 % du prix d'achat). Dans ce groupe, on peut inclure les pâtes, les conserves de petits pois, d'oreillons de pêche au sirop et de thon à l'huile d'olive. Pour les conserves, il n'existe pas de réglementation des marges commerciales, contrairement à ce qui se passe pour les pâtes. Une remarque paraît cependant importante : les marges brutes pour le thon à l'huile d'olive ont été estimées sur la base du prix d'achat d'une coopérative privée ; elles ne peuvent pas être considérées comme représentatives.

Pour les pâtes les marges estimées dépassent les marges maximum autorisées (marge moyenne estimée : 20,4 % ; marge brute autorisée : 16 % en Janvier 1979).

Il convient de noter qu'on trouve les pâtes dans deux emballages différents (emballage "luxe" et emballage "simple"), le produit étant parfaitement identique par ailleurs. Dans notre échantillon réduit, nous avons retenu l'emballage luxe qui peut être prétexte au dépassement des marges maximales autorisées.

Une évolution des marges commerciales différente selon les produits

Entre Juillet 1978 et Janvier 1979, les marges commerciales ont évolué tant en valeur absolue qu'en valeur relative d'une façon hétérogène selon les produits mais aussi selon les points de vente.

Le tableau N° 96 met en évidence le nombre des détaillants dont les marges relatives sont stables, en augmentation ou en diminution, et permet la comparaison avec l'évolution des prix d'achat.

Tableau N° 96 - L'EVOLUTION DES MARKS-UP ENTRE LES DEUX ENQUETES

	Marks up en augmentation Nombre de cas	Marks up stables Nombre de cas	Marks up en diminution	Augmentation du prix d'achat au producteur
Petits pois N° 0	1	13	-	+ 0
Oreillons de pêche au sirop	1	13	1	+ 0
Petits pots pour enfants	3	18	3	+ 0
Bouillon en cubes (poulet)	13	0	11	+ 7,09
Potage déshydraté (poulet vermicelle)	12	0	8	+15,1
Margarine	10	0	16	- 6,3
Sucre	14	8	3	+ 0
Riz parboiled	4	0	13	+10,45
Cola	16	0	10	+ 0
Lait concentré non sucré	22	1	1	+ 8,31
Lait concentré sucré	1	0	20	+17,71
Spaghettis N° 6	3	17	2	+ 0
Bière	6	15	1	+ 0
TOTAL	106	85	89	
%	38	30	32	

De ce tableau il ressort que les marks up sont restés stables quand les prix d'achat étaient inchangés, et cela dans la grande majorité des magasins enquêtés.

Par contre, à l'augmentation ou à la diminution du prix d'achat correspondent des situations assez divergentes. On constate que :

- pour 38 % des cas étudiés les marks up sont en augmentation, ce qui signifie que les prix au détail augmentent plus vite que les prix à la production,

- ensuite, pour 32 % de l'ensemble des cas cités, les marks up sont en diminution. Ce phénomène peut être expliqué soit par les effets du stockage sur le niveau des prix, soit par la stratégie suivie dans chaque magasin de détail. Il est fort probable que certains détaillants ont préféré diminuer leurs marges pour certains produits d'appel (riz, sucre, lait concentré sucré), indépendamment de l'évolution du prix de production.

PARTIE IV - ANALYSE
DE QUELQUES FILIERES

4.1. BIERES

4.1.1. Production et consommation

La production et la consommation de bière en Grèce concernent essentiellement les bières blondes. La progression spectaculaire de la demande de ce produit a entraîné au cours des dernières années des transformations de l'appareil de production, caractérisées par une pénétration importante de capitaux étrangers, et par l'ouverture sur les marchés extérieurs et tout particulièrement ceux du Moyen Orient.

En ce qui concerne les matières premières, l'approvisionnement en orge germée est assuré presque en totalité par trois firmes nationales spécialisées dans ce domaine. Par contre les fleurs de houblon proviennent en totalité de l'étranger. Le tableau suivant donne une idée de l'évolution de la consommation d'orge germée et du degré d'auto-approvisionnement.

TABLEAU 97 - EVOLUTION DE LA PRODUCTION, DES IMPORTATIONS ET DES EXPORTATIONS D'ORGE GERMÉE, AU COURS DE LA PERIODE 1972 à 1977 (en Tonnes)

ANNEES	PRODUCTION	IMPORTATIONS	EXPORTATIONS
1972	16 114	1 916	700
1973	16 701	1 743	558
1974	22 130	4 703	1 380
1975	21 442	4 441	3 782
1976	18 332	4 037	450
1977	26 378	1 716*	non disponible

* Estimations

Source : Institut National des Statistiques

La consommation de bières a progressé de façon très rapide au cours des dernières années en Grèce puisque de 1972 à 1979 les ventes de bières ont doublé de volume, ce qui suppose un taux de croissance annuel moyen de l'ordre de 9,6 %. Cependant les quantités consommées en moyenne par habitant et par an demeurent encore faibles (16 à 17 litres per capita et par an) si on les compare aux autres pays européens. Cette situation s'explique par la concurrence exercée par le vin (plus particulièrement au niveau des prix). Cette consommation est surtout concentrée dans les grandes villes ; en 1974 près de 45 % de la production était vendue à Athènes. Depuis, l'évolution des habitudes de consommation vers ce produit a largement dépassé le cadre urbain et cette dernière, bien que de façon moindre, s'est étendue en zone rurale. Le tableau suivant donne une idée de la part des dépenses alimentaires consacrée à la bière dans les dépenses des ménages (tavernes et restaurants inclus).

TABLEAU 98 - PARTICIPATION DE LA BIÈRE DANS LES DEPENSES MENSUELLES DES MENAGES
DANS LES DIFFERENTES VILLES DE GRECE (en drs)

	TOTAL PAYS	ATHENES	SALO- NIQUE	Jusqu'à 30000hab.	de 29999 à 10000hab	de 9999 à 5000hab.	de 4999 à 2000hab.	de 1999 à 1000hab.	- de 999hab
Dépenses aliment. moyennes (en drs)	3 874	4 541	3 959	4 223	4 208	4 364	3 589	3 212	2 848
Part de la bière	29	31	12	29	25	26	28	29	33
%	0,74	0,68	0,30	0,68	0,59	0,59	0,78	0,90	1,15

Source : Revue Self Service, Mai 1977

Comme on peut le constater, la part des dépenses alimentaires consacrée à la bière demeure faible, ce qui laisse penser que le marché peut encore se développer même si la totalité de la consommation de bière n'est pas prise en compte dans ces chiffres.

Peu de différences s'observent dans la ventilation de cette consommation entre les différentes catégories socio-professionnelles. Les professions libérales constituent le groupe qui a adopté de façon plus importante ce produit dans sa consommation.

TABLEAU 99 - LA PART DE LA CONSOMMATION DE LA BIÈRE DANS LES DEPENSES ALIMENTAIRES
MOYENNES DES DIFFERENTES CATEGORIES SOCIOPROFESSIONNELLES (en drs).

	TOTAL	Patrons Cadres	Professions libérales	Salariés	Chômeurs
Dépenses alimentaires moyennes	3 874	5 637	3 593	4 416	3 139
Part de la bière	29	41	33	31	18
%	0,74	0,72	0,91	0,70	0,57

Source : Revue Self Service, Mai 1977

La consommation de la bière se caractérise aussi par des variations saisonnières importantes. Ainsi la consommation qui augmente de façon très sensible durant les mois d'été, a tendance à se restreindre pendant les autres mois de l'année (Cf. tableau suivant).

TABLEAU 100 - EVOLUTION DE LA PRODUCTION, DE LA CONSOMMATION ET DES ECHANGES
DE BIÈRE DE 1972 à 1977 (en Tonnes)

Années	Production	Importations	Exportations	Consommation
1972	947 000	2 700	3 000	946 700
1973	1 190 000	23 550	10 700	1 202 850
1974	1 480 000	9 180	10 300	1 478 880
1975	1 340 000	5 650	15 760	1 329 890
1976	1 376 000	13 120	23 655	1 365 461
1977	1 798 000	-	-	-

Source : Institut National des Statistiques

Parallèlement à l'augmentation rapide de la consommation nationale, on assiste au cours des trois dernières années à un renforcement du volume des échanges de bières :

- les importations (1) de bières étrangères ont pratiquement été multipliées par 5 entre 1972 et 1976. Elles représentaient en 1976 près de 1 % de la consommation nationale ;

- dans le même temps les exportations ont été multipliées par 8. En 1976 la Grèce exportait près de 2 % du volume de sa production.

Cette évolution met en valeur le dynamisme des entreprises de brasserie grecques qui ont dû lutter contre les importations de bières étrangères en diversifiant leur production nationale, grâce à l'importation de technologie. Cette diversification s'est également accompagnée de la pénétration d'entreprises étrangères dont la stratégie est sans doute de couvrir, dans un premier temps, un marché national en pleine expansion, et probablement à terme l'exploitation de marchés potentiels dans des pays proches avec lesquels la Grèce renforce une pratique d'échanges importants (Proche et Moyen Orient).

Face au développement important de la demande nationale et face aux potentialités d'exportation, l'appareil de production a connu des développements importants. Les traits fondamentaux de cette évolution sont les suivants :

(1) Au cours de notre enquête, on a pu relever un nombre important de marques étrangères comme : STELLA ARTOIS (Belgique), PANLANER (RFA), SCLITZ (USA), CALSBERG (Danemark). On a également observé la présence de bières non produites en Grèce comme les bières brunes.

- On constate tout d'abord le passage d'une situation de monopole à la constitution d'un oligopole. En effet, alors que la production était assurée jusqu'en 1960 par une seule entreprise : "CAROLOS-FIX", sous couvert de l'Etat, il existe actuellement quatre firmes qui fournissent la quasi-totalité de la production nationale (une cinquième entreprise étant actuellement en constitution). Les caractéristiques principales de ces entreprises sont :

- . ATHINAIKI ZITHOPOIIA S.A. : créée en 1962, participation directe (plus de 50 %) d'AMSTEL BROUWERIJ NV (Hollande) ; elle produit la bière AMSTEL en bouteilles de 500gr et 330gr et très récemment en conserve de 330gr. Elle exporte vers les pays arabes.
- . BRASSERIE HELLENIQUE S.A. : créée en 1960, licence de BREDA ORANJEBOOM (Hollande) et KRONENBOURG (France) ; elle produit la bière ALFA en bouteilles de 220, 330, 340 et 500gr et en conserve de 330gr.
- . HENNINGER HELLAS S.A. : créée en 1968, participation directe de HENNINGER INTERNATIONAL (RFA) ; elle produit la bière HENNINGER en bouteille de 500gret en conserve de 330gret la bière KAISER en bouteille de 330 gr. Elle exporte vers les pays arabes, le Moyen Orient et parfois aux USA.
- . INDUSTRIE VINICOLE ET BRASSERIE HELLENIQUE (CONSORTIUM CAROLOS-FIX): la division Brasserie fut créée en 1864 ; elle produit la bière FIX-HELLAS en bouteille de 500gret en conserve de 330gr, la bière BAVARIA en bouteille de 500gr et en conserve de 330gr, la FIX-EXPORT, FIX-SPECIAL, SKOL, KORONA et BINGING. Elle exporte vers les pays arabes, le Moyen Orient et les USA.
- . INDUSTRIE HELLENIQUE DE LA BIÈRE S.A. : fondée en 1978 sous contrôle de UNITED BREWERIES ; elle possède une usine dans la région d'Athènes. La production débutera fin 1979. Elle produira la bière CARLSBERG.

- L'apparition des firmes nouvelles se fait généralement par implantation directe du capital étranger, ce qui est le cas dans les trois nouvelles entreprises créées : ATHINAIKI ZITHOPOIIA (AMSTEL), BRASSERIE HELLENIQUE S.A. (Licence KRONENBOURG et BREDA ORANJEBOOM), HENNINGER-HELLAS (HENNINGER INTERNATIONAL) et dans le cas de l'INDUSTRIE HELLENIQUE DE BIÈRE (UNITED BREWERIES).

- Le développement des unités de transformation qui permettaient en 1977 une production de 2 300 000 hectolitres par an (1). Actuellement la production de bière est

(1) Utilisée à environ 80 %

assurée par 8 brasseries : 3 à Athènes, 2 à Salonique, 1 à Patras, 1 en Crète et 1 en Thessalie. Ces différentes entreprises occupent à cette période plus de 1 500 personnes.

4.1.2. La commercialisation

a) La législation

Chaque année l'Etat intervient par le biais du Ministère du Commerce et de la Police du Marché et fixe le prix de vente au niveau de chaque entreprise. Ce prix spécifique à chaque entreprise est fixé en fonction de la composition du produit et du poids de chaque emballage. Il inclut aussi la marge bénéficiaire qui ne doit pas dépasser 5 % du prix de revient et les frais de livraison au grossiste ou au détaillant (article 26/1977).

Par ailleurs l'Etat détermine les marges maximales que pourront faire les différents intermédiaires. Ces règles sont les suivantes :

. La marge maximum d'un grossiste installé en zone urbaine est de l'ordre de 5 % et celle d'un grossiste (ou représentant d'une firme) installé en zone rurale peut atteindre 7 %.

. La marge du détaillant peut atteindre 15 % du prix d'achat. De plus, si la bière est vendue fraîche le commerçant peut ajouter 0,1 dr au prix de vente.

Dans le cas des bières importées, mis à part les taxes diverses à l'exportation, l'Etat a fixé le niveau des marges de la façon suivante :

. La marge de l'importateur ou de l'importateur grossiste peut atteindre au maximum 6 % ;

. celle du grossiste 5 %

. et celle des détaillants 15 %.

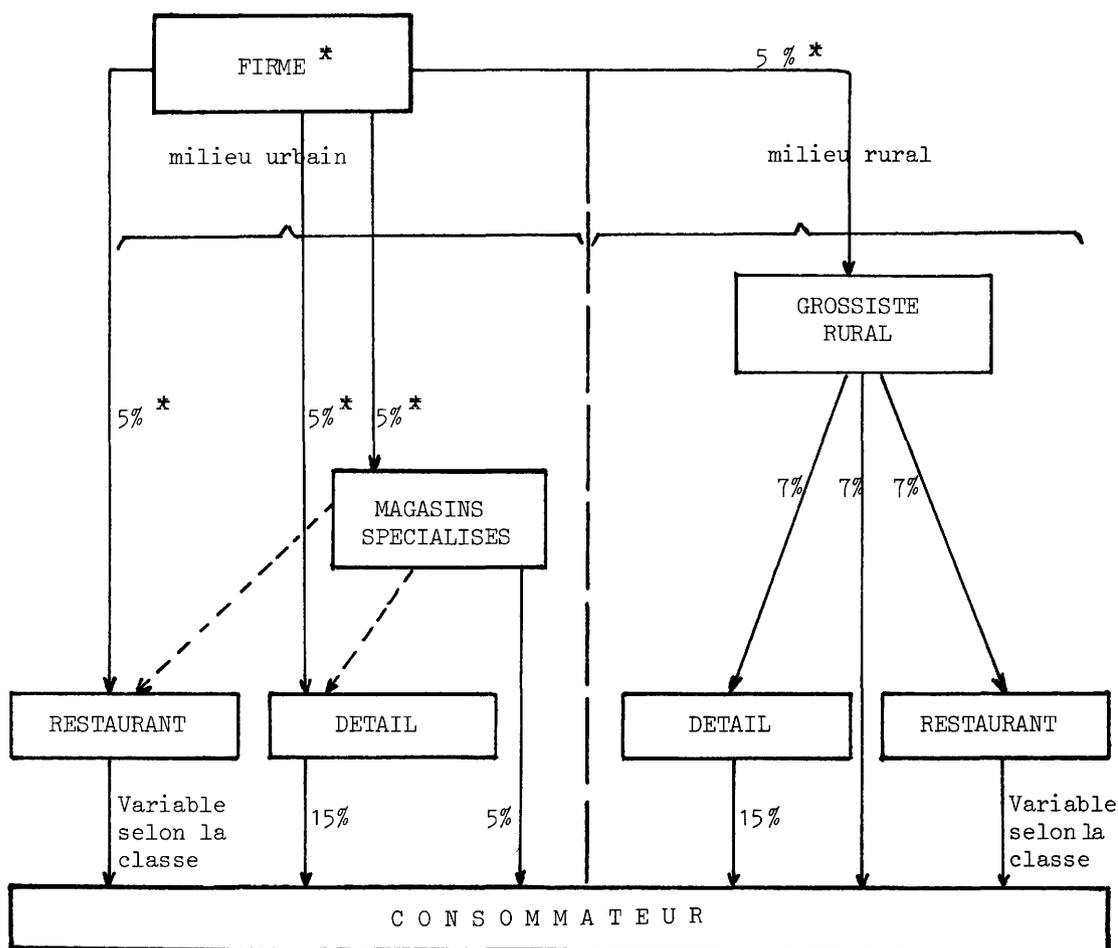
Enfin l'appropriation de deux marges est interdite par la loi. Ainsi le cumul de la fonction de gros et de détail par le même agent n'autorise pas le cumul des marges. Par exemple dans la région d'Athènes, ce sont les brasseries qui assurent les livraisons aux détaillants avec leur propre flotte de camions (ce sont donc elles qui assurent la fonction de gros), cependant mis à part le coût de la livraison qu'elles répercutent dans leur prix de vente, ces dernières n'ont pas le droit de prélever les 5 % de marges prévues pour les grossistes.

b) Les circuits de commercialisation

Ces derniers varient entre les zones urbaines et les zones rurales essentiellement

par l'adjonction d'un intermédiaire supplémentaire : grossiste rural. Le schéma suivant synthétise les principaux canaux de distribution de la bière et donne une indication du niveau des marges autorisées par la loi.

SCHEMA SIMPLIFIE DE LA FILIERE BIERE NATIONALE



Note :

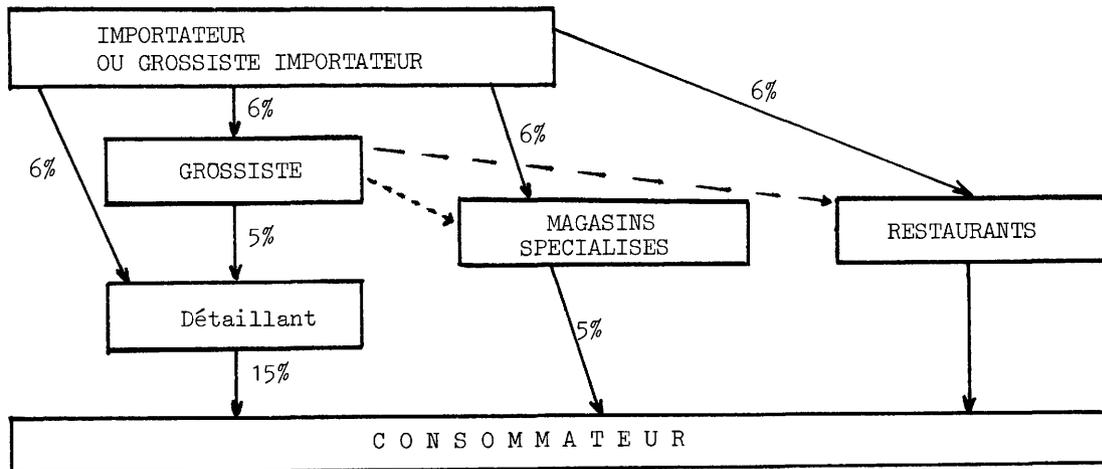
* Profit 5 % du prix de revient

+ les frais de transport incorporés dans le prix de vente départ usine (livraison comprise).

Il convient de remarquer que la commercialisation de la bière grecque donne lieu essentiellement à des circuits directs. Comme cela a déjà été dit, c'est la firme qui assure les livraisons aux magasins de détail en milieu urbain, par contre en milieu rural l'approvisionnement des magasins de détail et des restaurants est assuré par des grossistes ruraux (représentants de la firme).

le représentant de la firme. Enfin il ne faut pas minimiser le rôle joué par les magasins spécialisés (sorte de grossistes détaillants) qui sont spécialisés dans la vente de boissons non alcoolisées, de boissons alcoolisées et de spiritueux et qui offrent des prix plus avantageux puisqu'ils doivent (selon la fonction de grossiste qu'ils occupent), pratiquer des marges maximales de 5 %.

Pour les bières importées, le schéma apparaît comme plus simple encore :



4.1.3. Analyse des prix et des marges

a) La dispersion des prix de détail

La lecture des prix relevés lors des enquêtes de Juillet 1978 et de Janvier 1979 réunis dans les tableaux en annexe IV.1. , consacrés aux bières, appelle les commentaires suivants :

- Dans les deux enquêtes les prix des bières étrangères apparaissent à un niveau sensiblement plus élevé que celui des bières grecques (pouvant aller du simple ou double). Cette différence s'explique essentiellement par l'importance des taxes d'importations (plus élevées car ces produits font partie de la catégorie des produits de luxe).

- Par contre les bières grecques (de même format) présentent des prix de vente très proches. La fixation du prix au niveau du producteur et des différentes marges en cascades explique cette situation. Si l'on se réfère aux tableaux précités en fin de ce paragraphe, on constate que les ϵ_{Rp} se situent dans une fourchette comprise entre 5 et 20 % (exception faite de la bière Henniger en bouteille de 55 cl pour laquelle un magasin pratiquait des prix très bas). On note toutefois une dispersion plus grande pour les bières en emballage aluminium .

- Des différences importantes sont observées entre les bières emballage verre et celles ayant un emballage en aluminium. Ainsi, si on compare le prix moyen observé lors de l'enquête de Juillet 1978 pour les deux emballages différents du même produit et que l'on ramène le prix d'achat de ces deux bières (qui ne diffèrent que par l'emballage) au prix du litre, on obtient pour le marque HENNINGER les chiffres suivants :

	Prix moyen à l'unité	Prix moyen au litre
HENNINGER 50 cl emballage verre.....	14,4	28,8
33 cl emballage aluminium..	16,2	49,1

On constate donc que le prix du litre pour le même produit varie presque du simple au double en fonction de l'emballage. En d'autres termes une bouteille de 33 cl verre (dans la mesure où cette dernière existerait) consigne non comprise, devrait en toute logique revenir à 9,5 dragmes (contre 16,2 pour la boîte aluminium). La différence s'explique pour une part, qu'il nous est difficile de fixer, par le coût de la boîte d'aluminium, le solde correspond à un prélèvement que rend possible dans une première phase l'attrait d'un produit nouveau. Que cette part soit importante ou non, le consommateur devra payer dans tous les cas de figure le prix de l'emballage perdu qui lui demeurera incompressible.

b) Analyse des marges

- Des marges en moyenne assez homogènes. Le tableau suivant donne une idée des marges moyennes calculées toutes observations confondues (c'est-à-dire que toutes les marges interviennent dans le calcul de la marge moyenne). Il comporte également le nombre d'observations sur lesquelles a porté le calcul.

TABLEAU 101 - EVALUATION DES MARGES MOYENNES POUR LES ENQUETES JUILLET 1978 ET JANVIER 1979

	Enquête de JUILLET 1979		Enquête de JANVIER 1979	
	Nombre d'observations	Marge commerciale moyenne	Nombre d'observations	Marge commerciale moyenne
FIX HELLAS				
Bouteille 550 g	4	7,5	21	6,1
Conserve 330g	10	9,8	24	10,6
BAVARIA				
Bouteille 550g	9	9,7	18	11
Conserve 330g	-	-	20	10,6
HENNINGER				
Bouteille 550g	22	7,7	26	11,6
Conserve 330g	24	9,9	24	11,1

D'après ce tableau on observe une certaine homogénéité en ce qui concerne les marges (mis à part le cas de la FIX HELLAS bouteille en Janvier 1979 pour laquelle on observe un certain nombre de marges nulles).

- Une légère tendance à l'augmentation des marges entre les deux enquêtes

Dans une filière où les prix "départ usine" sont fixés par la législation, où les marges à chaque niveau d'opération sont les mêmes pour tous, et où il n'y a eu aucune modification des tarifs des entreprises (pour aucune marque), il peut être étonnant de voir les marges évoluer dans l'espace et dans le temps. Cependant, il apparaît entre les deux enquêtes :

- . tout d'abord les marges autorisées sont des marges maximales, et tout producteur, intermédiaire et détaillant, a le droit de prélever des marges plus faibles ;
- . Ainsi les firmes pratiquent, dans cette fourchette, des prix différenciés tenant compte des quantités achetées et des modes de paiement.
- . D'autre part le prix acheté par le détaillant dépendra de la longueur du circuit emprunté par le produit.
- . On peut aussi imaginer que certains commerçants prennent le risque de vendre au dessus des prix autorisés.
- . Dans le cas de certains produits (le cas de la bière BAVARIA serait un bon exemple) il se peut que l'une des séries relevées lors d'une des deux enquêtes corresponde à une période de promotion faite par la firme (par exemple à l'occasion du lancement du produit).

Dans le cas de l'étude de l'évolution des marges, on doit travailler sur un échantillon réduit dans la mesure où on est contraint d'éliminer les observations qui n'ont pu être répétées lors des deux enquêtes. Ainsi, pour un produit donné de marque donné, seules ont été retenues les observations qui ont pu être répétées dans un même magasin lors des deux enquêtes. Sur cette base, le tableau suivant donne une idée du nombre de cas :

- d'augmentation
- de diminution
- ou de stabilité des marges (1).

(1) Ces marges calculées entre le prix de vente théorique (prix tarif) et le prix au détail demeurent des marges théoriques - Cf. GHERSI G., ALLAYA M. et M.C. et URBAL G., Opus cité infra.

TABLEAU 102 - EVOLUTION DES MARGES BENEFICIAIRES PENDANT JUILLET 1978 et JANVIER 1979

- NOMBRE DE CAS -

MARQUES	AUGMENTATION	DIMINUTION	STABILITE
FIX-HELLAS Bouteille 550g	1	1	Ø
FIX-HELLAS Conserve 330g	4	1	4
BAVARIA Bouteille 550g	6	2	Ø
BAVARIA Conserve 330g		ECHANTILLON LIMITE	
HENNINGER Bouteille 550g	9	4	11
HENNINGER Conserve 330g	7	1	15

Sur 66 observations on compte : - 27 cas d'augmentation
 - 9 cas de diminution et
 - 30 cas de stabilité.

Si l'on se réfère au tableau N° 101 on observe le fait qu'en moyenne les marges évaluées entre 7 et 10% en Juillet 1978 passent de 10 à 11 % en Janvier 1979 (FIX-HELLAS Bouteille non incluse).

Pour le cas de la bière HENNINGER, produit pour lequel on dispose davantage d'observations, on constate une augmentation quasi-générale des marges, de l'ordre de 4 % comme en témoigne le tableau suivant.

TABLEAU 103 - EVOLUTION DES MARGES COMMERCIALES DANS UN ECHANTILLON REDUIT POUR LA BIERE HENNINGER BOUTEILLE 550 g et CONSERVE 330 g

1/ HENNINGER BOUTEILLE 550 g

CODE DU MAGASIN	JUILLET 1978	MUP JANVIER 1979	Δ MUP
01	10,8	12,8	+ 2,2
03	12,8	16,6	+ 3,8
05	5,3	9,1	+ 3,8
07	15,1	18,8	+ 3,7
10	- 24,7	12,1	+ 36,8
16	5,3	9,1	+ 3,8
19	5,3	9,1	+ 3,8
27	0,07	5,3	+ 5,23

2/ HENNINGER CONSERVE 330 g

03	8,4	15,2	+ 6,8
05	1,6	5,7	+ 4,1
09	11,8	14,5	+ 9,8
10	7,7	14,5	+ 9,8
12	11,1	13,8	+ 2,7

- Une stratégie de marge assez variable selon le magasin et la marque

Il existe une assez grande hétérogénéité du niveau des marges selon la marque et le magasin enquêté. L'étude, marque par marque, du lien qu'il pourrait y avoir entre l'importance de la marge et la taille du magasin ne conduit pas à des conclusions bien nettes. Cependant l'établissement d'un tableau croisé entre les marges (1) toutes bières confondues laisse apparaître une certaine triangulation :

TABLEAU 104 - ANALYSE GLOBALE DES MARGES BENEFICIAIRES EN FONCTION DE LA TAILLE DES MAGASINS

	≤ 0	0,1-5	5,1-10	10,1-15	> 15	%
Mini libre-services			1 10%	3 30%	6 60%	10 100%
Supérettes			7 20,5%	19 55,8%	8 23,5%	34 100%
Supermarchés	4 5,7%	1 1,4	43 37,5%	20 29%	1 1,4%	69 100%
Hypermarchés		4 23,5%	6 35,2%	7 41,2%		17 100%

Quelques observations peuvent être faites à propos de ce tableau :

- Tout d'abord il convient de rappeler que les marges commerciales présentées ici sont des marges fictives, puisque le prix de la bière livrée chez le détaillant varie dans une certaine fourchette en fonction des quantités et des modes de paiement. Ceci laisse supposer que les grands magasins ou que les détaillants liés à des groupements d'achat dynamiques doivent pouvoir pratiquer des marges plus importantes.

- Sur cette base on observe une certaine influence de la taille des magasins sur le niveau des marges. Ainsi :

. les hypermarchés enquêtés pratiquent des marges plus réduites entre 0 et 15 % et dans 59 % des cas inférieures à 10 %

. les supermarchés semblent avoir des marges plus réduites, dans 70 % des cas inférieures à 10 %

(1) Le calcul de ce tableau a été fait en M.U.P. (Mark up exprimé en pourcentage).

. par contre les surfaces de vente de taille plus réduite prélèvent des marges plus importantes. Ainsi sur dix observations en mini libre-service, 9 correspondaient à des marges supérieures à 10 % et parmi elles 6 à des marges supérieures à 15 %, ce qui semble en deça des limites autorisées par la loi.

. On peut également constater dans ce tableau que le nombre de marges supérieures à 15 % correspond à 15 observations sur 130, soit plus de 10 %. Ces magasins achètent sans doute aux prix les plus chers étant donné leur taille réduite et le volume de leurs ventes sans doute moins élevé. Il est également possible qu'un grossiste intervienne dans le circuit ou qu'enfin ces derniers pratiquent des marges supérieures à ce qui est autorisé par la loi.

. On note enfin un comportement relativement hétérogène en ce qui concerne l'importance des marges, et le lien demeure ténu entre taille et marges.

4.2. LES PECHES

4.2.1. La production agricole

C'est vers le début des années 60 que commence à s'organiser et à se développer la production de pêches en Grèce. Entre les années 1960 et 1975, la surface du verger augmente de près de 40 % et la production est multipliée par 4. Cette évolution s'accompagne d'une concentration géographique de la production dans le Nord du pays et plus spécifiquement dans les départements d'Imathias, de Pellis et de Pierias, qui assurent à eux seuls 80 % de la production des pêches grecques. Aujourd'hui on peut estimer que la production de pêches représente les 10 % du volume total de la production de fruits et contribue pour 45 % aux exportations fruitières.

Structure variétale

On doit distinguer trois groupes principaux de produits :

- Les pêches de table qui représentent 90 % de la production totale des pêches. Bien qu'il existe au moins 30 variétés de pêches de table, tous les efforts des dernières années dans le domaine ont consisté en une réorientation du verger vers des variétés précoces.
- Les nectarines de culture récente, connaissent une progression spectaculaire. Introduit en 1973, il semble que ce fruit connaisse une progression très rapide dans l'avenir.
- Les pâviés : ces variétés sont uniquement destinées à la transformation. Introduites vers l'année 1965, elles ont connu un fort développement après 1970. C'est aujourd'hui une culture en pleine expansion, très concentrée, réalisée sur des exploitations modernes, très mécanisées et fortement spécialisées. La production de pêches pavié représente 10 % du volume total de pêche.

Le tableau 1 situé en Annexe au point 4.2. donne une idée de l'évolution de la production de ces différents groupes de pêches.

Caractéristique des exploitations

On dispose de peu d'informations récentes sur la taille des exploitations productrices de pêches. Selon une étude plus récente de la Banque Agricole de Grèce, on constate qu'en 1973, la taille des exploitations demeurait assez modeste puisque :

- 66 % des exploitations avaient une superficie de verger de 1 à 10 stremmas (0,1 à 1 ha) ;

- 27 % cultivaient 10 à 20 stremmas de pêchers (1 à 2 ha) ;
- 6 % employaient de 20 à 50 stremmas (2 à 5 ha) ;
- 1 % employaient plus de 50 stremmas de pêchers (soit plus de 5 ha).

Pour plus de détails sur la structure des vergers se référer au tableau à la fin du point 4.2.

L'expansion de la production s'est accompagnée d'une importante politique de mécanisation des entreprises et d'une intensification de l'utilisation des produits chimiques (engrais et produits phyto-sanitaires). De tels efforts ont entraîné une spécialisation des producteurs.

Les formes d'organisation de la production

Il existe peu d'expériences d'association entre agriculteurs au niveau de la production. Certaines d'entre elles doivent cependant être signalées.

Les GAEC tout d'abord (ou groupements agricoles d'exploitation en commun), correspondent à un groupement d'agriculteurs en vue d'une exploitation en commun d'une partie de leur exploitation (GAEC partiel) ou de la totalité (GAEC total). On peut citer les expériences suivantes :

- Dans le département de KILKIS en 1869, un GAEC est créé regroupant 108 producteurs sur une surface de 1930 stremmas. La production est orientée vers les pêches de table.

- Dans le département de PIERIAS (dans la région de Colindros) est créé en 1973 un GAEC qui regroupe 100 producteurs sur une surface de 1100 stremmas (44 % de la surface totale cultivée dans cette région). En 1976, le nombre d'adhérents passe à 580. En 1977, ce GAEC change de statut et adopte celui d'une société agricole anonyme. Il s'est doté aujourd'hui d'une industrie de transformation des pêches.

- Dans le même département, dans la région de St. Jean, en 1974 un GAEC a commencé à fonctionner avec 57 producteurs spécialisés dans la culture des paviés sur une surface de l'ordre de 700 stremmas.

Les coopératives ensuite, demeurant essentiellement localisées en amont et en aval de la production agricole. Elles jouent en quelque sorte le rôle d'intermédiaire entre la

Banque agricole et les agriculteurs. Leur forme est la plupart du temps mixte puisque, outre les crédits qu'elles allouent avec l'accord de la banque agricole, elles assurent également l'approvisionnement en engrais, produits phytosanitaires et matériels divers, elles prennent en charge les tâches de commercialisation pour le compte de leurs adhérents au travers des unions de coopératives. Dans un nombre de cas plus limité elles sont à l'origine de l'utilisateur en commun du matériel agricole. Ces différentes structures créées avec l'appui de l'Etat sont actuellement sous la tutelle de la Banque Agricole.

4.2.2. La filière des pêches en frais

LA CONSOMMATION NATIONALE

Jusqu'en 1960, la part de la production destinées à la consommation à l'état frais sur le marché national représentait environ 80 %. Après cette période, les quantités consommées ont continué d'augmenter à un rythme annuel moyen de 3,7 %. Malgré cette croissance en 1975-76, la consommation en frais ne représentait que 35 à 40 % de la production.

La deuxième caractéristique de cette consommation est son caractère saisonnier, avec une pointe de consommation entre la période qui va de la mi-Juillet à la mi-Août.

LE COMMERCE EXTERIEUR

Les pêches sont aujourd'hui un des principaux produits agricoles exportés. Leur part dans la valeur des exportations est passée de 4,3 % en 1970 à 11,2 % en 1975. C'est en 1954 que les pêches grecques sont apparues pour la première fois sur le marché international, depuis cette date le volume des exportations a crû à un rythme soutenu de 12 % chaque année. Et aujourd'hui, la part destinée au marché extérieur est de 40 % de la production nationale.

Tableau 105 - L'EVOLUTION DES EXPORTATIONS DE PECHEES A L'ETAT FRAIS ET LEUR IMPORTANCE RELATIVE DANS LA PRODUCTION

Année	(1)	(2)	%	(1)	(2)	%
	Production en tonnes	Exportations en tonnes		Production en valeur	Exportations en valeur	
1966	136 850	46 536	34 %	358 547	119 490	33,3 %
1968	173 744	62 288	30 %	277 990	136 260	49 %
1970	174 950	67 343	38,5 %	495 108	342 700	69,2 %
1971	207 454	58 302	30 %	726 089	29 900	42 %
1972	238 150	86 034	36 %	728 739	427 100	58 %
1973	267 701	83 405	31 %	1 392 045	792 400	57 %
1974	250 000	97 538	40 %	1 025 000	1 113 800	108 %
1975	301 000	166 168	55 %	1 926 400	2 239 300	116 %

Source : Banque Agricole

Valeur en mille drs.

Valeur des exportations : chiffres approximatifs.

Dans le calcul des exportations (en volume et en valeur) il faut ajouter aussi les exportations en pêches transformées dont les 85 % à 90 % de la production sont exportées.

La structure géographique des exportations

65 à 70 % des exportations sont destinées aux pays de la CEE et principalement à l'Allemagne. L'existence d'une franchise totale sous réserve de respecter le prix de référence, a constitué un effet attractif et a contribué à développer les exportations vers le Marché Commun. Ces exportations demeurent très concentrées vers la République Fédérale d'Allemagne pour diverses raisons : proximité du marché, grande rotation des produits, attractivité du deutch mark en tant que devise, relations privilégiées établies entre les agents grecs et allemands de la filière.

LE DEVELOPPEMENT DE LA NORMALISATION

Les efforts de normalisation ont été assez inégaux au cours des années. Cette politique varie avec la destination du produit :

- Sur le marché national, malgré une loi de 1955 rendant la normalisation des pêches obligatoire, de tels efforts n'ont guère connu de succès. Cependant dans le cadre de l'harmonisation des politiques agricoles entre la Grèce et les pays de la Communauté Economique Européenne, un certain nombre de lois sont actuellement mises en place (articles 404 et 405 des lois qui régissent le commerce des produits) en vue de renforcer la normalisation.

- Par contre les pêches destinées à l'exportation subissent depuis de nombreuses années une normalisation obligatoire et fortement contrôlée par les fonctionnaires du Ministère de l'Agriculture.

Il existe actuellement en Grèce dans les environs de 90 stations de normalisation développant une capacité d'environ 740 tonnes/heure et près de 40 stations de stockage offrant 600 000 m³ de chambres froides. Ces unités sont en général localisées dans les zones de production.

Tableau 106 - EVOLUTION DES STATIONS DE NORMALISATION PENDANT 1974 et 1976

Département	1 9 7 4			1 9 7 6		
	Nombre d'unités (1)	Capacité t/8h (2)	(2)/(1)	Nombre d'unités (1)	Capacité t/8h (1)	(2)/(1)
Imathias	23	1 680	73,0	48	3 137	65,0
Pellis	24	1 400	58,3	31	2 330	75,0
Pierias	4	120	30,0	4	195	49,0
Larissas	1	100	100,0	2	180	90,0
Total	52	3 300	-	85	5 842	-

Source : Ministère de l'Agriculture.

Depuis 1973, on assiste à une forte modernisation des entreprises de normalisation : les nouveaux équipements automatiques assurant le triage, le brossage et l'emballage remplaçant peu à peu le travail manuel (tout cet équipement qui représente des investissements très importants est importé). Selon les données de la Banque Agricole de Grèce, 45 % à 50 % des stations de normalisation peuvent être classées dans la catégorie des entreprises de grande ou de très grande taille (1).

La structure des coûts de normalisation s'établit de la façon suivante en 1976 :

	Drs	%
- Salaires	0,73	25 %
- Plateau	1,33	46 %
- Etiquette et papier	0,34	12 %
- Stockage en chambre froide	0,5	17 %
	<hr/>	<hr/>
	2,30 drs	100 %

(1) Le Ministère de l'Agriculture propose la classification suivante :

- par unité de normalisation de petite taille, il entend les unités d'une capacité de 50 tonnes/8 heures, avec une chaîne de normalisation automatique ;

- dans le groupe dit de taille moyenne il regroupe les unités dont la capacité se situe entre 80 et 100 tonnes/8 heures, avec une ou deux chaînes de normalisation, d'une chambre de pré-réfrigération (stockage) d'un volume de 3 000 m³ (soit 150 à 200 tonnes) et d'un accès au réseau ferroviaire ;

- par unité de grande taille, il entend celles dont la capacité dépasse les 100 tonnes/8 heures avec deux chaînes au minimum de normalisation des chambres de stockage d'un volume de 6000 m³, d'une unité de production de glace d'une capacité de 25 tonnes par jour et d'un accès au réseau ferroviaire ;

- enfin les unités de très grande taille sont celles dont la capacité dépasse les 150 tonnes/8 heures, avec deux chaînes de normalisation, des chambres de stockage de 30 000 m³, d'une unité de production de glace de 40 à 140 tonnes/jour et d'un ou deux accès au réseau ferroviaire permettant de charger simultanément 10 à 15 wagons.

LES SYSTEMES DE COMMERCIALISATION

Les systèmes de commercialisation varient sensiblement avec la destination des produits. On doit aussi distinguer :

- le système interne qui se rapporte à la mise en marché des pêches sur le marché national ;
- le système externe qui concerne la commercialisation du produit sur les marchés extérieurs.

La filière interne

En partant de la production on peut identifier un certain nombre de marchés :

- les marchés de production caractérisés par la présence des producteurs en tant que vendeurs. Ces marchés donnent en général lieu à des circuits directs (ventes au bord des routes, ou sur des marchés locaux) ou à des circuits courts (vente à des grossistes). Cette vente aux grossistes soit par contrat avec en général l'achat de la production sur pieds, soit au fur et à mesure de la récolte ;

- les marchés de gros: jusqu'au mois de Juillet 1978, il était obligatoire, selon la législation grecque, de concentrer la production de fruits et légumes dans les deux halles existantes avant de la ventiler sur les marchés urbains. Ces deux halles sont :

- . celle d'Athènes (30,5 ha, 500 boxes, 707 grossistes dont environ 10 coopératives) ;
- . celle de Salonique qui abrite 310 grossistes.

Sur ces deux marchés les grossistes opèrent soit pour leur propre compte (20 %) soit comme mandataires pour le compte des agriculteurs eux-mêmes (80 %). Leurs clients sont des détaillants indépendants, des supermarchés, ou des collectivités. Ces grossistes en fruits et légumes (au nombre d'environ 1 800 sur l'ensemble du territoire grec) constituent un tissu d'entreprises à caractère familial, de petite taille et jouissant d'un certain nombre de privilèges de la part de l'Etat :

- . leur métier est protégé (profession fermée) et ce privilège a un caractère héréditaire
- . la location des boxes à l'Etat est symbolique
- . toute la commercialisation au niveau du gros devant transiter par les halles, passe obligatoirement dans leurs mains.

En 1977, on a évalué que le chiffre d'affaires réalisé dans les halles d'Athènes et de Salonique atteignait 21 millions de drachmes pour 650 000 tonnes.

En Juillet 1978, afin de moderniser ce système commercial, les pouvoirs publics suppriment le passage obligé dans les halles et donnent la possibilité aux agriculteurs de commercialiser directement leur production. Dans ses grandes lignes, la nouvelle législation est la suivante :

- suppression du monopole dont les grossistes jouissaient ;
- création dans un proche avenir de marchés d'intérêt nationaux (MIN) ;
- possibilité accordée aux agriculteurs d'établir des liens directs avec les détaillants.

Enfin les coopératives agricoles peuvent commercialiser non seulement la production de leurs adhérents mais également celle d'autres agriculteurs si ces derniers le désirent.

- Les marchés de détail, malgré les mutations enregistrées dans l'appareil de distribution, les marchés préservent leur caractère traditionnel et familial. Les détaillants demeurent dans leur grande majorité des entrepreneurs possédant un petit magasin de fruits et légumes ou une épicerie. Leur nombre est très élevé. Pour la seule région d'Athènes on a recensé 9 000 détaillants en fruits et légumes dont la structure est la suivante :

- . 2 500 magasins de fruits et légumes
- . 1 500 épiceries avec rayon fruits et légumes
- . 1 500 marchands ambulants
- . 3 500 détaillants dans les marchés hebdomadaires

ce qui donne pour la seule région d'Athènes un détaillant pour 300 habitants ou pour 75 familles.

La filière d'exportation

Le système de commercialisation externe donne lieu à des circuits à la fois traditionnels et intégrés.

Au niveau du marché de production, l'agriculteur se met en général en contact avec un grossiste qui assure à la fois la normalisation et qui assure l'exportation (grossiste-exportateur). Ces relations sont directes sauf dans les cas très rares où l'agriculteur passe par un intermédiaire (courtier). La vente est réalisée à partir d'un contrat de fourniture où sont fixées les variétés que l'agriculteur doit fournir, leur qualité, le prix d'achat, et le mode de livraison.

Le nombre de grossistes expéditeurs est évalué à environ 100 à 130. Ils sont installés sur les lieux de production et travaillent également la cerise, l'abricot et dans une moindre mesure la pêche. Leur taille est très variable puisqu'on rencontre des entreprises qui commercialisent 1 500 tonnes dans la saison et d'autres qui traitent 600 tonnes par jour.

En ce qui concerne le secteur coopératif, les mécanismes de vente sont à peu près les mêmes. Leur place dans le commerce d'exportation des fruits et légumes est très importante puisque actuellement 5 coopératives (4 usines et une coopérative de troisième degré) commercialisent 40 à 45 % des quantités de pêches fraîches exportées.

Les importations quant à elles peuvent s'effectuer de trois façons :

- soit directement par des centrales d'achat situées en Allemagne ou à l'étranger ;
- soit indirectement par l'intermédiaire d'importateurs grossistes spécialisés ou non ;
- soit par l'intermédiaire de courtiers.

Au niveau du détail, l'évolution de l'appareil de distribution alimentaire dans les pays importateurs et plus particulièrement en RFA, tend à raccourcir les circuits. En matière de pêches, on observe les tendances suivantes :

- Les coopératives de consommation (notamment COOP SA) et les coopératives de détaillants (comme EDEKA ou RERVE) ainsi qu'un certain nombre de succursalistes, s'approvisionnent directement par l'intermédiaire de leurs propres filiales qui possèdent leur comptoir, soit en RFA soit en Grèce directement. Le rôle de ces "filiales" est d'importer et de commercialiser en gros les produits dans les meilleures conditions.

- Le reste des entreprises continue à suivre la voie traditionnelle grâce à des importateurs-grossistes.

Cette concentration du gros dans les circuits d'importation n'est pas sans poser de problème aux producteurs grecs.

LA FORMATION DES PRIX

La filière interne

Sur le marché intérieur les écarts entre le prix que l'agriculture reçoit et le prix final demeurent très élevés. On estime que le producteur reçoit moins de 40 % du prix final, le reste étant réparti entre les différents négociants. Les marges commerciales légales sont :

- pour le grossiste : 10 %
- pour les détaillants : 30 %
- et pour les différents intermédiaires de 5 à 10 %.

Cependant la réalité est différente. Souvent entre le prix payé au producteur et celui payé par le consommateur, l'écart est beaucoup plus grand que les marges autorisées. La composition du coût de commercialisation que supportent les grossistes, ne justifie pas ces écarts élevés. On constate d'autre part de grosses variations de prix régionales. Ainsi une étude faite en 1973/74 sur la commercialisation de fruits et légumes met en évidence le fait que les prix de gros diffèrent entre les Halles d'Athènes et celles de Salonique de 30 % à 35 %. Des écarts importants apparaissent aussi d'une agglomération à l'autre au niveau des prix de détail. Si l'on prend en compte les frais de transport, les écarts des prix continus qui se présentent au niveau local et dépassent souvent 10 % ne peuvent pas être justifiés. Ils traduisent simplement le mauvais fonctionnement du système de commercialisation de fruits et légumes (et notamment des pêches en Grèce). Cette situation s'explique par le fait qu'il n'existe pas d'organisation du marché au niveau national, mais plusieurs marchés locaux pour lesquels la différence de prix n'est rien d'autre que le reflet de l'hétérogénéité de leurs structures et des rapports de forces existants.

Le tableau suivant présente l'hétérogénéité des prix à différents niveaux (production, gros et exportation) et leur évolution

Tableau 107 - STRUCTURE ET EVOLUTION DES PRIX DES GRANDES CATEGORIES DE PECHEES

CATEGORIE - ANNEE PRIX	1973			1974			1975		
	A et AA	B	C et D	A et AA	B	C et D	A et AA	B	C et D
JUN									
Prix payés au producteur	9,80	8,49	6,53	5,10	4,42	3,40	10,85	9,40	7,23
Prix à l'exportation	11,18	9,69	7,45	4,58	3,97	3,05	16,02	13,88	10,68
Prix aux halles d'Athènes	10,4	6,5	-	70,0	3,5	-	8,8	3,4	-
JUILLET									
Prix payés au producteur	5,57	4,64	3,71	4,52	3,77	3,02	8,45	7,04	5,63
Prix à l'exportation	6,70	5,58	4,46	4,78	3,98	3,18	10,62	8,85	7,08
Prix aux halles d'Athènes	5,70	2,30	-	7,0	3,6	-	5,6	2,8	-
AOÛT									
Prix payés au producteur	6,94	5,78	4,62	5,71	4,76	3,81	7,57	6,31	5,05
Prix à l'exportation	7,56	6,30	5,04	4,49	3,74	2,99	8,2	6,83	5,46
Prix aux halles d'Athènes	8,4	4,4	-	7,7	5,4	-	7,2	3,9	-

Catégorie de pêche	Epaisseur de la chair	Diamètre
AA	23-25 cm	73-80 mm
A	21-23	67-73
B	19-21	61-67
C	17,5-19	56-61
D	16-11,5	51-56

La filière d'exportation

En ce qui concerne la fixation des prix à l'exportation, les mécanismes sont les suivants :

- Au début de la campagne l'Etat fixe un prix minimum d'achat du produit pour l'exportateur. En général ce prix minimum constitue un prix maximum par les importateurs dans la mesure où il est respecté (date tardive de publication des prix minimum alors que les transactions sont déjà faites, rapport de force, etc...).
- En général, les pêches quittent la Grèce avec un prix ouvert qui ne sera fixé qu'à l'arrivée en fonction du marché.
- Peu d'exportateurs ont leurs bureaux sur place et doivent se fier à des intermédiaires importateurs qui agissent pour eux et déduisent du prix obtenu leurs marges et leurs frais.
- Le contrôle des prix se fait par le Ministère de l'Agriculture qui a installé une antenne dans les marchés d'importation.

Sur le marché de Munich, l'évolution des prix des pêches grecques présente, selon la variété, la qualité et la période d'écoulement, de très fortes fluctuations surtout après 1970. Ces deux dernières années, on enregistre une baisse continue des prix malgré l'augmentation des coûts de production et des frais de transport. Cette évolution défavorable peut s'expliquer par la présence sur le marché d'un grand nombre d'exportateurs grecs de dimension économique très hétérogène et peu coordonnés. La véritable "guerre des prix" qui se déroule chaque année diminue leur pouvoir de négociation.

Face à la mauvaise organisation des exportateurs, on observe une concentration des acheteurs qui soit signent des accords de commercialisation avec des entreprises grecques, soit s'installent directement sur les lieux de production.

Pour les exportateurs de tels accords commerciaux constituent le moyen de se dégager d'une politique coûteuse de commercialisation en RFA (création d'un bureau de vente, publicité, etc...). Elle leur donne le moyen d'avoir un partenaire fixe et souvent rentable sur un plan purement économique. Mais de tels accords ne sont pas sans danger, dans la mesure où ils sont assortis d'une série d'exigences du point de vue des produits, de modalités commerciales, où ils limitent les possibilités de diversification de la clientèle (accord d'exclusivité) et où ils expliquent des liaisons financières (prêts, prises de participation), qui freinent grandement l'autonomie des exportateurs.

Le tableau suivant fournit la structure et l'évolution des prix à différents niveaux de la filière d'exportation et indique également les diverses subventions accordées.

TABLEAU 108 : LA FORMATION DES PRIX DANS LA FILIERE "PECHES" EN GRECE

	1971	1972	1973	1974	1975	1976
-Prix pondéré payé aux producteurs de pêches	3,50	3,06	5,26	4,17	6,48	5,50
-Indice de l'évolution des prix payés aux producteurs (1970 = 100) de pêches	123,7	108,1	185,9	147,3	228,9	195,0
-Indice des prix payés aux producteurs de fruits	121,6	137,1	192,8	211,7	220,6	-
-Prix de soutien (a) (1)	-	-	2,0	3,0	5,5	5,5
-Prix de soutien payé par l'exportateur (b)	-	-	1,50-1,00	1,50-1,00	3,70-3,50	3,00-1,50
-Subventions aux exportateurs	-	-	0,50-1,00	1,50-2,00	1,80-2,00	2,50-4,10
-Subventions aux producteurs (c)	-	-	0,50-1,00	1,50-2,00	1,80-2,00	2,50-4,00
-Prix de soutien pour l'achat des pêches par l'industrie	-	2,0	2,0	-	-	-

(1) a = b + c

Source : Ministère de l'Agriculture. Confédération Pan Hellénique des Coopératives Agricoles.

4.2.3. La filière des pêches transformées

Ce n'est qu'après le milieu des années 60 que s'est développée la transformation des pêches. La part des fruits transformés s'est particulièrement renforcée depuis lors pour dépasser aujourd'hui le tiers de la production nationale. Cette augmentation de la transformation trouve sa source dans la crise du marché international des produits frais et l'accroissement de la consommation des pêches transformées. L'introduction des variétés industrielles (pâviés) a facilité le développement de la transformation en assurant son meilleur approvisionnement.

Les produits transformés sont : les oreillons de pêches au sirop (dont la production présente une évolution (moyenne) après 1971 de 17 % par an), le jus de pêche et très récemment la pulpe.

Tableau 109 : L'opération de la transformation des pêches

Année	Quantité de pêches transformées	Pêches au sirop	Jus	Pulpe
1971	34 115	42 500	39	-
1972	48 900	60 900	63	-
1973	59 080	72 200	427	-
1974	38 380	46 500	420	-
1975	43 636	55 900	1 261	-
1976	93 000	101 400	2 837	5 325

Source : Banque Agricole
Ministère de l'Agriculture

Les grandes tendances de l'évolution des industries de transformation des pêches

Il est difficile de définir avec précision le nombre des entreprises qui assurent la transformation des pêches, dans la mesure où, mis à part les ateliers familiaux qui échappent à la statistique, la plupart des industries de transformation de fruits et légumes demeurent polyvalentes. L'analyse de la concentration du secteur de la transformation des fruits et légumes a présenté la situation dans les entreprises leaders (Cf. Partie II). Selon le Ministère de l'Agriculture, il existe 44 unités de transformation de pêches cumulant une capacité de transformation de 175 tonnes/heure pour les pêches au sirop et de 19 tonnes/heure pour les jus. Ces données reprises dans le tableau suivant, mettent en évidence la localisation des entreprises à proximité des zones de production.

Tableau 110 : NOMBRE APPROXIMATIF D'INDUSTRIES DE PRODUCTION DE PECHES AU SIROP ET DES JUS DE PECHES

Département	Industrie de production de pêches au sirop				Industrie de production de jus de pêches			
	Coopératives		Privées		Coopératives		Privées	
	Nombre d'établiss.	Capacité t/8h	Nombre d'établiss.	Capacité t/8h	Nombre d'établiss.	Capacité t/8h	Nombre d'établiss.	Capacité t/8h
Pellas	-	-	10	384	-	-	1	16
Imathias	1	80	4	240	-	-	-	-
Thessalonique	2	80	1	40	2	32	1	16
Arta	-	-	2	64	-	-	1	16
Larissas	1	32	3	112	-	-	-	-
Argolis	-	-	3	104	-	-	1	16
Corinthe	-	-	4	184	-	-	3	32
Achaïas	-	-	1	40	-	-	1	16
Preveza	-	-	-	-	-	-	-	-
Attiki	-	-	1	40	-	-	1	8
Total	4	192	29	1 208	2	32	9	120

Source : Ministère de l'Agriculture - Confédération Panhellénique des coopératives agricoles.

On peut distinguer deux types d'entreprises de transformation des pêches, en fonction de leur taille et de leur degré de spécialisation. D'une part, les entreprises de grande taille, faisant généralement appel à une technologie et à un matériel moderne, et dont la production se présente comme fortement diversifiée. D'autre part, les entreprises de taille plus modeste, qui ne disposent pas de capacité d'investissement et qui sont restées plus spécialisées dans une production de fruits au sirop ou de jus. Si on suit l'évolution du secteur de la transformation de pêches, sur les bases des informations disponibles (ICAP, CFCE, Association des Conserveries), on observe les tendances suivantes :

- tout d'abord la plupart des entreprises n'ont commencé à fonctionner qu'après 1965. Même les conserveries plus anciennes ne sont venues à la transformation des pêches qu'après cette date.

- ensuite, jusqu'à la fin des années 60, cette transformation était assurée par des entreprises de petite taille du type du deuxième groupe.

- ce n'est qu'après 1970 que les grandes entreprises dont la production était jusqu'alors orientée vers la transformation de la tomate et des agrumes se sont intéressées à ce produit. Cette diversification des grandes firmes et le développement de leur activité dans ce domaine s'expliquent par l'élargissement de la demande au niveau international par les pêches au sirop. Ce développement s'est fait soit par création d'entreprises nouvelles (sur les lieux de production) soit en rachetant ou en louant des entreprises déjà existantes.

- la pénétration des capitaux étrangers s'opère après 1965, soit par prise de participation dans une firme nationale, soit par création d'une filiale avec ou sans la participation des capitaux grecs. Les capitaux allemands et anglais dominent, suivis de près par les investissements d'origine américaine. La plupart des firmes ainsi créées sont orientées vers l'exportation puisque plus de 80 % de leur production est destinée aux marchés étrangers.

- les entreprises spécialisées dans la transformation des pêches ayant une participation étrangère ou étant filiales de groupes internationaux sont les suivantes :

- ELBAK GRIECHSCHE KONSERVE INDUSTRIE SA-AG : Société fondée en 1972.

 - Participation majoritaire des capitaux allemands (90 %)

- SIKION : Filiale de la firme GATO-HELLAS : Société fondée en 1970. Participation de capitaux allemands et italiens.

- ICI du groupe PAPPAS : Société fondée autour de 1973. Participation de capitaux américain (60 %), italiens, grecs.
- KONFRUCTA HELLAS : Société fondée en 1969. Participation de capitaux allemands (90 %).
- BUSH HELLAS : Filiale de la BUSH BOAKE ALLEN (RU-USA). Firme fondée en 1967.
- CANADIAN AGENCY : Installée en 1973 à titre expérimental. Elle produit essentiellement des côpeaux de pêches et de pommes (flakes).

Jusqu'ici, en 1976, l'implantation des capitaux étrangers dans la transformation des pêches s'effectue à un rythme assez lent. Ceci s'explique par le fait qu'au cours des années allant de 1973 à 1975, en raison des difficultés en matière d'approvisionnement des usines déjà en place, le gouvernement s'était opposé à tout investissement nouveau. Par contre, lorsqu'en 1976, la mesure contre l'installation de nouvelles firmes est levée, de nouveaux projets apparaissent. Parmi ceux-ci, le projet d'un groupe de firmes italiennes (CPC-SPA, PECOS, SPA, A.ROSSI) qui envisage la construction d'une usine de traitement des pêches, agrumes, abricots.

En 1976, la Société Financière Internationale (SFI) investit 1 150 000 \$ dans une société nouvelle de transformation de fruits et légumes : l'HELLENIC FOOD INDUSTRY. Cet investissement comprendra près d'un million de dollars et une prise de participation de 150 000 \$. Le coût total du projet était évalué à 4 100 000 \$. Dans ce projet ont participé la firme : DEL MONTE, CO OF CALIFORNIA et la BANQUE HELLENIQUE POUR LE DEVELOPPEMENT (ETBA). Le projet, qu'on peut considérer comme un des plus importants réalisés au cours des dernières années dans le secteur agro-alimentaire, couvre à la fois la culture et la transformation des pêches-abricots et tomates. La firme a commencé à fonctionner en 1978. Plus de 80 % de la production est exportée.

Pendant les 4 dernières années, selon les informations disponibles, les firmes qui ont demandé une licence d'importation de capitaux en vue de s'installer en Grèce dans le secteur de la transformation de fruits et légumes sont les suivantes :

- ATTIKI CANNING : Capitaux allemands. Importation de 8 100 000 \$ pour la construction d'une conserverie de pêches au sirop-abricots-poires.
- SCHWEPPE'S HOME LTD & HAMBROS BANK (RU) pour la construction d'une usine de jus d'agrumes pêches-abricots. Importation 600 000 \$.

- SCHODEK (RFA) pour la construction d'une conserverie de pêches-abricots.
Importation : 651 000 \$.
- BARNES INTERNATIONAL TRUST (RU) pour la construction d'une usine de jus concentrés d'agrumes pêches-abricots + brasserie. Importation : 1 050 000 \$.
- REAL TRADE (RFA) pour la construction d'une usine de fruits au sirop.
Importation 250 000 \$.

Un certain nombre d'éléments explique cet attrait des capitaux étrangers dans ce secteur des IAA grecques :

- tout d'abord le marché international des pêches transformées présente une demande dynamique, reflet du développement de la distribution moderne et de l'évolution continue du modèle de consommation.

- la future adhésion de la Grèce à la CEE constitue un pôle d'attraction surtout pour les entreprises américaines qui désirent accéder à ce marché.

- les Pays Arabes et les pays du Moyen-Orient commencent à présenter dès les années 1970 une demande accrue en matière de fruits et légumes transformés (surtout jus concentrés). Dans ce contexte, l'installation d'une firme étrangère en Grèce offre également l'accès à ces marchés nouveaux et en pleine expansion.

A côté des incitations offertes par l'évolution des marchés internationaux, il convient de placer les avantages offerts par le gouvernement grec. La législation grecque en matière de code d'investissement des capitaux étrangers offre des conditions d'accueil très favorables. Le développement de la production, la faiblesse des coûts de production par rapport à ceux de l'Europe Occidentale et de l'Amérique du Nord, l'existence d'un marché national en pleine évolution sont autant de nouvelles conditions favorables aux investisseurs étrangers.

Dans la plupart des entreprises, les équipements utilisés se caractérisent par un niveau technologique élevé, comparable aux industries européennes. Cependant, le caractère saisonnier (90 jours de campagne par an) pose de graves problèmes économiques et conduit à une sous-utilisation de la capacité de transformation de l'ordre de 70 %.

La quasi totalité des équipements sont d'origine étrangère : ALFA LAVAL (Suède), RODA COSTRUZIONI MECCANICHE SPA (Italie), IRAL (France), HERBORT (RFA), PKC (RFA), NEFF (RFA), FOOD MACHINERY CORPORATION (USA) et sa filiale européenne IMC-FOOD constituent les principaux fournisseurs d'équipement aux IAA grecques.

Si la pénétration des capitaux étrangers s'effectue à un rythme lent au niveau de la transformation, le secteur d'approvisionnement en boîtes de fer blanc est monopolisé par trois filiales des grandes firmes multinationales :

- HELLAS CAN CONTAINER : Fondée en 1965. Participation de capitaux anglais (METAL BOX CO), américains (CONTINENTAL USA) et français (CARNAND-BASSE DA).
- NATIONAL CAN HELLAS : Fondée en 1969. Filiale de la firme américaine National Can.Overseas Co.
- ELSA HELLAS CANNING : Ancienne firme grecque, rachetée par l'AMERICAN CAN vers la fin des années 60.

Ces firmes ont réalisé des investissements très importants en Grèce et actuellement les deux premières sont placées parmi les 100 premières firmes industrielles grecques. Leurs activités ne consistent pas seulement en l'approvisionnement de la quasi-totalité des conserveries grecques en boîtes de fer blanc . Ils font des exportations très importantes de boîtes avec les Pays Arabes, la Turquie, les pays de l'est (Bulgarie, Roumanie)... Ces dernières années, ces firmes semblent s'intéresser à des projets de création des conserveries pour la transformation de fruits et légumes.

D'une façon générale, l'industrie de la transformation des pêches souffre d'un excès de variétés à double fin, car les variétés industrielles (pâviés) ont été plantées récemment et ne peuvent pas encore satisfaire l'ensemble des besoins industriels.

LA STRUCTURE DES COUTS DE TRANSFORMATION

On dispose de peu d'informations sur la structure des coûts de production. Deux études cependant fournissent un certain nombre d'indications permettant d'évaluer la composition et l'évolution de ces coûts. Les tableaux suivants reprennent ces informations.

Tableau N°111 : LA STRUCTURE DU COUT DE PRODUCTION D'UN CARTON
(24 boîtes x 1/2 kg) de pêches au sirop (qualité A₂)

	1974		1975		1976	
Matières premières (1)	85	30,4 %	95	29,6 %	81,0	24,8 %
Main d'oeuvre	18	6,4 %	22	6,8 %	35,0	10,7 %
Boîte en fer blanc	85,0	30,4 %	92,0	28,7 %	102,0	31,2 %
Sucre	26,0	9,3 %	39,0	12,1 %	25,0	7,6 %
Etiquetage	3,5	1,2 %	4,0	1,2 %	4,5	1,3 %
Carton	8,0	2,8 %	9,5	2,9 %	9,5	2,9 %
		<u>80,5 %</u>		<u>81,3 %</u>		<u>78,5 %</u>
Soude	1,0		1,0		1,0	
Fuel	3,5		3,5		3,5	
Electricité + eau	1,5		1,5		1,5	
Frais de réfrigération	3,5		3,5		4,0	
Frais de transport	4,0		4,0		5,0	
Frais de livraison (FOB)	6,5		7,5		8,5	
Pertes	1,5		1,5		1,5	
Charges fixes (salaires-amort.-entretien des bât. et machines)	25,0	8,9 %	29,0	9 %	36,0	11 %
Autres charges (taux d'int.)	7,0		8,0		8,0	
Total	279,0	100 %	320,0	100 %	326,0	100 %

(1) Frais de transport de la firme à l'usine inclus.

Source : Ministère de l'Agriculture

Tableau N°112 : LA COMPOSITION DU COUT DE PRODUCTION D'UNE CONSERVE (1/1)
 DE PECHES AU SIROP (single processing) en 1976/77
 (qualité non définie)

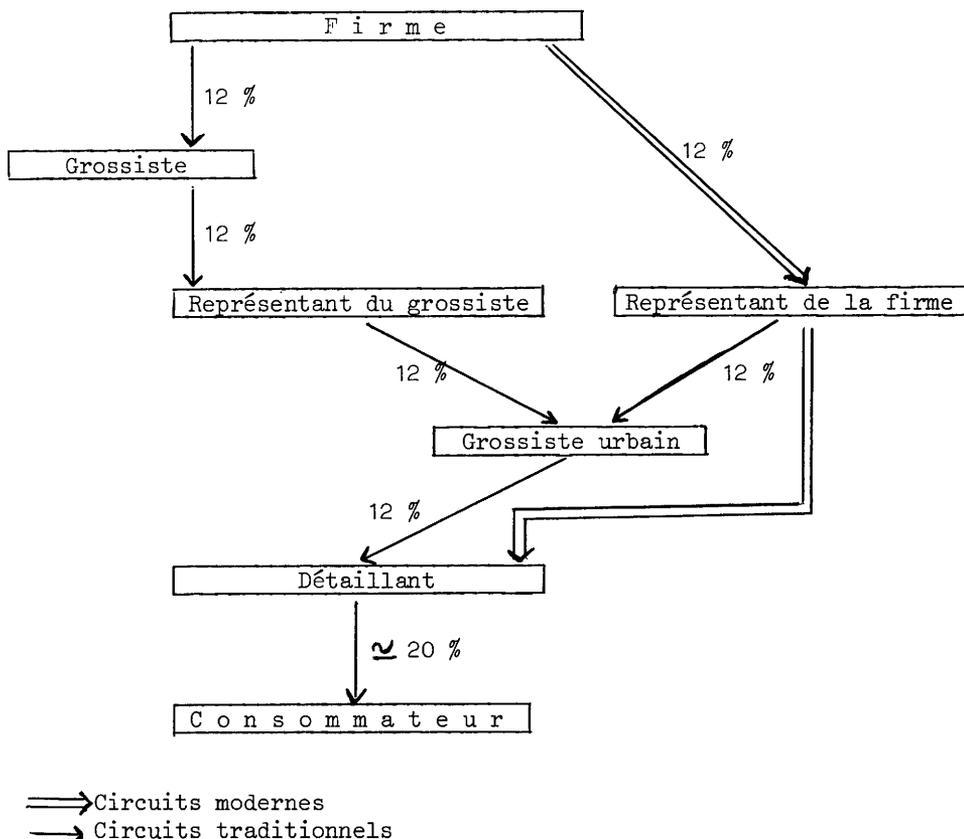
	drs/unité		
Matières premières	4,4	} 28,8 %	}
Frais de transp.de l'exploit. à l'usine	0,16		
Additives	1,30		75,1 %
Electricité	0,03		
Fuel + eau	0,23		
Boîte en fer blanc	4,92	(31,1 %)	} 46,3 %
Carton	0,52	(3,2 %)	
Autres matériels d'emballage	0,01	(0,06)	
Main d'oeuvre person.ingénieurs	1,91	(12,0 %)	
Personnel-ingénieurs	0,30		
Entretien et réparations	0,18		
Autres charges	1,39		
Total coût de production	15,35		
Personnel administratif	0,24		
Autres charges d'administ.	0,20		
Total charges d'administ.	0,44		
COUT TOTAL	15,79		

Banque Hellénique pour le Développement (ETBA)

LA MISE EN MARCHE DES PECHES TRANSFORMEES

Le marché intérieur

La commercialisation des pêches transformées sur le marché national demeure très traditionnelle. Elle se caractérise, comme le démontre le schéma suivant, par un grand nombre d'intermédiaires dans les circuits traditionnels. Dans la distribution moderne ce sont par contre les circuits courts qui dominent.



Dans les circuits traditionnels chaque entreprise de transformation signe un contrat avec un grossiste qui assure la mise en marche de sa production, souvent par l'entremise de ses propres représentants.

Ces dernières années, on observe une tendance au raccourcissement de certains circuits avec le développement de phénomènes d'intégration verticale souvent à l'initiative de certaines entreprises de détail alimentaire qui créent leurs propres

filiales chargées de la commercialisation de certains produits alimentaires. Cette transformation des circuits de distribution a déjà été abordée dans la partie III. On peut citer à titre d'exemple, le cas de l'entreprise de distribution ALPHA BETA qui a créé sa propre filiale de commerce de gros ATALANTI qui a signé avec la coopérative de transformation agro-alimentaire OMOSPONDIA un accord la chargeant de la commercialisation de ses produits dans la région d'Athènes.

L'Etat n'intervient pas dans la fixation des marges commerciales et le schéma précédent donne une certaine idée des marges pratiquées par les différents agents de la filière, et du cumul qui peut être réalisé dans le cas des circuits courts.

Le marché extérieur

Les exportations de pêches transformées sont assurées par les firmes elles-mêmes en signant le plus souvent un contrat avec un importateur qui assure la commercialisation des produits à un pays donné. Dans le cas des pêches transformées il est très fréquent que les entreprises de transformation grecques signent avec une entreprise de transformation ou de distribution étrangère un accord commercial par lequel cette dernière reconditionne sur place les produits expédiés en grand boîtage. L'entreprise étrangère commercialisant le produit sous sa propre marque.

A titre d'exemple, on peut citer les cas suivants :

- à partir de 1968, HEINZ commercialise une partie de la production de la firme grecque KYKNOS

- LIBBY'S fait confectionner sous sa marque la production de la firme EVEP.

- la filiale allemande du groupe japonais MITSUI fait confectionner sous sa marque SUMMER FRUIT et GOLDEN STRFAM

- l'ICI du groupe PAPPA'S depuis 1970 a réservé sous sa marque une partie de la production de VERMION-NAOYSSA.

- DEL MONTE a réservé aussi, sous sa marque, une partie de la production de la firme VEPOL.

- UNILEVER fait confectionner sous sa marque la production de la firme PELARGOS.

- BEAUMONT assure sous sa marque la diffusion en France de la production de la firme KYKNOS.

Mis à part ces exemples (il en existe beaucoup d'autres) on assiste à un mouvement de la part des firmes grecques de travailler comme sous-traitantes des grandes entreprises de distribution allemandes (COOP-EDEKA-REWE...) ou des grandes entreprises de transformation (ST MAMMET-DOLIS, etc...).

Tableau N°113 : LES IMPORTATIONS DE LA CEE EN PECHES TRANSFORMEES

	1972	1973	1974	1975	1976
Pêches au sirop	109 910	110 770	150 000	112 600	
Pêches à l'eau	6 260	-	8 000	12 000	
Mélange pêches et abricots au sirop	-	-	-	87 400	

Source : Ministère de l'Agriculture

Les exportations de conserves de pêches se sont développées très rapidement après 1970. Selon le CFCE "on peut estimer que les exportations de poires au sirop sont plus négligeables que celles d'abricots et représentent les 10 % des exportations de fruits au sirop. La pêche est donc le principal fruit en conserve exporté par la Grèce".

La grande majorité de ces exportations (92 %) sont destinées à la CEE et dans une proportion de 85 % à la RFA. La place des exportations grecques au sein des pays du Marché Commun s'améliore constamment au détriment de celle des Etats-Unis, de l'Australie et de l'Afrique du Sud. Cependant, ces deux dernières années, les conserves grecques rencontrent des difficultés d'écoulement sur le marché européen face à une forte concurrence exercée par les firmes américaines.

Tableau N°114 : COMPOSITION GEOGRAPHIQUE DES IMPORTATIONS (en %) de la CEE

	1974	1975
Grèce	16	23
Italie	11	18
Afrique du Sud	34	32
Australie	16	8
USA	8	4
Autres	23	15
Total	100	100

Source : Ministère de l'Agriculture

4.2.4. La politique de l'état

L'état intervient pour la première fois dans la filière après l'accord d'association entre la Grèce et la CEE, c'est-à-dire en 1962.

Grâce aux nouvelles conditions créées par cette association (surtout au niveau des tarifs douaniers) les autorités grecques cherchent à valoriser au mieux la production grâce aux exportations. Leur objectif était alors de promouvoir une filière dynamique qui, à travers les exportations, puisse participer à la diminution du déficit de la balance des paiements créée par la croissance globale et industrielle.

C'est en 1962 que l'état applique la loi 4035/61 favorisant l'augmentation et la modernisation de la culture des pêches, et prévoyant une série d'aides financières destinées aux agriculteurs qui participent au programme de réorientation et modernisation de la culture des pêches :

- la Banque Agricole accorde des crédits à long terme aux producteurs de pêches pour toutes les dépenses concernant la plantation d'un verger de plein champ, le remplacement d'autres cultures par celle des pêches de table, l'achat du matériel agricole nécessaire à la culture, etc... En plus de ces prêts, la Banque Agricole octroie des crédits à court terme aux producteurs de pêches pour l'achat des matières premières (arbustes, pesticides, engrais) et pour toutes les dépenses courantes concernant la culture.

- l'état subventionne jusqu'à 50 % le taux d'intérêt de ces prêts.

- il subventionne aussi l'achat d'arbustes, pesticides et engrais jusqu'à 50 % de leur valeur marchande, et l'achat du matériel agricole (pulvérisateurs, tracteurs, pompes, etc...) jusqu'à 25 %.

- il prévoit aussi l'accord d'une prime à tous les agriculteurs qui s'intéressent à l'utilisation de nouvelles méthodes de culture de pêches et à ceux qui remplacent leur ancienne culture par celle de pêches ou réorientent la production vers des variétés nouvelles.

A travers cette loi, l'état tente de favoriser une organisation rationnelle de la production avec forte mécanisation, l'intensification de la culture et l'introduction de nouvelles méthodes de culture analogues à celles qui existent dans les pays concurrents. Il entend favoriser la réorientation de la culture vers des variétés nouvelles qui permettront un échelonnement permanent du calendrier de production et l'élargissement de la période des exportations.

Tableau N°115: Evolution du prix d'achat des engrais chimiques par la Banque Agricole et du prix de vente aux producteurs

Année	Engrais azotés		Phosphate		Potasse sulfurique		Engrais chimiques	
	Prix d'achat par tonnes	Prix de vente par tonnes	Prix d'achat par tonnes	Prix de vente par tonnes	Prix d'achat par tonnes	Prix de vente par tonnes	Prix d'achat par tonnes	Prix de vente par tonnes
1962	2 117	2 100	1 110	900	1 991	1 700	5 218	21 700
1964	2 037	2 000	1 139	900	2 030	1 700	5 206	4 700
1966	2 510	2 100	1 255	900	2 162	1 700	5 927	4 700
1968	2 132	2 100	1 290	900	2 218	1 700	5 640	4 700
1970	2 214	2 100	1 257	900	2 236	1 700	5 707	4 700
1972	2 247	2 100	1 247	900	2 405	1 700	5 897	4 700
1974	4 243	2 371	2 389	1 056	4 373	1 913	11 005	5 340
1976	4 654	2 800	3 576	1 300	5 579	2 400	13 809	6 500

Source : Banque Agricole

Tableau N°116: La politique de crédits dans la production agricole de pêches

Année	PRETS A COURT TERME				Valeur en prêts en 10 ⁹ drs (2)/(1) x 100	PRETS A LONG ET MOYEN TERME		TAUX D'INTERETS ACCORDES A L'INDUSTRIE PAR DIFFERENTES BANQUES COMMERCIALES	
	Taux d'intérêts		Cult. fruit. (1)	Cult. de pêches (2)		Taux d'intérêts		Prêts à court terme	Prêts à long et moyen terme
	Agriculteur indépendant	Agric. membr. d'une coop.				Agriculteur indépendant	Agric. membr. d'une coop.		
1954	7 %	6,2 %	7 600	1 089	14,3 %	7 %	10 %	10 %	
1960	7 %	6,2 %	23 400	2 809	12 %	8 %	8 %	7 %	
1962	6,5 %	5,7 %	24 200	1 995	8,2 %	7 %	8 %	7 %	
1964	5 %	4,2 %	41 200	10 548	25,6 %	4 %	9 %	7 %	
1966	5 %	4,2 %	38 400	11 948	31,1 %	4 %	9 %	7 %	
1968	5 %	4,2 %	58 800	19 519	33,2 %	4 %	8,7 %	7,5 %	
1970	5 %	4,2 %	12 500	47 988	38,3 %	4 %	8 %	7,5 %	
1972	5 %	4,2 %	181 000	92 458	51 %	4 %	8 %	7,5 %	
1974	6,7 %	6 %	333 200	158 992	47,7 %	5,7 %	11,8 %	10,1 %	
1975	7 %	6,2 %	448 000	206 483	46 %	6 %	11,9 %	10,5 %	

Source : Banque Agricole, Bulletin statistique de la Banque Nationale de Grèce

Vers la fin des années 60, la transformation des pêches commence à prendre de l'importance et l'état encourage la plantation des vergers avec des variétés industrielles.

En fait, l'objectif principal de cette politique était d'accroître la production et de moderniser la culture en alignant les conditions de production sur celles existant dans les pays concurrents.

En 1971/72, face à la pénétration massive des pêches espagnoles précoces dans le marché européen et le renouvellement des variétés italiennes, le gouvernement favorise également la reconversion vers des variétés précoces. En 1976 il suspend toutes les subventions envers les variétés de pleine saison et augmente celles destinées à encourager la culture des pâviés et des variétés précoces.

Une seconde orientation de la politique de l'état apparaît vers la fin des années 60 qui met l'accent sur la nécessité de développer la production de pêches destinées à la transformation en vue d'augmenter les exportations. Etant donné les difficultés rencontrées par les pêches fraîches sur le marché européen, l'augmentation de la production des pêches transformées constitue un débouché nouveau pour ce produit. C'est dans cette perspective que l'état prend dès 1970, au travers de la Banque Hellénique pour le Développement (ETBA) une série de mesures encourageant les industries de transformation, favorisant l'implantation de nouvelles firmes exportatrices et la modernisation de celles déjà existantes. Ces mesures sont (1) :

- mise en place d'aides fiscales avec la réduction ou l'exemption des :
 - . taxes perçues par les municipalités ou les organismes publics
 - . droits de douane, impôts, taxes sur les biens d'équipement, accessoires (cartons, bocaux en verre, etc...), matières premières (notamment du sucre jusqu'à 50 %)
 - . financement d'une partie des frais d'exportation
 - . l'état intervient par l'intermédiaire de la Banque Agricole ou la Banque du Développement (ETBA) qui, dans certains cas, finance une partie du coût de la transformation des pêches destinées à l'exportation. En outre, elles

(1) Loi 431/62 du Code d'Investissement, modifiée, en vigueur actuellement (Résol. CM/574/1970)

accordent des crédits à un taux d'intérêt spécial pour l'installation ou la modernisation des unités de transformation. Ces subventions destinées à la transformation peuvent atteindre jusqu'à 25 % de la valeur des produits FOB.

En 1972, afin d'accroître la compétitivité des exportations et de faire face aux grandes entreprises étrangères, la concentration est présentée comme une stratégie indispensable. L'état accorde alors une série d'incitations "pour la création de plus grandes entreprises". Dans cet esprit, les contrats relatifs à la fusion ou à la conversion, l'apport des biens et avoir des entreprises fusionnées, tous les actes ou les accords concernant l'apport ou la cession de biens sont totalement exonérés d'impôts et de droit de timbre ou autre taxe au bénéfice de l'état ainsi que toute contribution en faveur de tiers (DL 1297/72-231/75). Peu de fusions sont toutefois observées alors que le développement par création d'entreprises nouvelles ou rachat d'anciennes sont très fréquentes.

Pour augmenter la compétitivité du secteur coopératif face au capital privé, l'état intervient par le biais de la Banque Agricole et favorise la création de grandes unités de transformation nouvelles ou le regroupement d'une série de petites unités artisanales. Il assure d'autre part, l'encadrement et le financement nécessaire des grandes unités qui existaient depuis longtemps et qui connaissaient de nombreuses difficultés. L'intervention se réalise soit par une participation au capital social soit en accordant des crédits à un taux intéressant.

La position de l'Etat envers le capital étranger privé (capital social, prêts ou autres formes matérielles ou immatérielles) demeure très favorable. Au sein de la filière "pêches" l'objectif adopté par l'état était d'essayer d'utiliser l'avance technique, économique et financière du capital étranger pour en faire "l'aiguillon" du développement des industries nationales. L'encouragement de l'implantation étrangère apparaît donc comme directement lié à l'amélioration de la compétitivité des firmes nationales et à la nécessité de renforcer leur place sur le marché international. Cette politique se justifie aussi par l'existence d'une production nationale des biens d'équipements ou de matières premières (boîtes en fer blanc), production indispensable compte tenu de l'évolution de la conserverie. L'implantation d'une firme étrangère permet alors de satisfaire la demande sans avoir recours aux importations et en favorisent les exportations des produits transformés.

On constate qu'à travers cette politique, les capitaux étrangers bénéficient non seulement d'une politique favorable d'accueil mais aussi de privilèges concernant les entreprises d'exportation.

Dans le domaine du commerce international et de la fixation des prix on peut faire les remarques suivantes :

- le premier objectif de la politique du gouvernement a été d'organiser la commercialisation des produits sur les marchés étrangers, et sur le marché intérieur.

Les pêches grecques doivent supporter des frais de transport élevés par rapport aux autres pays concurrents. Pour compenser cet handicap, l'état intervient dès 1964-65 et subventionne une partie de ces frais; il subventionne également dans certains cas, une partie des dépenses supportées par l'exportateur pour conditionner et normaliser son produit. Après 1967, à cause de l'augmentation de la demande allemande en pêches de première qualité, il diversifie le montant des subventions selon la qualité et le calibre du produit et il rend le contrôle de la normalisation obligatoire. Ces dernières années, étant donné les difficultés d'écoulement des pêches grecques sur le marché allemand, il augmente le montant des subventions concernant les exportations vers les pays de l'Europe de l'Est et de l'Afrique.

L'insuffisance des moyens de transport constitue en période de pointe un inconvénient pour les exportations. C'est pourquoi l'état assure la gestion et la coordination des moyens de transport. Enfin, pour limiter le nombre des exportateurs il augmente le montant de la caution nécessaire à l'obtention de la licence d'exportations et fixe une limite minimum du tonnage supporté par chaque entreprise (1 00 à 1 500 tonnes).

En ce qui concerne l'organisation des exportations des pêches transformées, l'état pour préserver la bonne image de marque des produits grecs, rend en 1973-74 la normalisation obligatoire selon la réglementation communautaire. En plus, pour augmenter les exportations, il autorise ces dernières années, l'exportation des pêches fraîches destinées aux conserveries étrangères.

L'état intervient pour la première fois en 1973 dans l'organisation du marché national, en vue d'augmenter la consommation nationale dans la mesure où le produit rencontrait certaines difficultés à l'exportation. Il prend dans cet esprit,

une série de mesures concernant le financement d'une partie ou de la totalité des frais de transport du lieu de production aux grandes villes. En 1976, il rend la normalisation et le contrôle qualitatif obligatoires pour les pêches fraîches commercialisées sur le marché national. D'autre part, afin de moderniser le système de la commercialisation, il supprime en Mars 1978 la loi qui rendait le passage obligatoire des fruits et légumes par les Halles.

En ce qui concerne la politique envers les IAA, l'état intervient en 1972 en imposant à l'industrie un prix minimum d'achat.

Dans le cas de surproduction, il accorde parfois une série de subventions aux producteurs pour expédier leur produit soit aux industries de transformation, soit sur le marché national. Ces subventions, souvent la différence entre le prix minimum à l'exportation et le prix que le producteur a reçu. A partir de 1976, alors que le système de retraits n'existait pas jusque là, l'état a été amené à l'appliquer à cause de forts excédents (mais aussi en vue d'une harmonisation de la politique commerciale selon les normes européennes). La quantité retirée était de 19 000 tonnes (5,5 de la production) et elles ont été effectuées par les unions de coopératives. Le niveau des prix de retrait tournait autour du prix minimum.

4.3. LES ALIMENTS POUR BEBES

4.3.1. Production et consommation

Au cours des années 1974-76, la consommation de petits pots en Grèce a connu l'évolution suivante :

	<u>Nombre de petits pots</u>	<u>Valeur en drs</u>	<u>Autres produits infantiles (en drs)</u>
1974	12 021 080	-	322 166 000
1975	17 186 800	122 691 000	444 000 000
1976	17 936 800	164 712 000	580 000 000

La consommation par tête atteint 12 kg par an en moyenne, se plaçant ainsi parmi les niveaux les plus faibles par rapport aux autres pays européens (25 kg en France en moyenne, 41 kg en RFA, 62 kg en Angleterre). Cette consommation plus faible est due en particulier au prix élevé des petits pots par rapport aux autres aliments pour enfants, mais aussi à une certaine méfiance de la part des parents envers des produits industriels.

Jusqu'à la fin des années 60, les petits pots étaient vendus uniquement en pharmacies. Actuellement plus de 75 % des quantités commercialisées dans la région d'Athènes et autour de 50 % de celles commercialisées dans le reste du pays sont vendues dans des magasins de détail alimentaire.

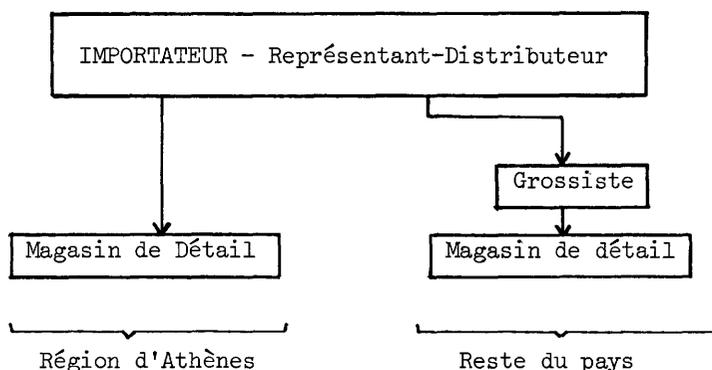
En Grèce les petits pots sont en totalité importés. Actuellement le marché grec est contrôlé par deux firmes américaines GERBER et BEECH-NUT, qui ont créé leurs propres entreprises de distribution (1). Ces firmes offrent une série de petits pots divisés en deux groupes : ceux destinés à la consommation des enfants de quatre à neuf mois et ceux destinés à la consommation des enfants de neuf mois jusqu'à deux ans. La gamme de produits se présente comme très riche (qui bien que de poids différents sont tous vendus au même prix).

(1)-Pour les produits "GERBER", le représentant-distributeur est la firme HELLASLANA S.A. (Athènes)

-Pour les produits de la firme BEECH-NUT, le représentant-distributeur est la firme "D. FERLAS" (Athènes, qui participe aussi à la firme "FER-BER" représentant-distributeur de certains produits de la firme NESTLE).

4.3.2. La commercialisation

Les circuits de distribution de petits pots semblent être assez simples. Ainsi dans la région d'Athènes le circuit entre l'importateur-représentant et le magasin de détail est en principe direct, par contre pour le reste du pays on y trouve l'interaction d'un intermédiaire grossiste.



Quant au prélèvement des marges de commercialisation par les détaillants ou les différents intermédiaires, il n'existe aucune législation qui fixe leur niveau.

4.3.3. Analyse des prix et des marges

Les prix relevés lors des enquêtes de Juillet 1978 et de Janvier 1979, sont réunis dans les tableaux 1 et 2 situés en annexe (annexe IV.3). Ils appellent les commentaires suivants :

- Dans les enquêtes la dispersion des prix de détail ne semble pas être importante. Ainsi l' ϵ_{rP} pour les petits pots se situe dans une fourchette de 19,4 % et 11,1 %. Plus particulièrement l' ϵ_{rP} des différentes marques se présente comme suit :

Tableau 117 : DISPERSION DES PRIX DE DETAIL DES ALIMENTS POUR ENFANTS

Marque		Enquête Juillet 78	Enquête Janvier 79
GERBER	PN 213 gr	19,4 %	14,3 %
	PN 134 gr	15,5 %	12,2 %
BEECH-NUT	PN 213 gr	11,1 %	19,4 %
	PN 134 gr	11,9 %	12 %

Le tableau suivant donne une idée des marges moyennes calculées, toutes observations confondues. Il comporte également le nombre d'observations sur lesquelles a porté le calcul.

Tableau 118 : EVOLUTION DES MARGES MOYENNES POUR LES ENQUETES DE JUILLET 1978 ET JANVIER 1979

MARQUE	Enquête Juillet 1978		Enquête Janvier 1979	
	Nombre d'observations	Marge commerciale moyenne	Nombre d'observations	Marge commerciale moyenne
GERBER				
PN 213 g	23	15,5	24	16,6
PN 134 g	24	14,5	24	14,1
BEECH-NUT				
PN 213 g	17	16,2	14	14,1
PN 134 g	18	9,2	14	12,3

D'après ce tableau, on observe une certaine homogénéité en ce qui concerne les marges moyennes (sauf pour les petits pots de marque BEECH-NUT PN 134 gr pour lesquels les détaillants semblaient s'approprier une marge moins élevée en Juillet 1978).

- Les marges de détail n'ont d'autre part guère évoluées comme le montre le tableau 3 (annexe III.3). Sur 75 observations on observe :

- 45 cas de stabilité des marges de détail
- 16 cas de diminution
- 14 cas d'augmentation.

Plus particulièrement l'évolution des marges selon les différentes marques et poids se présente comme suit :

Tableau 119 : EVOLUTION DES MARGES

MARQUE	AUGMENTATION	DIMINUTION	STABLE
<u>GERBER</u>			
PN 213 gr	2	-	21
PN 134 gr	3	4	17
<u>BEECH-NUT</u>			
PN 213 gr	1	12	-
PN 134 gr	6	-	7

- En ce qui concerne l'analyse des marges en fonction de la taille des magasins, il y existe une hétérogénéité assez importante du niveau des marges selon la marque et le magasin.

Tableau 120 : EVOLUTION DES MARGES BENEFICIAIRES EN FONCTION DE LA TAILLE DU MAGASIN (en %)

Magasin \ Marge	0-5%	5-10%	10-15%	15-20%	> 20%	Nombre de marges
Mini-libre-service	-	-	-	2 50%	2 50%	4 100%
Supérette	2 3,54%	4 8%	19 37%	15 30%	11 21,5%	51 100%
Supermarché	-	17 21%	44 54%	19 23%	1 2%	81 100%
Hypermarché	1 5%	3 14%	10 45%	8 36%	-	22 100%

4.4. LE SUCRE

4.4.1. Production et consommation

L'industrie hellénique du sucre (I.H.S.) fut fondée en 1960 à l'initiative de l'état grec. Parallèlement à la construction des premières usines, la culture des betteraves sucrières fut répandue dans les plaines de Thessalie et de Macédoine. Jusqu'à cette période, la consommation du sucre était entièrement satisfaite par des importations.

A partir de 1963 (année où la première phase du projet était opérationnelle) la filière du sucre présente des performances impressionnantes tant en ce qui concerne la production des betteraves et du sucre, et la croissance de son potentiel industriel, qu'en ce qui touche son organisation et sa cohérence interne (relations entre exploitants et industrie, commercialisation).

La betterave sucrière constitue la matière première exclusive pour la production du sucre en Grèce. Suivant l'évolution rapide de la consommation (cf. plus loin), la production betteravière passe de 0,3 millions de tonnes en 1963 à 3,1 millions en 1976. Cette augmentation est due non seulement à l'extension des terres cultivées (qui passent de 8957 ha à 46500 ha pendant la même période), mais surtout à l'amélioration des rendements (66,7 T/ha en 1976),) résultat de la forte modernisation de la culture.

La culture des betteraves est pratiquée dans un grand nombre de petites exploitations familiales (en 1977 on comptait 48 802 exploitations d'une taille moyenne de 0,88 ha). Il convient de noter que la taille moyenne diffère selon les régions. Vu les structures dispersées des exploitations betteravières, l'IHS désirant un approvisionnement en matières premières, régulier, d'une qualité stable, a adopté des contrats de quasi-intégration qui lui permettent la maîtrise de la production agricole.

La production du sucre a ainsi connu une très forte croissance, ce qui a permis au pays d'atteindre l'autosuffisance en 1975 et même de réaliser quelques exportations. Le tableau suivant donne une idée de l'évolution de la production et de la consommation.

Tableau 121 : EVOLUTION DE LA PRODUCTION ET DE LA CONSOMMATION DE SUCRE EN GRECE

Année	Consommation totale (t)	Consommation industrielle		Consom. privée (t)	Cons./an /tête/kg	Prod. (t)
		tonnes	%			
1961	126 840	20 831	16,4	106 009	13	2 965
1962	126 000	19 113	15,1	106 887	13	24 143
1963	124 427	26 537	21,3	97 890	13	35 233
1964	132 100	28 587	21,6	103 513	15,9	61 820
1965	128 500	33 905	26,3	94 595	15,6	94 746
1966	162 800	38 781	23,8	124 019	18,7	105 256
1967	151 800	38 836	25,5	112 962	17,4	110 625
1968	159 000	43 379	27,2	115 621	18	88 128
1969	167 000	40 387	24,1	126 613	19,2	134 480
1970	175 890	55 401	31,4	120 489	20,2	172 987
1971	180 000	66 260	36,8	113 740	21	142 482
1972	222 818	70 692	31,7	157 120	25,3	118 323
1973	246 000	89 805	36,5	156 195	27	145 733
1974	246 000	-	-	-	27,1	172 002
1975	226 500	-	-	-	-	282 107
1976	255 000	-	-	-	30	354 740

Source : I.H.S., Bulletin trimestriel N°35 et Kaklamanes
 "La consommation du sucre en Grèce", IHS, 1975

On constate donc que la consommation a connu une évolution très rapide qui lui a permis d'atteindre le niveau de 30 kg/an/tête.

Parallèlement la structure de la demande sucrière se modifie puisque la part des industries dans cette demande se trouve en augmentation.

Les industries de plus grandes consommations de sucre sont les secteurs agro-alimentaires : industries de transformation des fruits et légumes (jus de fruits ou conserves), chocolateries, boulangeries et pâtisseries, brasseries). La substitution des produits nationaux aux produits sucriers importés accentuera dans l'avenir cette augmentation (1).

Les prévisions faites par les experts grecs situent le niveau de consommation autour de 400 000 tonnes en 1981, ce qui demandera l'extension du potentiel productif actuel. Cette extension est déjà planifiée mais elle se heurte aux problèmes que

(1) Citons que l'unité de production de lait concentré sucré de Nestlé implantée en Grèce exigera pendant la deuxième année de son fonctionnement 10 000 tonnes de sucre, produit importé dans sa totalité jusqu'à ce moment.

posera l'adhésion de la Grèce à la CEE à propos de la fixation de "quotas" nationaux en matière du sucre. Notons qu'avant d'atteindre l'autosuffisance, la Grèce constituait un client intéressant pour les pays de la CEE excédentaires en sucre.

L'accroissement de la consommation par tête fait évoluer l'importance du sucre dans les dépenses alimentaires du consommateur grec. En 1958, avant la création de l'IHS, les dépenses en sucre et en produits sucrés s'élevaient à 3 257 000 drs par an (au prix de 1970) et représentaient 8,2 % des dépenses alimentaires totales. En 1975, cette catégorie des dépenses a considérablement augmenté en valeur absolue (6 631 000 drs) mais elle a diminué en valeur relative puisqu'elle ne représente plus que 7,6 % des dépenses alimentaires.

Une analyse plus approfondie des dépenses des ménages grecs pour les produits sucriers et le sucre plus spécifiquement peut être faite à partir des tableaux suivants (1). Le tableau N° 121 indique la participation des produits sucrés dans les dépenses mensuelles des ménages en fonction de la région.

Tableau 122 : EVOLUTION ET PARTICIPATION DES DEPENSES EN PRODUITS SUCRES DANS LE TOTAL DES DEPENSES DES MENAGES DANS DIFFERENTES REGIONS DE GRECE

DEPENSES ALIMENTAIRES	Région d'Athènes	Agglom. Salo-nique	D ê m e s o u C o m m u n e s					
			30 000 < hab.	10 000-29 999 hab.	5 000-9 999 hab.	2 000 -4 999 hab.	1 000-1 999 hab.	999 < hab.
Dépenses aliment. 1. Totales	4 099	3 511	3 751	3 771	3 864	3 139	2 754	2 407
Dépenses pour le sucre %	64 1,56	56 1,59	73 1,95	83 2,2	97 2,51	69 2,2	88 3,19	74 3,07
Pour les produits sucrés (sucre compris) %	268 6,54	252 7,18	274 7,30	266 7,05	278 7,2	210 6,7	178 6,46	168 6,98

Il ressort de ce tableau que la part des dépenses en sucre dans les dépenses alimentaires totales est beaucoup plus forte dans les petites villes et dans les villages que dans les grandes agglomérations. Par contre, les variations de la participation des dépenses des produits sucrés (produits élaborés à forte

(1) Budgets familiaux, 1979, SSNG.

valeur ajoutée) semblent être indépendantes des régions. Ces constatations mettent en évidence l'importance du sucre comme produit de base dans le modèle de consommation des régions rurales et semi-urbaines par rapport aux régions urbaines. On signale qu'indépendamment des régions, les dépenses pour les produits sucrés dépassent les dépenses pour le sucre et ce phénomène est plus accentué dans les grands centres urbains où le mode de vie et les revenus entraînent une consommation de produits plus élaborés.

Tableau 123: DEPENSES MENSUELLES MOYENNES PAR CATEGORIES SOCIO-PROFESSIONNELLES

DEPENSES	Employeur	Indépendant Prof.libérale	Salarié ou journalier	Chômeur
Dépenses alimentaires totales	4 973	3 091	3 943	2 842
Dépenses pour le sucre %	76 1,5	78 2,5	73 1,85	59 2,1
Pour les produits sucrés (sucre compris) %	354 7,2	212 6,8	265 6,7	193 6,8

Ce tableau met en évidence les différences dans les niveaux de consommation de sucre et de produits sucrés selon les catégories socio-professionnelles.

La situation du marché sucrier grec est relativement simple. En effet, l'industrie sucrière grecque qui a joué un rôle moteur dans la création et le développement de la filière toute entière constitue en fait un monopole d'état. Elle se trouve donc dans une situation privilégiée vis à vis de son amont et de son aval :

- par le jeu de la politique agricole lui permettant d'assurer son approvisionnement,
- et du fait que la seule concurrence possible à l'IHS provient des importations qui sont elles-mêmes contrôlées par l'état grec et qui sont soumises à une taxation de type compensatoire et à des restrictions quantitatives. Seules quelques IAA conservent le droit d'importer du sucre hors-taxe à condition que les quantités ainsi importées soient réexportées dans les produits finis. Une fois le niveau d'autosuffisance atteint, cette augmentation tendra à être supprimée.

Le statut juridique de l'IHS est celui d'une société anonyme dans laquelle la participation de la Banque Agricole de Grèce s'élève à 90 % et la participation de Banque Grecque pour le Développement Industriel est de 10 %.

En 1976, le potentiel industriel de l'IHS atteignait dans les cinq usines une capacité totale de 17 400 tonnes betteraves/jour. Jusqu'à aujourd'hui, aussi bien pour assurer un niveau élevé de production de sucre que pour absorber les quantités de betteraves offertes, les sucreries ont été obligées d'une part, de dépasser leur capacité de transformation et d'autre part, de prolonger la durée de leur campagne. Le projet de construction d'une sixième usine semble pour le moment abandonné, mais l'expansion des unités existantes doit permettre d'atteindre en 1980 une capacité totale de production de 9 000 tonnes de sucre blanc par jour.

4.4.2. La commercialisation et la structure des prix

Depuis la création de l'IHS jusqu'à 1975-76, l'ensemble de la production sucrière était commercialisée par le Ministère du Commerce. A partir du 1er Mars 1977, une nouvelle réglementation est mise en vigueur qui confie la commercialisation à l'IHS (1).

L'IHS livre son sucre en sacs de cinquante kilos sur ordre de la Banque Agricole à travers laquelle se fait le paiement. Le prix du sucre est calculé à partir du coût industriel dans lequel le profit de l'IHS est aussi inclus, étant estimé à environ 7 % du coût industriel. La définition du prix est soumise au Ministère du Commerce. Au prix ainsi défini, il faut ajouter les timbres fiscaux (2,4 %) (2) et une taxe "de la consommation" (forme d'impôt indirect). Cette taxe constituait autrefois environ 40 % à 50 % du prix final du sucre mais ces dernières années, elle a considérablement diminué. Deux remarques doivent être faites à ce propos :

- d'une part, comme les dépenses pour les matières premières représentent de 50 à 60 % du coût industriel, le prix sortie usine demeure très sensible aux variations des prix de la betterave
- d'autre part, le prix de vente de l'industrie se différencie selon la destination du produit. Ainsi les conserveries des fruits et légumes en 1977 pouvaient acheter le sucre à 10 drs/kg. Ces diminutions des prix concernent des quantités

(1) Les sous-produits (mélasse, etc.) ont toujours été commercialisés par l'IHS.

(2) Chaque transaction commerciale subit une taxation de 2,4 %, comme cela a déjà été précisé.

limitées définies chaque année en fonction des quantités achetées l'année précédente, augmentées d'une marge de 20 %.

Le tableau suivant (124) permet de comparer l'évolution des prix du sucre importé, du prix du sucre départ usine, du prix de gros, et du prix au détail.

Tableau 124: EVOLUTION DES PRIX DU SUCRE

en drs/kg sucre - Prix courants

Année	Prix à l'imp. hors taxes	Prix au cons. final	Prix moyen départ usine	Indice des prix de gros
1961	2,68	10,77	-	100
1962	2,16	10,48	-	-
1963	4,17	13,15	6,66	105
1964	6,82	13,12	5,88	108,89
1965	3,53	13,09	-	96,67
1966	2,94	13,16	-	96,67
1967	2,46	13,18	-	96,67
1968	2,10	13,32	-	96,67
1969	2,66	13,33	-	95,97
1970	3,60	13,33	5,8	95
1971	4,17	13,17	6,29	95
1972	6,7	13,85	7,69	99,87
1973	8,2	15,62	8,87	109,49
1974	11,6	17,97	12,52	123,7
1975	26,5	21,55	15,55	150,53
1976	-	21,48	15,55	150,95
1977	-	21,74	-	-
1978	-	22,27	18,94	-

Source : Kakmamanes, op. cité, "Statistiques annuaires de Grèce", I.H.S.

Le prix départ usine ne concernant que des sacs de 50 kg, les marges commerciales doivent couvrir non seulement les frais de transport et de distribution, mais aussi les frais d'emballage dans les formats commercialisables. Le législateur a fixé les règles suivantes en ce qui concerne la commercialisation du sucre :

- seule la commercialisation (gros + détail) en emballages de 10 gr, de 500 g, de 1 kg ou de 5 kg (poids net) est permise,

- les marges de cette activité d'emballage sont fixées comme suit :

a/ emballage d'un poids net de 500 g	0,40 drs/unité
b/ " " 1 kg	0,70 drs/unité
c/ " " 5 kg	0,70 drs/unité

En outre, les marges commerciales autorisées par la réglementation du Ministère du Commerce s'élèvent à 4 % du prix d'achat au niveau de gros (grossiste ou importateur) et à 10 % du prix d'achat au niveau de détail. Il est strictement interdit :

- aux détaillants qui s'approvisionnent directement à l'IHS, de s'approvisionner parallèlement ailleurs.
- aux IAA qui s'approvisionnent en sucre soit par des importations hors taxes soit par des achats auprès de l'IHS en vue de réexporter ce sucre sous forme produits finis, de le revendre.

L'évolution et la dispersion des prix et des marges des prix

Pendant les deux enquêtes nous avons rencontré 17 marques de sucre dont 7 sont des marques des distributeurs. Malgré ce phénomène, aussi bien en Juillet 1978 qu'en Janvier 1979, les prix du sucre présentent une très faible dispersion dans l'espace comme on peut le voir dans le tableau suivant (1)

	Moyenne	Ecart absolu	ERP	Nbre d'observations
Juillet 1978	21,37	2,5	12,19	27
Janvier 1979	21,45	- 2,1	5,3	26

Il est intéressant de noter que, mise à part une seule exception, seuls les emballages de 1 kg ont été rencontrés. Dans une chaîne on a remarqué la présence d'emballages de 5 kg qui permettaient un discount assez faible.

Prix normal : 21 drs/kg } Taux de discount : 2,44 %
 Prix grand emballage : 102,5/5 kg }

Entre les deux enquêtes, les prix du sucre pratiqués dans les magasins enquêtés sont restés stables ou ont présenté de très légères augmentations qui n'ont pas dépassé les 5 %. Ceci peut être le résultat d'une politique de contrôle des prix et des marges assez strictes, surtout dans le cas de produits comme le sucre qui

(1) Etant donné l'homogénéité du produit, nous avons calculé la moyenne et les ERP. entre différentes marques.

constituent non seulement un produit de base indispensable mais aussi la production d'un monopole d'état. L'évolution du prix du sucre dans chaque magasin est résumée dans le tableau suivant :

Tableau 125 : DISPERSION DES PRIX DU SUCRE EN JUILLET 1978 ET JANVIER 1979

	Prix en drachmes courants (sucre fin 1000 g)			Taille Magasins
	T Juillet 1978	T + 1 Janvier 1979	Indice 1979/78	m2
00	-	24,5	-	100
01	21,5	21,5	100	500
02	22,9	22,9	100	250
03	22	22	100	100
04	22	-	-	270
05	20,8	21	100,96	650
06	21,5	22,5	104,65	250
07	21	21	100	350
08	21	21,5	102,38	750
09	20,8	20,8	100	-
10	20,9	21	100,4	350
11	21,9	22,5	102,74	200
12	21,4	21,8	101,86	350
13	21,8	20,9	95,87	160
14	23	21,5	93,47	100
15	21	21,5	102,38	900
16	20,8	21,5	103,36	1000
17	22	22	100	120
18	20,5	20,8	101,46	2500
19	20,8	21	100,86	500
20	20,6	21,6	104,85	3000
21	23	-	-	-
22	20,8	20,8	100	1100
23	21	21,5	102,38	300
24	21,5	21,5	100	500
25	20,6	20,8	100,9	800
26	21	21,5	102,38	1500
27	20,8	20,8	100	2000

La structure des prix pour Juillet 1978 et pour Janvier 1979 est résumée dans le schéma suivant :

Prix départ usine	Frais de transport	Frais d'emballage	TOTAL
18,55 + 0,44	0,6	1,05	20,64

Selon nos enquêtes, les postes de frais de transport et de frais d'emballage plus le timbre fiscal représentent 2,09 drs/kg soit 11,2 % du prix d'achat et constituent les marges de gros. Dans les cas où les chaînes de distribution assurent elles-mêmes leur approvisionnement auprès de l'IHS, leurs marges doivent être ajoutées aux marges de détail.

Le calcul des marges apparaît au tableau N° 126 qui met en évidence aussi bien les marges de détail que les marges totales.

Tableau 126 : ANALYSE ET CLASSIFICATION DES MARKS-UP

	J u i l l e t 1 9 7 8				J a n v i e r 1 9 7 9			
	Mark-up détail		Mark-up total		Mark-up détail		Mark-up total	
	Absolu	%	Absolu	%	Absolu	%	Absolu	%
00	-	-	-	-	0,86	4,17	2,95	15,9
01	0,86	4,17	2,95	15,9	0,86	4,17	2,95	15,9
02	2,26	10,9	4,35	23	2,26	10,9	4,35	23
03	1,36	6,7	3,45	18,6	1,36	6,7	3,45	18,6
04	1,36	6,7	3,45	18,6	-	-	-	-
05	0,16	0,8	2,25	12,13	0,36	1,74	2,45	13,21
06	0,86	4,17	2,95	15,9	1,86	9	3,95	21,3
07	0,36	1,74	2,45	13,21	0,36	1,74	2,45	13,21
08	0,36	1,74	2,45	13,21	0,86	4,17	2,95	15,9
09	0,16	0,8	2,25	12,13	0,16	0,8	2,25	12,13
10	0,26	1,26	2,35	12,67	0,36	1,74	2,45	13,21
11	1,26	6,79	3,35	18,06	1,86	9	3,95	21,3
12	0,76	3,68	2,85	15,36	1,16	5,62	3,25	17,52
13	1,16	5,62	3,25	17,52	0,26	1,26	2,35	12,67
14	2,36	11,43	4,45	23,99	0,86	4,17	2,95	15,9
15	0,36	1,74	2,45	13,21	0,86	4,17	2,95	15,9
16	0,16	0,8	2,25	12,13	0,86	4,17	2,95	15,9
17	1,36	6,7	3,45	18,6	1,36	6,7	3,45	18,6
18	-0,14	0,68	1,95	10,5	0,16	0,8	2,25	12,13
19	0,16	0,8	2,25	12,13	0,36	1,74	2,45	13,21
20	-0,04	0,2	2,05	11,05	0,96	4,6	3,05	16,44
21	2,36	11,43	4,45	23,99	-	-	-	-
22	0,16	0,8	2,25	12,13	0,16	0,8	2,25	12,13
23	0,36	1,74	2,45	13,21	0,86	4,17	2,95	15,9
24	0,86	4,17	2,95	15,9	0,86	4,17	2,95	15,9
25	-0,04	0,2	2,05	11,05	0,16	0,8	2,25	12,3
26	0,36	1,74	2,45	13,21	0,86	4,17	2,95	15,9
27	0,16	0,8	2,25	12,13	0,16	0,8	2,25	12,13

Marks-up détail

Enquête	Mark-up négatif	Mark-up faible	Mark-up normal	Mark-up important
	<0	0-5	5-10	10<
Juillet 1978	3	16	5	3
Janvier 1979	0	20	5	1

Marks-up totaux

Enquête	Mark-up négatif	Mark-up faible	Mark-up normal	Mark-up important
	0<	0-10	10-15	15<
Juillet 1978	0	0	15	12
Janvier 1979	0	0	10	16

De ce tableau il ressort que :

- les marges commerciales réalisées au niveau de détail sont pour la majorité des magasins faibles et même négatives (trois exemples en Juillet 1978). Elles dépassent rarement les marges autorisées⁽¹⁾, et ceci est vrai pour les deux enquêtes.
- par contre, les marges commerciales totales réalisées dans la totalité des magasins sont en général assez élevées et dépassent très souvent les marges autorisées.

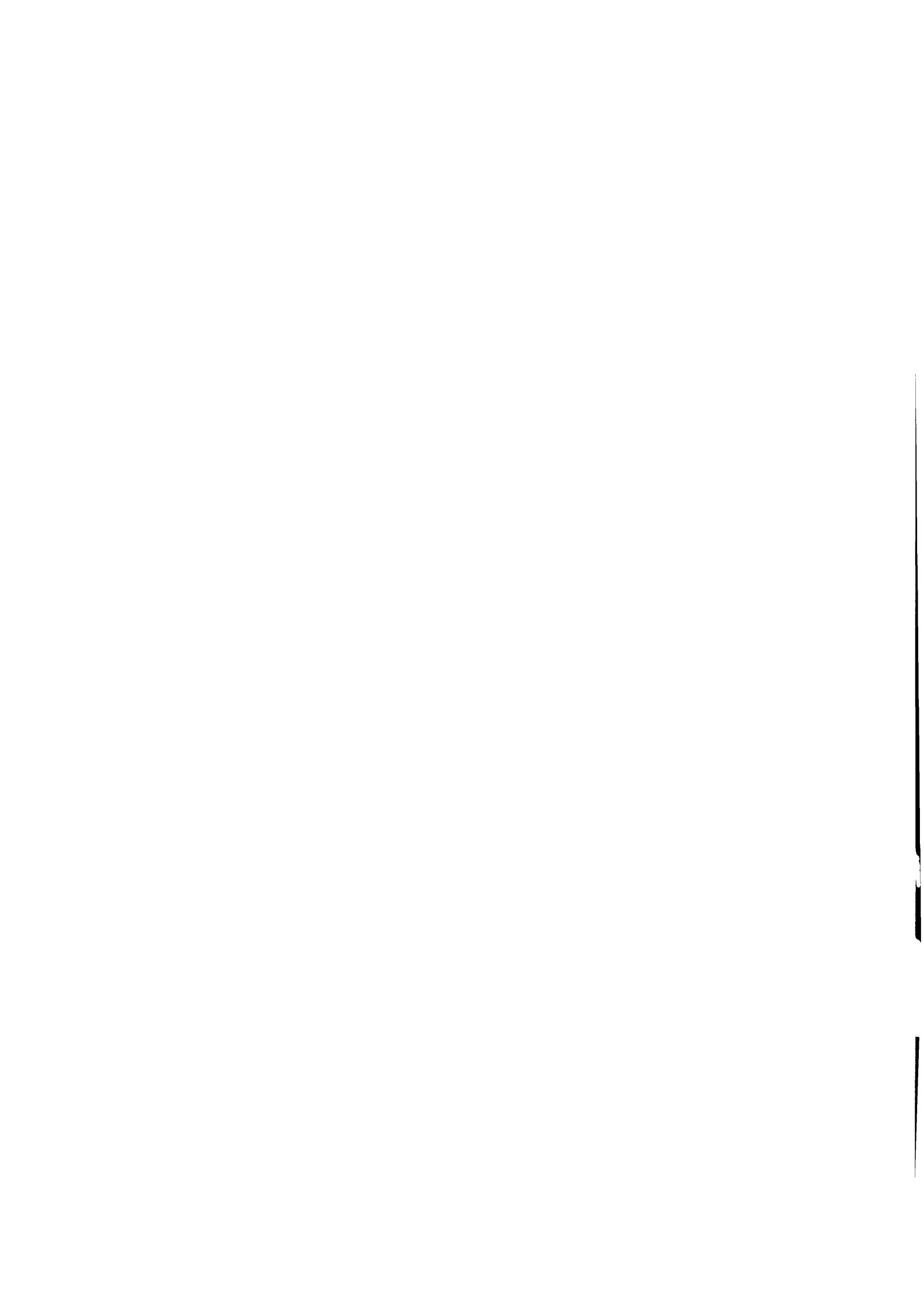
Cette situation s'explique par le fait que l'intégration du détail vers son amont est un phénomène assez répandu dans la filière du sucre. Il est déjà mentionné que les 7 marques sur 17 rencontrées pendant l'enquête sont des marques de distributeur. De ce fait, et selon nos connaissances, 12 points de vente sur 27 enquêtés commercialisent leur propre marque, et accaparent ainsi une bonne partie des marges de gros et de détail. Dans ces magasins, les marges en terme absolu sont négatives ou minimales (elles atteignent jusqu'à 1,26 drs/kg en Juillet 1978 et

(1) Si on considère le timbre fiscal de 2,4 % qui représente la part allant à l'état, les exemples de marges négatives s'élèvent à 13 pour Juillet 1978 et à 9 pour Janvier 1979.

jusqu'à 1,86 drs/kg en Janvier 1979) tandis qu'en terme relatif, elles se situent dans la catégorie des marges faibles. Il est évident que ces magasins accaparent une bonne partie des marges de gros chose qui leur permet de pratiquer une stratégie de discount. Il est vrai qu'à ces magasins correspondent aussi les marges commerciales totales les plus faibles. Ceci résulte d'une part de la diminution des marges de détail (1), mais aussi de la diminution du coût résultant de l'intégration des activités. A titre d'exemple, rappelons que dans le cas où il y a une seule transaction (IHS-détail) le timbre fiscal (2,4 %) ne s'impose qu'une seule fois.

(1) Nous avons calculé les marges en supposant les prix de gros identiques pour tous les magasins, chose qui fait varier les marges de détail. Dans la réalité, le prix d'achat de chaque magasin peut aussi varier, mais ce fait ne change pas le raisonnement pour le cas des marques de distribution, puisque justement dans ce cas le prix de gros est fictif.

ANNEXES



A N N E X E S I

Annexe I.1. L'évolution de la consommation alimentaire en Grèce au cours des dernières années.

Annexe I.1. Tableau 1 : Structure des dépenses alimentaires du ménage moyen en Grèce (1974).

Annexe I.1. Tableau 2 : Evolution de la consommation alimentaire en Grèce (sur la base des bilans alimentaires de 1955/59 et de 1972/74).

Annexe I.2. Les IAA grecques : Situation et Evolution.

Annexe I.2.1. Fiches techniques des dix premières firmes agro-alimentaires grecques.

Annexe I.3. Evolution de l'appareil de distribution.

Annexe I.3.1. Liste des produits à partir desquels la société NIELSEN a estimé le chiffre d'affaires de la distribution alimentaire.

ANNEXE I.1. Tableau 1 : STRUCTURE DES DEPENSES ALIMENTAIRES DU MENAGE MOYEN EN GRECE (1974)

PRODUITS	DEPENSES MENSUELLES MOYENNES en drs	% DES DEPENSES TOTALES ALIMENTAIRES
<u>PRODUITS DE L'EPICERIE</u>		
1. Biscottes et assimilés	10	0,30
2. Biscuiterie-pâtisserie industr.	18	0,55
3. Café, thé, cacao	161	4,92
4. Chocolat + Confiserie	27	0,83
5. Lait (poudre + conserves)	79	2,43
6. Farine, etc	30	0,92
7. Pâtes alimentaires	40	1,22
8. Fruits et légumes secs, riz	105	3,21
9. Huiles + olives + mat. grasses	290	8,88
10. Sucre	71	2,17
11. Confitures, fruits au sirop, miel	9	0,27
12. Conserves de légumes	14	0,42
13. Conserves de poissons	13	0,40
14. Plats cuisinés	12	0,38
15. Divers (sauces, épices...)	31	0,95
TOTAL PRODUITS DE L'EPICERIE	910	27,86
<u>BOISSONS</u>		
1. Non alcoolisées	56	1,71
2. Vins	32	0,98
3. Bières	29	0,89
4. Divers alcools	45	1,38
TOTAL BOISSONS	162	4,96
<u>PRODUITS FRAIS</u>		
1. Pain	184	5,63
2. Glaces + pâtisseries + (congelés)	231	7,07
3. Lait frais, fromages + yogourt + oeufs	318	9,73
4. Fruits	252	7,72
5. Légumes	284	8,69
6. Charcuterie	43	1,32
7. Boucherie	770	23,58
8. Poissonnerie	112	3,43
TOTAL PRODUITS FRAIS	2 194	67,17

Source : "Budgets familiaux" (1974) - Service National de Statistiques.

Cette classification des produits correspond à l'optique "distribution" c'est-à-dire qu'elle considère les trois groupes de produits en fonction de leurs caractéristiques physiques et de leurs conditions de conservation. La proportion de chacun de ces groupes est la suivante :

	<u>Grèce 1974</u>	<u>France 1974</u>
- Produits de l'épicerie	27,86 %	19,1 %
- Boissons	4,96 %	14,6 %
- Produits frais	67,17 %	66,3 %
	100	100

ANNEXE I.1. Tableau 2 : EVOLUTION DE LA CONSOMMATION ALIMENTAIRE EN GRECE (sur la base des bilans alimentaires de 1955/59 et de 1972/74)

PRODUITS	1955/59	1972/74	Indice 1955/59 = 100
<u>1. CEREALES</u>	<u>169,6</u>	<u>126,1</u>	<u>74,3</u>
Blé	156,9	118,1	75,2
Riz	5,2	5,3	101,9
Maïs	1,9	1,7	89,5
<u>2. FRUITS ET LEGUMES</u>	<u>274,8</u>	<u>376,6</u>	<u>137</u>
Légumes	112,9	148,9	131,9
Légumineuses	11,5	7,6	66,0
Fruits	101,9	156,8	153,9
Pommes de terre	42,7	56,2	131,6
<u>3. VIANDES</u>	<u>21,7</u>	<u>54,2</u>	<u>249,7</u>
De boeuf	4,8	14,9	310,4
De porc	3,1	8,0	258,0
De mouton	9,8	14,8	151,0
De volaille	2,1	9,8	466,6
<u>4. PRODUITS LAITIERS + OEUFS</u>	<u>65,6</u>	<u>79,6</u>	<u>121,3</u>
Oeufs	5,4	10,4	192,6
Lait	41,5	40,7	98,0
Produits laitiers	18,7	28,5	152,4
<u>5. POISSONS</u>	<u>12</u>	<u>12,7</u>	<u>105,8</u>
<u>6. HUILES ET GRAISSES</u>	<u>19,8</u>	<u>20,9</u>	<u>105,5</u>
Huile d'olive	13,3	17,3	116,6
Corps gras végétaux	3,6	2,4	130,0
Beurre	1,5	0,7	41,4
Autres corps gras animaux	1,4	0,5	46,6
<u>7. BOISSONS ALCOOLISEES</u>	-	<u>44,2</u>	-
dont Vin	44,6	29,8	66,8
<u>8. BOISSONS STIMULANTES</u>	-	<u>1,4</u>	-
dont Cacao	0,2	0,2	100,0
<u>9. SUCRE ET ASSIMILES</u>	<u>12,6</u>	<u>24,8</u>	<u>196,8</u>
Sucre	11,7	22,1	188,8
Miel	0,5	0,9	180,0
TOTAL	<u>620,9</u>	<u>726,1</u>	<u>116,9</u>

Source : Bilans alimentaires OCDE et FAO.

ANNEXE I.2.1.1. HELLENIC SUGAR INDUSTRY (Industrie Hellénique Sucrière)

Nom de l'entreprise : HELLENIC SUGAR INDUSTRY SA

Année de fondation : 1960

Société Anonyme en : 1960

Siège Social : 34, Mitropoleos Street, Thessalonique - Grèce -
Tél. : (31) 22.52.11

Nombre d'usines : 5 (Larissa, Platy, Serrai, Xanthi, Orestias)

Produits : Sucre et sous-produits, semences de betteraves à sucre

Filiales et participations : Editions Coopératives Agricoles (moins de 50 %)

Participation étrangère : Aucune

Technologie étrangère : 1/ De Danske Sukkerfabrikker (Danemark)
2/ Polinex Cekop (Pologne)
3/ C.V.S. (Allemagne de l'Ouest) Know how.

Evolution de quelques indicateurs significatifs de l'entreprise

en millions de drachmes

	I n d i c a t e u r s	1966	1973	1974	1975	1976
1	Capital social	200	200	200	200	200
2	Nombre d'actions	200 000	200 000	200 000	200 000	200 000
3	Nombre d'effectifs	500	1 453	1 859	2 957	3 450
4	Actifs fixes	643	1 347	1 385	2 070	2 082
5	Invest. en capitaux fixes	-	703	207	871	-
6	Capitaux propres	201	430	538	765	994
7	Dettes totales	747	1 902	2 315	4 001	7 411
8	Bénéfice net	11	76	129	254	258
9	Rent.capit.propres en %	5,5	17,7	24,0	33,2	26,0
10	Rent. du CA en %	-	5,1	4,7	5,3	-

ANNEXE I.2.1.2. ELAIS S.A.

Nom de l'entreprise : ELAIS Oleaginous Products SA

Année de fondation : 1920

Société Anonyme en : 1932

Siège Social : 74, Athinon-Pireos, N. Faliron, Athènes - Grèce -
Tél. : (1) 48.13.571

Nombre d'usines : 1 à Athènes - Pirée

Produits : Margarine, corps gras, huile d'olive, huile de grains

Filiales et participations : Edina SARL

Participation étrangère : Unilever NV (Hollande), 48 %

Technologie étrangère : Unilever NV (Hollande), Royalties

Evolution de quelques indicateurs significatifs de l'entreprise

en millions de drachmes

	<u>I n d i c a t e u r s</u>	1966	1973	1974	1975	1976
1	Capital social	13	76	76	101,4	101,4
2	Nombre d'actions	39 000	507 000	507 000	676 000	676 000
3	Nombre d'effectifs	453	496	519	523	514
4	Actifs fixes	42	158	167	183	210
5	Invest. en capitaux fixes	-	11	22	34	-
6	Capitaux propres	94	288	331	361	447
7	Dettes totales	32	231	237	296	344
8	Bénéfice net	18	45	72	48	51
9	Rent.capit.propres en %	19,1	15,6	21,7	13,3	11,4
10	Rent. du CA en %	-	4,9	5,7	3,8	-

ANNEXE I.2.1.3. ST GEORGE'S MILLS S.A.

Nom de l'entreprise : ST GEORGE'S MILLS SA

Année de fondation : 1927

Société Anonyme en : 1927

Siège Social : 26, Akti Poseidonos, Pirée - Grèce -
Tél. : (1) 41.75.491

Nombre d'usines : 2 (Pirée et Patras)

Produits : Farine, semoule et sous-produits

Filiales et participations : 1/ Moulins d'Attique SA
2/ Lavrion Spinning Mills SA

Participation étrangère : Aucune

Technologie étrangère : Aucune

Evolution de quelques indicateurs significatifs de l'entreprise

		en millions de drachmes				
	I n d i c a t e u r s	1966	1973	1974	1975	1976
1	Capital social	10	44	44	48,4	48,4
2	Nombre d'actions	100 000	440 000	440 000	484 000	484 000
3	Nombre d'effectifs	255	458	507	379	400
4	Actifs fixes	21	114	117	126	178
5	Invest. en capitaux fixes	-	13	18	6	-
6	Capitaux propres	102	203	213	216	289
7	Dettes totales	43	269	600	663	689
8	Bénéfice net	33	33	53	62	51
9	Rent. capit. propres en %	32,3	16,2	24,9	28,7	17,6
10	Rent. du CA en %	-	5,0	6,8	7,5	-

ANNEXE I.2.1.4. ION S.A.

Nom de l'entreprise : ION Coica and Chocolate Manufactures SA

Année de fondation : 1930

Société Anonyme en : 1930

Siège Social : 59, El. Venizelou, N. Faliron, Athènes - Grèce -
Tél. : (1) 48.14.971

Nombre d'usines : 1 (Neon Faliron)

Produits : Chocolats, cacao, confiseries, chewing gum, compote de fruits

Filiales et participations : Aucune

Participation étrangère : Aucune

Technologie étrangère : Aucune

Evolution de quelques indicateurs significatifs de l'entreprise

en millions de drachmes

	<u>I n d i c a t e u r s</u>	1966	1973	1974	1975	1976
1	Capital social	2,968	14,988	14,988	14,988	14,988
2	Nombre d'actions	8 000	40400	40400	40400	40400
3	Nombre d'effectifs	448	482	457	563	761
4	Actifs fixes	43	121	115	126	186
5	Invest. en capitaux fixes	-	42	12	27	-
6	Capitaux propres	43	106	115	123	188
7	Dettes totales	68	151	189	221	
8	Bénéfice net	5	16	15	12	35
9	Rent. capit. propres en %	11,6	15,1	13,0	9,7	18,6
10	Rent. du CA en %	-	3,2	2,5	1,5	-

ANNEXE I.2.1.5. ALLATINI S.A.

Nom de l'entreprise : ALLATINI SA

Année de fondation : 1836

Société Anonyme en : 1897

Siège Social : 8, rue Omirou, Athènes - Grèce -
Tél. : (1) 32.22.207

Nombre d'usines : 3 (Glyfa (Boétie), Laskaratou (Salonique), Kalohori (Salonique))

Produits : Farine, semoule, biscuits, baking powder, conserve ravioli

Filiales et participations : 1/Planaco SA
2/Spillers Hellas SA

Participation étrangère : Aucune

Technologie étrangère : Roco Food Packing Co (Suisse)
Standard Brands Inc. (USA), Royalties

Evolution de quelques indicateurs significatifs de l'entreprise

en millions de drachmes

	I n d i c a t e u r s	1966	1973	1974	1975	1976
1	Capital social	22,413	22,473	22,473	44,946	46,444
2	Nombre d'actions	29726	208082	208082	416164	430036
3	Nombre d'effectifs	303	405	465	492	600
4	Actifs fixes	34	97	81	92	150
5	Invest. en capitaux fixes	-	29	11	24	-
6	Capitaux propres	63	147	170	201	216
7	Dettes totales	32	186	497	483	583
8	Bénéfice net	17	30	37	51	38
9	Rent. capit. propres en %	27	20,4	21,8	25,4	17,8
10	Rent. du CA en %	-	5,7	5,7	7,0	-

ANNEXE I.2.1.6. EVGA SA

Nom de l'entreprise : EVGA Hellenic Milk Products SA

Année de fondation : 1934

Société Anonyme en : 1934

Siège Social : 88, Iera Odos, Votanicos, Athènes - Grèce -
Tél. : (1) 34.63.572

Nombre d'usines : 2 (Athènes et Komotini (Thrace))

Produits : Lait, yoghourts, glaces, chocolats, fromages

Filiales et participations : 1/ Epeke SA
2/ Varhart SA
3/ Evgap SARL

Participation étrangère : Apco SA (USA), plus de 51 %

Technologie étrangère : Apco SA (USA), Royalties

Evolution de quelques indicateurs significatifs de l'entreprise

en millions de drachmes

	I n d i c a t e u r s	1966	1973	1974	1975	1976
1	Capital social	25,4	117,5	117,5	117,5	117,5
2	Nombre d'actions	12500	57750	57750	57750	57750
3	Nombre d'effectifs	833	777	783	757	780
4	Actifs fixes	47	71	59	81	89
5	Invest. en capitaux fixes	-	64	28	33	-
6	Capitaux propres	43,4	109	113	121	123
7	Dettes totales	60	201	215	200	280
8	Bénéfice net	5	(4) ⁽¹⁾	4	8	3
9	Rent.capit.propres en %	11,5	0,0	3,5	6,6	2,4
10	Rent. du CA en %	-	0,0	0,007	1,3	-

(1) Perte nette

ANNEXE I.2.1.7. DELTA SA

Nom de l'entreprise : DELTA Industrie Laitière - A. Daskalopoulos SA

Année de fondation : 1965

Société Anonyme en : 1968

Siège Social : Kerkyras et Profete Daniel, Tavros, Athènes - Grèce -
Tél. : (1) 34.68.639

Nombre d'usines : 1 (Tavros, Athènes)

Produits : Lait en bouteille, yoghourts, crème glacée

Filiales et participations : Aucune

Participation étrangère : Aucune

Technologie étrangère : Aucune

Evolution de quelques indicateurs significatifs de l'entreprise

		en millions de drachmes				
	I n d i c a t e u r s	1966	1973	1974	1975	1976
1	Capital social	-	35	35	35	35
2	Nombre d'actions	-	35000	35000	35000	35000
3	Nombre d'effectifs	-	484	388	397	500
4	Actifs fixes	-	116	128	154	241
5	Invest. en capitaux fixes	-	33	30	56	-
6	Capitaux propres	-	40	61	81	127
7	Dettes totales	-	128	132	163	260
8	Bénéfice net	-	(5) ⁽¹⁾	28	32	26
9	Rent. capit. propres en %	-	0,0	45,9	39,5	20,5
10	Rent. du CA en %	-	0,0	6,9	5,4	-

(1) Perte nette

ANNEXE I.2.1.8. VOCTAS S.A.

Nom de l'entreprise : VOCTAS SA - Industrie des Viandes de volaille et des aliments pour volaille.

Année de fondation : 1952

Société Anonyme en : 1958

Siège Social : 8, rue Ghuilfordon, Athènes - Grèce -
Tél. : (1) 82.39.983

Nombre d'usines : 3 (Vari, Attique-Oinofyta, Borotia- Koropi, Attique)

Produits : Viande de volaille, aliments pour volaille, oeufs.

Filiales et participations : Aucune

Participation étrangère : Aucune

Technologie étrangère : Aucune

Evolution de quelques indicateurs significatifs de l'entreprise

en millions de drachmes

	I n d i c a t e u r s	1966	1973	1974	1975	1976
1	Capital social	14	85	85	85	85
2	Nombre d'actions	14000	852770	852770	852770	852770
3	Nombre d'effectifs	154	291	326	405	490
4	Actifs fixes	37	136	172	228	267
5	Invest. en capitaux fixes	-	25	65	76	-
6	Capitaux propres	3	115	134	141	209
7	Dettes totales	52	123	226	206	233
8	Bénéfice net	(6) ⁽¹⁾	35	25	16	30
9	Rent.capit.propres en %	0,0	30,4	18,6	11,3	14,3
10	Rent. du CA en %	-	10,2	6,8	3,1	-

(1) Perte nette

ANNEXE I.2.1.9. PAVLIDOU S.A.

Nom de l'entreprise : PAVLIDOU Chocolaterie SA

Année de fondation : 1841

Société Anonyme en : 1936

Siège Social : 2, Vissis, Athènes - Grèce -
Tél. : (1) 32.16.471

Nombre d'usines : 1, Athènes

Produits : Chocolat, cacao, chewing gum, confiserie.

Filiales et participations : aucune

Participation étrangère : aucune

Technologie étrangère : aucune

Evolution de quelques indicateurs significatifs de l'entreprise

en millions de drachmes

	I n d i c a t e u r s	1966	1973	1974	1975	1976
1	Capital social	8,342	55,04	55,04	55,04	55,04
2	Nombre d'actions	17200	550400	550400	550400	550400
3	Nombre d'effectifs	460	421	450	511	550
4	Actifs fixes	21	110	112	126	121
5	Invest. en capitaux fixes	-	6	14	25	-
6	Capitaux propres	27	120	123	128	135
7	Dettes totales	31	82	102	120	181
8	Bénéfice net	4	5	4	14	13
9	Rent.capit.propres en %	14,8	4,2	3,2	10,9	9,6
10	Rent. du CA en %	-	1,6	1,0	2,9	-

ANNEXE I.2.1.10. MOULINS DE MACEDOINE

Nom de l'entreprise : MOULINS DE MACEDOINE E. MELISSARIS SA

Année de fondation : 1955

Société Anonyme en : 1968

Siège Social : Commune d'Eleftería, Salonique - Grèce -
Tél. : (31) 76.32.21

Nombre d'usines : 1 (Eleftería)

Produits : Farine, semoule et sous-produits

Filiales et participations : Aucune

Participation étrangère : Aucune

Technologie étrangère : Aucune

Evolution de quelques indicateurs significatifs de l'entreprise

		en millions de drachmes				
	I n d i c a t e u r s	1966	1973	1974	1975	1976
1	Capital social	-	30	30	30	37
2	Nombre d'actions	-	30000	30000	30000	37000
3	Nombre d'effectifs	-	121	121	119	160
4	Actifs fixes	-	47	43	72	114
5	Invest. en capitaux fixes	-	3	6	38	-
6	Capitaux propres	-	40	50	72	105
7	Dettes totales	-	156	287	368	339
8	Bénéfice net	-	4	18	31	12
9	Rent.capit.propres en %	-	10,0	36,0	43,0	11,4
10	Rent. du CA en %	-	1,5	5,0	7,5	-

ANNEXE I.3.1. : Liste des produits à partir desquels NIELSEN a estimé le chiffre d'affaires de la distribution alimentaire (magasins d'alimentation générale).

Détergents

1. Lessive à la main
2. Lessive machine
3. Détergent en poudre à récurer
4. Nettoyant pour vitres
5. Crème à récurer
6. Liquide vaisselle
7. Eponges vaisselle (type Scotch Bright)
8. Cire pour le parquet
9. Poudre détartrant
10. Cirage chaussures
11. Biscuits
12. Potages en cubes
13. Sel fin
14. Gâteaux (flans, etc...)
15. Produits dérivés de la pomme de terre
16. Lait au chocolat
17. Boissons rafraîchissantes
18. Bières
19. Laque pour cheveux
20. Shampoing
21. Déodorants
22. Crèmes corporelles
23. Savons de toilette
24. Serviettes
25. Couches
26. Piles
27. Colle

A N N E X E S I I

- Annexe II.1. Tableaux de concentration dans les IAA sans boissons
- Annexe II.2. Tableaux de concentration dans les industries laitières
- Annexe II.3. Tableaux de concentration dans les industries de condiments
- Annexe II.4. Tableaux de concentration dans l'industrie de la viande
- Annexe II.5. Tableaux de concentration dans la chocolaterie-confiserie
- Annexe II.6. Tableaux de concentration dans les industries fabriquant des aliments du bétail.
- Annexe II.7. Le cadre juridique de l'entreprise en Grèce

ANNEXE II.1. TABLEAUX DE CONCENTRATION DANS LES IAA SANS BOISSONS

Tableau 1 : Evolution des données globales de l'échantillon

Tableau 3 : Indices Linda :

- chiffre d'affaires
- effectif
- masse salariale
- bénéfice net
- investissements bruts

Tableau 3bis : Tableau structurel des courbes Linda

- Année 1973
- Année 1974
- Année 1975

Tableau 4 : Tableau récapitulatif des indices Linda.

CONCENTRATION INDUSTRIELLE

 * TABLEAU NO 1 *
 * *
 * 1973 - 1975 *
 * *****

EVOLUTION DES DONNEES GLOBALES : TOTAL DU SECTEUR ET ECHANTILLON

PAYS : GRECE
 INSTITUT : I.A.M.-MONTPELLIER
 SECTEUR : ENSEMBLE IAA SANS ROTISSONS
 ENTREPRISES

 * VARIABLE : 01 CHIFFRE D'AFFAIRES *
 * *****

TOTAL		E C H A N T I L L O N					
ANNEE	N	VALEUR (T)	1973=100	N	VALEUR (F)	1973=100	E/T %
1973	*	*	*	49	11856,067	100	I
1974	*	*	*	50	15757,957	132	I
1975	*	*	*	50	19060,899	160	I
*	*	*	*	I	*	*	I
*	*	*	*	I	*	*	I
*	*	*	*	I	*	*	I
*	*	*	*	I	*	*	I
*	*	*	*	I	*	*	I
*	*	*	*	I	*	*	I

1973	*	*	*	49	12,268	100	I
1974	*	*	*	50	13,320	108	I
1975	*	*	*	50	14,803	120	I
*	*	*	*	I	*	*	I
*	*	*	*	I	*	*	I
*	*	*	*	I	*	*	I
*	*	*	*	I	*	*	I
*	*	*	*	I	*	*	I

IV/A-3

CONCENTRATION INDUSTRIELLE

* TABLEAU NO 1 *
* 1973 - 1975 *

EVOLUTION DES DONNEES GLOBALES : TOTAL DU SECTEUR ET ECHANTILLON

PAYS : GRECE
INSTITUT : I.A.M.-MONTPELLIER
SECTEUR : ENSEMBLE IAA SANS BOISSONS
ENTREPRISES

PAGE 2

VARIABLE : 03 MASSF SALARIALE									

TOTAL ECHANTILLON									

ANNEE	N	VALEUR (T)	1973=100	N°	VALEUR (E)	1973=100	E/T	%	

1973	*	*	*	49	908.656	100	I		
1974	*	*	*	50	1324.555	132	I		
1975	*	*	*	50	1891.190	180	I		
*	*	*	*	*	*	*	I		
*	*	*	*	*	*	*	I		
*	*	*	*	*	*	*	I		
*	*	*	*	*	*	*	I		

VARIABLE : 04 BENEFICE NET									

1973	*	*	*	44	561.000	100	I		
1974	*	*	*	40	932.514	166	I		
1975	*	*	*	47	790.925	140	I		
*	*	*	*	*	*	*	I		
*	*	*	*	*	*	*	I		
*	*	*	*	*	*	*	I		
*	*	*	*	*	*	*	I		

IV/A-3

CONCENTRATION INDUSTRIELLE

* TABLEAU NO 1 *
* 1973 - 1975 *

EVOLUTION DES DONNEES GLOBALES : TOTAL DU SECTEUR ET ECHANTILLON

PAYS : GRECE
INSTITUT : I.A.M.-MONTPELLIER
SECTEUR : ENSEMBLE IAA SANS BOTISSONS
ENTREPRISES

PAGE 3

```

*****
* VARIABLE : 06 INVESTIS BRUTS
*
* TOTAL I ECHANTILLON I
*
* ANNEE * N * VALEUR (T) * 1973=100 I N* * VALEUR (F) * 1973=100 I E/T *
*
* 1973 * * * * * 50 * 1407.793 * 100 I
* 1974 * * * * * 48 * 1203.603 * 85 I
* 1975 * * * * * 48 * 1941.592 * 137 I
*
* * * * * I * * * * I *
* * * * * I * * * * I *
* * * * * I * * * * I *
* * * * * I * * * * I *
* * * * * I * * * * I *
* * * * * I * * * * I *
*****

```

IV/A-3

E V O L U T I O N D E L A C O N C E N T R A T I O N

* TABLEAU NO 3 *
* 1973 - 1975 *

INDICES LINDA (L) ET RATIOS DE CONCENTRATION (CR)

PAYS : GREC
INSTITUT : I.A.M.-MONTPELLIER
SECTEUR : ENSEMBLE IAA SANS BOISSONS
ENTREPRISES

PAGE 1

VARIABLE : 01 CHIFFRE D'AFFAIRES

ANNEE	L	4	8	10	12	20	30	40	N	I	L	N	L	N	L	N	L	N	L	N
1973	L	0.48917	0.26026	0.21948	0.18692	0.12669	0.0928	0.09216	149	0.12825	2	0.80281	2	0.80281	33	0.09398				
1974	L	0.61264	0.32862	0.27767	0.23533	0.15072	0.12136	0.10686	150	0.12182	2	1.08967	2	1.08967	42	0.10460				
1975	L	0.96578	0.43166	0.34593	0.29154	0.19459	0.14673	0.12999	150	0.12031	2	1.89756	2	1.89756	49	0.11903				

E V O L U T I O N D E L A C O N C E N T R A T I O N

TABLAU NO 3
1973 - 1975

INDICES LINDA (L) ET RATIOS DE CONCENTRATION (CR)

PAYS : GRECE
INSTITUT : I.A.M.-MONTPELLIER
SECTEUR : ENSEMBLE IAA SANS BOISSONS
ENTREPRISES

Table with columns for ANNEE, L, FT, CR, INDICES L ET CR RELATIFS A N=, and C O U R B E S. Includes data for years 1973, 1974, and 1975, and a summary row for ECHANTILLON.

E V O L U T I O N D E L A C O N C E N T R A T I O N

TARLEAU NO 3
1973 - 1975

INDICES LINDA (L) ET RATIOS DE CONCENTRATION (CR)

PAYS : GREC
INSTITUT : I.A.M.-MONTPELLIER
SECTEUR : ENSEMBLE IAA SANS BOISSONS
ENTREPRISES

VARIABLE : 03 MASSE SALARIALE

ANNEE	L	CR	INDICES L ET CR RELATIFS A N*	N	L	N*	L	N*	L	N*	L	N*
1973	0.57906	0.28225	0.23000	0.12241	0.10653	0.10092	149	0.11910	2	1.19627	2	1.19627
1974	0.68076	0.31974	0.25055	0.12718	0.11464	0.10500	150	0.10229	2	1.51319	2	1.51319
1975	0.96307	0.61985	0.32174	0.25828	0.15979	0.12263	150	0.12281	2	2.24970	2	2.24970

COURSES
ECHANTILLONNAGE MAXIMUM : 2EM MAXIMUM : MINIMUM

IV/A-3

EVALUATION DE LA CONCENTRATION

TABLAU NO 3
1973 - 1975

INDICES LINDA (L) ET RATIOS DE CONCENTRATION (CR)

PAYS : GRECE
INSTITUT : I.A.M.-MONTPELLIER
SECTEUR : ENSEMBLE IAA SANS BOISSONS
ENTREPRISES

PAGE 5

VARIABLE : 06 INVESTIS BRUTS

ANNEE	L	CR	INDICES L ET CR RELATIFS A N° =	INVESTIS BRUTS	ECHANTILLON	MAXIMUM	2EM MAXIMUM	MINIMUM
%					N°	H°	M°	N°M
1973	2.13471	0.98199	0.51482	0.39638	150	0.53034	2	4.77585
1974	0.63380	0.28740	0.12834	0.10682	148	0.38999	2	1.54346
1975	2.08073	0.80036	0.60671	0.29736	148	0.51624	2	5.70437

CONCENTRATION INDUSTRIELLE
 TARLEAU STRUCTUREL DES COURBES LINDA

 * TARLEAU NO 3BIS *

PAYS : GRECE
 INSTITUT : I.A.M.-MONTPELLIER
 SECTEUR : ENSEMBLE IAA SANS POISSONS
 ENTREPRISES

ANNÉE : 1973

N°	VARIABLE									
	01	02	03	04	06	07	08	09	10	11
	CHIFFRE D'AFFAIRES	EFFECTIF	MASSE SALARIALE	RENTES NET	INVESTIS RUTS					
2	0.80281	0.94501	1.19627	0.65681	6.77585					
3	0.61792	0.71651	0.74657	0.47888	2.69849					
4	0.48017	0.53601	0.57906	0.35940	2.13471					
5	0.39471	0.41545	0.46158	0.32021	1.62870					
6	0.32889	0.33285	0.38047	0.27770	1.56009					
7	0.29375	0.27947	0.32799	0.25724	1.13613					
8	0.26026	0.24197	0.28225	0.23174	0.98189					
9	0.23941	0.21377	0.25347	0.21763	0.85443					
10	0.21948	0.19771	0.23000	0.20546	0.75899					
11	0.20261	0.17247	0.20832	0.19834	0.68312					
12	0.18692	0.15775	0.19035	0.19162	0.61482					
13	0.17279	0.14663	0.17646	0.19492	0.56358					
14	0.16191	0.13719	0.16419	0.19270	0.53069					
15	0.15375	0.13075	0.15326	0.19580	0.50152					
16	0.14623	0.12370	0.14378	0.19525	0.47466					
17	0.13929	0.11781	0.13817	0.19178	0.45324					
18	0.13557	0.11299	0.13239	0.18871	0.43229					
19	0.13095	0.10937	0.12687	0.19233	0.41434					
20	0.12669	0.10568	0.12241	0.18849	0.39638					
21	0.12414	0.10240	0.11854	0.19523	0.37970					
22	0.12233	0.99887	0.11440	0.18105	0.36397					
23	0.11986	0.99703	0.11182	0.18298	0.34905					
24	0.11714	0.99518	0.11004	0.18021	0.33660					
25	0.11416	0.99447	0.11012	0.17847	0.32536					
26	0.11110	0.99369	0.10918	0.17694	0.31516					
27	0.10827	0.99416	0.10766	0.17354	0.31233					
28	0.10525	0.99471	0.10582	0.17121	0.31066					
29	0.10218	0.99445	0.10222	0.16924	0.30855					
30	0.09928	0.99373	0.10053	0.16949	0.30531					
31	0.09774	0.99270	0.10653	0.17102	0.30437					
32	0.09465	0.99238	0.10616	0.17317	0.30275					
33	0.09398	0.99154	0.10569	0.17459	0.30025					
34	0.09472	0.99076	0.10481	0.18305	0.29924					
35	0.09344	0.98975	0.10448	0.18335	0.29685					
36	0.09335	0.98888	0.10366	0.20198	0.29410					
37	0.09288	0.98800	0.10300	0.20799	0.29366					
38	0.09284	0.98755	0.10243	0.21535	0.29073					
39	0.09254	0.98781	0.10164	0.22649	0.28964					
40	0.09216	0.98765	0.10092	0.23540	0.28933					
41	0.09169	0.98727	0.09999	0.24672	0.28932					

CONCENTRATION INDUSTRIELLE

* TABLEAU NO. 3BIS

TARLEAU STRUCTUREL DES COURBES LINDA

PAGE 2

PAYS : GRFCF
INSTITUT : I.-A.-M.-MONTPELLIER
SECTEUR : ENSEMBLE IAA SANS BOISSONS
ENTREPRISES

ANNEE : 1973

		V A R I A B L E					
N°		01	02	03	04	06	
42	CHIFFRE D'AFFAIRES*	0.09134	0.03705	0.10933	0.25566	0.28944	*
43	MASSE SAIARIALE	0.09125	0.09827	0.10950	0.26954	0.29874	*
44	EFFECTIF	0.09092	0.08982	0.10087	1.44755	0.30645	*
45	BENEFICE NET	0.09116	0.08925	0.10108	0.31390	0.31390	*
46	INVESTIS BRUTS	0.09300	0.09049	0.10358	0.34446	0.34446	*
47	INVESTIS NETS	0.10292	0.09220	0.10549	0.37450	0.37450	*
48	INVESTIS BRUTS	0.11054	0.09344	0.10819	0.40526	0.40526	*
49	INVESTIS NETS	0.12825	0.10336	0.11919	0.44464	0.44464	*
50	INVESTIS BRUTS				0.53034	0.53034	*
51	INVESTIS NETS						*

CONCENTRATION INDUSTRIELLE

* TABLFAU NO 3BIS *

TABLFAU STRUCTUREL DES COUPRES LINDA

PAGE 3

PAYS : GRECE
INSTITUT : I.A.M.-MONTPELLIER
SCTEUR : ENSEMBLE TAA SANS BOISSONS
ENTREPRISES

ANNEE : 1974

N°	CHIFFRE D'AFFAIRES	EFFECTIF	MASSE SALARIALE	BENEFICE NET	INVESTIS RPTS	V A R T A B L F	
						03	06
2	1.08967	1.18710	1.51319	0.51741	1.54366	*	*
3	0.81367	0.72372	0.85764	0.47592	0.87606	*	*
4	0.61264	0.58912	0.68076	0.41506	0.63380	*	*
5	0.50311	0.46595	0.55701	0.38863	0.49317	*	*
6	0.42628	0.38126	0.45766	0.36896	0.40987	*	*
7	0.36926	0.32166	0.37693	0.35735	0.33480	*	*
8	0.32862	0.27576	0.31974	0.32718	0.28740	*	*
9	0.30214	0.24710	0.28201	0.30736	0.25895	*	*
10	0.27767	0.21766	0.25055	0.27717	0.23177	*	*
11	0.25366	0.19791	0.22415	0.25662	0.21142	*	*
12	0.23333	0.18302	0.20584	0.24256	0.19577	*	*
13	0.21831	0.16877	0.18938	0.23039	0.18095	*	*
14	0.20284	0.15610	0.17566	0.21682	0.16731	*	*
15	0.18915	0.14634	0.16318	0.21181	0.15797	*	*
16	0.17827	0.13752	0.15329	0.20505	0.14851	*	*
17	0.17059	0.12919	0.14592	0.20124	0.14157	*	*
18	0.16397	0.12249	0.13981	0.19676	0.13633	*	*
19	0.15535	0.11724	0.13360	0.19060	0.13235	*	*
20	0.15072	0.11271	0.12718	0.18457	0.12834	*	*
21	0.14759	0.10972	0.12121	0.18292	0.12401	*	*
22	0.14395	0.10706	0.11750	0.18669	0.12090	*	*
23	0.13997	0.10647	0.11894	0.18894	0.11769	*	*
24	0.13596	0.10505	0.11869	0.19070	0.11459	*	*
25	0.13282	0.10364	0.11878	0.19166	0.11144	*	*
26	0.12922	0.10494	0.11795	0.20284	0.10856	*	*
27	0.12772	0.10563	0.11690	0.21054	0.10717	*	*
28	0.12605	0.10548	0.11677	0.21596	0.10662	*	*
29	0.12389	0.10473	0.11599	0.22096	0.10673	*	*
30	0.12136	0.10380	0.11464	0.23969	0.10692	*	*
31	0.11924	0.10255	0.11349	0.26650	0.10652	*	*
32	0.11709	0.10109	0.11284	0.29437	0.10762	*	*
33	0.11517	0.09971	0.11201	0.31635	0.11044	*	*
34	0.11384	0.09823	0.11125	0.37058	0.11192	*	*
35	0.11297	0.09737	0.11070	0.41109	0.11581	*	*
36	0.11176	0.09641	0.10972	0.46178	0.11871	*	*
37	0.11042	0.09544	0.10858	0.57955	0.12141	*	*
38	0.10840	0.09430	0.10771	0.93061	0.12376	*	*
39	0.10813	0.09315	0.10570	0.12970	0.12551	*	*
40	0.10686	0.09273	0.10599	0.21043	0.13243	*	*
41	0.10577	0.09243	0.10513	=====	0.13815	*	*

IV/A-1

CONCENTRATION INDUSTRIELLE

TARLFAU NO 3BIS

TARLFAU STRUCTUREL DES COURRES LINDA

PAYS : GRECE
INSTITUT : I.A.M.-MONTPELLIER
SECTEUR : ENSEMBLE IAA SANS RNTISSONS
ENTREPRISES

PAGE 4

ANNEE : 1974

V A P I A B L E

Table with columns for line numbers (42-50) and financial metrics (01-06) such as CHIFFRE D'AFFAIRES, MASSE SALARIALE, EFFECTIF, MASSE INVESTIS, and BENEFICE NET. Values are presented in scientific notation (e.g., 0.10467, 0.09177).

TABLAU STRUCTUREL DES COURBES LINDA

PAYS : GRCE
INSTITUT : I.A.M.-MONTPELLIER
SECTEUR : ENSEMBLE 14A SANS BOISSONS
ENTREPRISES

ANNÉE : 1975

N°	V A R I A B L E									
	31	32	33	04	06	34	35	36	37	38
	CHIFFRE D'AFFAIRES*	EFFECTIF	MASSE SALARIALE*	BENEFICE NET	INVESTIS BRUTS	CHIFFRE D'AFFAIRES*	EFFECTIF	MASSE SALARIALE*	BENEFICE NET	INVESTIS BRUTS
2	1.89756	1.95310	2.24970	2.04942	5.70437					
3	1.38435	1.13310	1.22354	1.32436	3.22705					
4	0.96678	0.83308	0.95307	0.96692	2.08003					
5	0.74318	0.64459	0.75064	0.73010	1.49108					
6	0.58716	0.51393	0.60013	0.58842	1.15812					
7	0.49977	0.42665	0.49468	0.50382	0.93043					
8	0.43166	0.36846	0.41985	0.43237	0.80036					
9	0.38736	0.32725	0.35465	0.37838	0.69003					
10	0.34593	0.29143	0.32174	0.35619	0.56671					
11	0.31230	0.26073	0.28657	0.33350	0.54919					
12	0.29154	0.23692	0.25828	0.31981	0.49714					
13	0.27453	0.21320	0.23419	0.28804	0.45410					
14	0.25744	0.19497	0.21908	0.27572	0.41815					
15	0.24950	0.18952	0.20474	0.26571	0.38776					
16	0.22952	0.16951	0.19238	0.25581	0.36352					
17	0.21790	0.15943	0.18098	0.25173	0.34461					
18	0.20936	0.15010	0.17237	0.24344	0.32783					
19	0.20037	0.14258	0.16576	0.23543	0.31126					
20	0.19459	0.13639	0.15979	0.22685	0.29736					
21	0.18930	0.13054	0.15342	0.21931	0.28714					
22	0.18368	0.12821	0.14792	0.21498	0.27783					
23	0.17754	0.12759	0.14399	0.22111	0.27000					
24	0.17167	0.12566	0.14531	0.22551	0.26659					
25	0.16657	0.12361	0.14554	0.23301	0.26056					
26	0.16147	0.12287	0.14514	0.24045	0.25581					
27	0.15780	0.12134	0.14373	0.24479	0.25155					
28	0.15300	0.12034	0.14227	0.31811	0.24714					
29	0.15040	0.11892	0.14017	0.34514	0.24217					
30	0.14673	0.11721	0.13803	0.43068	0.23857					
31	0.14423	0.11625	0.13604	0.46642	0.23777					
32	0.14149	0.11520	0.13426	0.61787	0.23604					
33	0.13986	0.11307	0.13224	0.94716	0.23463					
34	0.13797	0.11246	0.13032	1.46620	0.23280					
35	0.13594	0.11068	0.12815	2.11980	0.23091					
36	0.13528	0.10911	0.12655	4.73281	0.23025					
37	0.13409	0.10741	0.12474	6.47695	0.23187					
38	0.13290	0.10556	0.12377	7.53055	0.23322					
39	0.13147	0.10380	0.12320	8.65992	0.23660					
40	0.12999	0.10226	0.12263	5.63896	0.23606					
41	0.12827	0.10099	0.12187	1.46734	0.24023					

CONCENTRATION INDUSTRIELLE

* TARLEAU NO 3BIS *

TARLEAU STRUCTUREL DES COURBES LINDA

PAYS : GRECE
INSTITUT : I.A.M.-MONTPELLIER
SECTEUR : ENSEMBLE IAA SANS POISSONS
ENTREPRISES

ANNEE : 1975

		V A R I A B L E					
N°		01	02	03	04	06	
42	* CHIFFRE * EFFECTIF * SALARIALE * NET * RPUTS *	0.12666	0.09952	0.12102	1.10662	0.24578	*
43	* MASSE * BENEFICE * INVESTIS *	0.12518	0.09920	0.12112	0.98901	0.26593	*
44	* MASSES * NETTES * INVESTIS *	0.12360	0.09894	0.12089	0.67694	0.28229	*
45	* MASSES * NETTES * INVESTIS *	0.12194	0.09892	0.12131	0.43715	0.30344	*
46	* MASSES * NETTES * INVESTIS *	0.12037	0.09897	0.12171	0.32850	0.35320	*
47	* MASSES * NETTES * INVESTIS *	0.11995	0.09883	0.12200	0.27492	0.43897	*
48	* MASSES * NETTES * INVESTIS *	0.11967	0.09941	0.12227		0.51624	*
49	* MASSES * NETTES * INVESTIS *	0.11903	0.10314	0.12318			*
50	* MASSES * NETTES * INVESTIS *	0.12031	0.10558	0.12281			*

TABLÉAU RECAPITULATIF DES INDICES L

PAYS : GRECE
INSTITUT : I.A.M.-MONTPELLIER
SECTEUR : ENSEMBLE IAA SANS MOISSONS
ENTREPRISES

Table with columns for variables (01-06), years (1973, 1974, 1975), and indices (LN, M, N, LS, LN*M, LS*N, M). Rows include categories like CHIFFRE D'AFFAIRES, EFFECTIF, MASSE SALARIALE, BENEFICE NET, and INVESTIS BRUTS.

ANNEXE II.2. : TABLEAUX DE CONCENTRATION DANS L'INDUSTRIE LAITIÈRE

Tableau 1 : Evolution des données globales de l'échantillon

Tableau 3 : Indices Linda : - Effectif
- Bénéfice Net
- Cash-Flow
- Capitaux propres.

Tableau 3bis : Tableau structurel des courbes Linda :

- Année 1973
- Année 1974
- Année 1975

Tableau 4 : Tableau récapitulatif des indices Linda.

CONCENTRATION INDUSTRIELLE

 * TABLEAU NO 1 *
 * *
 * 1973 - 1975 *
 * *****

EVOLUTION DES DONNEES GLOBALES : TOTAL DU SECTEUR ET ECHANTILLON

PAYS : GRECE
 INSTITUT : I.A.M.-MONTPELLIER
 SECTEUR : PRODUITS LAITIERES
 ENTREPRISES

 PAGE 1

VARIABLE : 02 EFFECTIF

ANNEE	N	VALEUR (T)	1973=100	I N*	VALEUR (E)	1973=100	E/T %
1973	*	*	111	*	1.830	100	*
1974	*	*	113	*	1.836	100	*
1975	*	*	113	*	1.792	97	*

VARIABLE : 04 BENEFICE NET

ANNEE	R	VALEUR (T)	1973=100	I R*	VALEUR (E)	1973=100	E/R %
1973	*	*	100	*	23.004	100	*
1974	*	*	109	*	41.762	181	*
1975	*	*	108	*	55.204	239	*

1VA-3

F V O L U T I O N D E L A C O N C E N T R A T I O N

INDICES LINDA (L) ET RATIOS DE CONCENTRATION (CR)

TARLEAU NO 3
1973 - 1975

PAYS : GDFC
INSTITUT : I.A.M.-MONTPELLIER
SECTEUR : PRODUITS LAITIERS
ENTREPRISES

PAGE 2

VARIABLE : 04 RENEECE NET

ANNEE	L	INDICES L	ET	CR	RELATIFS A	N	=	I	ECHANTILLON	MAXIMUM	2FM	MAXIMUM	MINIMUM
%													
1973	L	0.49334	0.75621	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.75621	2	0.52559	8	0.41955
1974	L	1.55469	3.57988	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	4.54970	2	3.15047	9	1.25847
1975	L	2.10854	2.92848	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	2.92848	2	1.37939	8	0.94008

IV/A-3

EVALUATION DE LA CONCENTRATION

* TABLEAU NO 3 *
* 1973 - 1975 *

INDICES LINDA (L) ET RATIOS DE CONCENTRATION (CR)

PAYS : GRECE
INSTITUT : I.A.M.-MONTPELLIER
SECTEUR : PRODUITS LAITIERES
ENTREPRISES

PAGE 3

VARIABLE : 05 CASH FLOW

ANNEE	L	ET	CR	RELATIFS	A	N°	=	C O U R S E S							
								I	N°	L	N°	L	N°	L	
								ECHANTILLONNIER MAXIMUM : 2EM MAXIMUM: MINIMUM							
								I	N°	L	N°	L	N°	L	
1973	L	*	1.72625	:	0.77747	:	0.82021	:	0.0	:	0.0	:	0.0	:	0.77747
1974	L	*	1.23272	:	0.77670	:	0.79248	:	0.0	:	0.0	:	0.0	:	0.71093
1975	L	*	1.25923	:	1.25194	:	1.46734	:	0.0	:	0.0	:	0.0	:	1.06218

1V/A-3

E V O L U T I O N D E L A C O N C E N T R A T I O N

* TABLEAU NO 3 *
* 1973 - 1975 *
* *****

INDICES LINDA (L) ET RATIOS DE CONCENTRATION (CR)

PAYS : GPECE
INSTITUT : I.A.M.-MONTPELLIER
SECTEUR : PRODUITS LAITIFERS
ENTREPRISES

PAGE 4

VARIABLE : 07 CAPITAUX PROPRES

C O U R B E S L

ANNEE	L	FT	CR	PFLATIFS A	N° =	I	N°	L	N°	HC	NHC	H	NH	M	NM	MINIMUM
1973	1.28914	0.92814	0.81120	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	3	1.64280	3	1.64280	10	0.81120	
1974	1.50093	0.81040	0.74825	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	3	1.71862	3	1.71862	11	0.72687	
1975	1.57681	0.80005	1.96007	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	3	1.82162	3	1.82162	9	0.96007	

TABLEAU STRUCTUREL DES COURSES LINDA

PAYS : GRECE
 INSTITUT : I.A.M.-MONTPELLIER
 SECTEUR : PRODUITS LAITIERES
 ENTREPRISES

ANNFF : 1973

		V A R I A B L E			
N°		02	04	05	07
		EFFECTIF	BENEFICE	CASH	CAPITAUX
			NFT	FLOW	PROGRES
1	?	0.80260	0.52559	1.92512	1.35795
2		=====	=====	=====	=====
3		1.60570	0.41955	1.65906	1.64280
4		=====	-----	=====	=====
5		1.33321	0.40334	1.32625	1.28914
6		1.07096	0.49704	1.04517	1.22357
7		0.96753	0.52283	0.96990	1.07932
8		0.82240	0.53669	0.85195	0.98541
9		0.70921	0.75621	0.77747	0.92914
10		=====	=====	-----	=====
11		0.61576		0.78999	0.84613
12		0.55999		0.82021	0.81120
13		-----		-----	-----
14		0.60978		0.85925	

CONCENTRATION INDUSTRIELLE

* TABLFAU NO 3BIS *

TABLFAU STRUCTUREL DES COURRES LINDA

PAGE 2

PAYS : GRECE
INSTITUT : I.A.M.-MONTPELLIER
SECTEUR : PRODUITS LAITIERES
ENTREPRISES

ANNEE : 1974

V A P I A B L E

N°	02	04	05	07
EFFECTIF	RENTICIF	CASH FLOW	CAPITAUX PROPRES	
NET				
1	1.00002	3.15047	0.84676	0.92258
2	1.28944	1.71057	1.63210	1.71862
3	1.21555	1.55449	1.23202	1.50093
4	1.00027	1.25847	1.04583	1.24258
5	0.81659	1.68248	0.99627	1.06039
6	0.72937	1.20881	0.86672	0.90562
7	0.64164	3.57988	0.77670	0.81040
8	0.56544	4.54970	0.71093	0.79325
9	0.50737			
10			0.79248	0.76977
11			0.91598	0.72687
12			1.19626	0.74825
13				

TABLEAU STRUCTUREL DES COURSES LINDA

PAYS : GRECE
INSTITUT : I.A.N.-MONTPELLIER
SECTEUR : PRODUITS LAITIERES
ENTREPRISES

ANNEE : 1975

V A P T A B L E

N°	02	03	04	05	07
	EFFECTIF	BENEFICE NET	CASH FLOW	CAPITAUX PROPRES	
2	0.05340	1.37010	0.81312	0.75201	
3	1.36309	0.94008	1.43989	1.82162	
	=====				
4	1.27318	2.10854	1.25923	1.57681	
5	0.97798	2.08462	1.06218	1.39136	

6	0.86538	2.42216	1.28822	1.16878	
7	0.72532	2.46842	1.24440	1.03514	
8	0.64907	2.92848	1.25194	0.99095	
		=====			
9	0.57231		1.38108	0.96007	

10	0.51304		1.46734		
11	0.56323		3.40728		
			=====		
12	0.57285				
13	0.65283				

CONCENTRATION INDUSTRIELLE

TABLAU RECAPITULATIF DES INDICES L

PAYS : GRECE
INSTITUT : I.A.M.-MONTPELLIER
SECTEUR : PRODUITS LAITERS
ENTREPRISES

Table with columns for variables (02 EFFECTIF, 04 BENEFICE NET, 05 CASH FLOW, 07 CAPITAUX PROPRES) and indices for years 1973, 1974, 1975. Includes sub-headers for ANNEE and INDICES.

ANNEXE II.3. TABLEAUX DE CONCENTRATION DANS LES INDUSTRIES DE CONDIMENTS

Tableau 1 : Evolution des données globales de l'échantillon

Tableau 3 : Indices Linda : - Effectif
- Bénéfice Net
- Cash-Flow
- Capitaux Propres.

Tableau 3bis : Tableau structurel des courbes Linda :

- Année 1973
- Année 1974
- Année 1975

Tableau 4 : Tableau récapitulatif des Indices Linda

IV/A-3

CONCENTRATION INDUSTRIELLE

* TABLEAU NO 1 *
* 1973 - 1975 *

EVOLUTION DES DONNEES GLOBALES : TOTAL DU SECTEUR ET ECHANTILLON

PAYS : GRECE
INSTITUT : I.A.M.-MONTPELLIER
SECTEUR : CONDIMENTS
ENTREPRISES

PAGE 1

*****		VARIABLE : 02 EFFECTIF		*****	
*****		TOTAL		*****	
*****		E C H A N T I L L O N		*****	
ANNEE	N	VALEUR (T)	N	VALEUR (E)	E/T %
*****		1973=100		1973=100	
1973	7	0.213	7	0.213	100
1974	8	0.239	8	0.239	112
1975	8	0.253	8	0.253	118

*****		VARIABLE : 04 BENEFICE NET		*****	
*****		TOTAL		*****	
ANNEE	N	VALEUR (T)	N	VALEUR (E)	E/T %
*****		1973=100		1973=100	
1973	6	8.146	6	8.146	100
1974	8	8.195	8	8.195	100
1975	4	11.551	4	11.551	141

CONCENTRATION INDUSTRIELLE

EVOLUTION DES DONNEES GLOBALES : TOTAL DU SECTEUR ET ECHANTILLON

 * TABLEAU NO 1 *
 * 1973 - 1975 *

PAYS : GRECE
 INSTITUT : I.A.M.-MONTPELLIER
 SECTEUR : COMMERCE
 ENTREPRISES :

PAGE 2

*****		VARIABLE : 05 CASH FLOW		*****	
*****		TOTAL		ECHANTILLON	
ANNEE	N	VALEUR (T)	N°	VALEUR (E)	E/T %
*****		*****	*****	*****	*****
*****		1973=100	*****	1973=100	*****
1973			7	22.039	100
1974			8	27.670	125
1975			7	32.376	146

*****		VARIABLE : 07 CAPITAUX PROPRES		*****	
*****		TOTAL		ECHANTILLON	
ANNEE	N	VALEUR (T)	N°	VALEUR (E)	E/T %
*****		*****	*****	*****	*****
*****		1973=100	*****	1973=100	*****

IV/A-3

EVALUATION DE LA CONCENTRATION

INDICES LINDA (L) ET RATIOS DE CONCENTRATION (CR)

TABLEAU NO 3
1973 - 1975

PAGE 1

PAYS : GRECE
INSTITUT : I.A.M.-MONTPELLIER
SECTEUR : CONDIMENTS
ENTREPPISES

VARIABLE : 02 EFFECIE

ANNÉE L ET CP RELATIVES A N° =

ANNÉE	L	CR	INDICES L ET CP RELATIVES A N° =				C O U R B E S				ECHANTILLONNIER MAXIMUM : 2EM MAXIMUM: MINIMUM						
			4	8	12	20	N°	N°	N°	N°	L	N°	N°	N°			
1973	0.38167	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	7	0.41493	2	0.55000	2	0.55000	5	0.35674
1974	0.39132	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	8	0.56035	2	0.56364	2	0.56364	4	0.39132
1975	0.38592	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	9	0.46555	2	0.56364	2	0.56364	3	0.37016

IV/A-3

E V O L U T I O N D E L A C O N C E N T R A T I O N

INDICES LINDA (L) ET RATIOS DE CONCENTRATION (CR)

TABLEAU NO 3
1973 - 1975

PAYS : GRECE
INSTITUT : I.A.M.-MONTPELLIER
SECITEUR : COMITENTS
ENTREPRISES

PAGE 2

ANNEE	L	CR	INDICES L ET CR RELATIFS A N° =				ECHANTILLONNIER MAXIMUM : 2EM MAXIMUM				C O U R S			
			L	CR	N°	N	N°	N	L	N°	L	N°	L	N°
1973	4	1.13708	10	30	20	40	6	56.37758	2	0.55047	6	56.37758	2	0.55047
1974	4	1.44213	7.03629	0.0	0.0	0.0	8	7.03629	2	1.12123	8	7.03629	3	1.03423
1975	4	1.43899	0.0	0.0	0.0	0.0	4	1.43899	2	0.83009	4	1.43899	2	0.83009

E.V.O.L.U.T.I.O.N. D.E. L.A. C.O.N.C.E.N.T.R.A.T.I.O.N
 INDICES LINDA (L) ET RATIOS DE CONCENTRATION (CR)

 * TABLEAU NO 3 *
 * 1973 - 1975 *

PAYS : GRECE
 INSTITUT : Y.A.M.-MONTPELLIER
 SECTEUR : CONDIMENTS
 ENTREPRISES

PAGE 4

VARIABLE : 37 CAPITAUX PROPRES

ANNEE	L	ET	CR	INDICES L ET CR RELATIFS A N° =			ECHANTILLONNAGE MAXIMUM : 2EM MAXIMUM :			C O U R S					
				L	CR	N°	L	N°	L	N°	L	N°	L	N°	
1973	4	8	10	12	20	30	40	7	0.33553	2	0.55408	2	0.55408	6	0.32026
1974	CP	0.47639	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	8	0.38003	2	0.52256	2	0.52256	6	0.29963
1975	CP	0.40786	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	8	0.54786	2	1.04326	2	1.04326	7	0.49165

IV/A-3

PAYS : GRECE
 INSTITUT : I.A.S. - MONTPELLIER
 SECOURS :
 ENTREPRISES : CONDIMENTS

CONCENTRATION INDUSTRIELLE
 TABLEAU STRUCTUREL DES COURBES LINDA

 * TABLEAU NO 3BIS *

PAGE 1

N°	V A R I A B L E			ANNÉE : 1973		
	02	05	07	04	05	07
	EFFECTIF	CASH FLOW	CAPITAUX PROPRES	BENEFICE NET	CASH FLOW	CAPITAUX PROPRES
1	0.55000	0.62958	0.55408	0.55047	0.62958	0.55408
2	0.45623	0.45623	0.55328	0.84959	0.45623	0.55328
3	0.38167	0.39861	0.47639	1.13708	0.39861	0.47639
4	0.35674	0.38376	0.34955	1.86025	0.38376	0.34955
5	0.42600	0.45108	0.32026	56.37758	0.45108	0.32026
6	0.41493	0.48002	0.33553	=====	0.48002	0.33553
7						

CONCENTRATION INDUSTRIELLE
 TABLEAU STRUCTUREL DES COURRES LINDA

PAYS : GRECE
 INSTITUT : I.A.M.-MONTPELLIER
 SECTEUR : CONDIMENTS
 ENTREPRISES

ANNEE : 1974

N°	V A R I A B L E			
	02	04	05	07
1	EFFECTIF	BENEFICE NET	CASH FLOW	CAPITAUX PROPRES
2	0.56364	1.12129	0.55501	0.52255
3	0.39183	1.03423	0.38138	0.50883
4	0.39132	1.48213	0.35259	0.40086
5	0.46291	1.45811	0.35913	0.35165
6	0.47373	2.26483	0.42053	0.29961
7	0.46589	5.32692	0.46402	0.33780
8	0.54335	7.03629	0.55683	0.38003

IV/A-3

CONCENTRATION INDUSTRIELLE

TABLEAU NO. 3BIS

TABLEAU STRUCTUREL DES COURRES LINDA

PAYS : GPECE
INSTITUT : I.A.M.-MONTPELLIER
SECTEUR : CONDIMENTS
ENTREPRISES

PAGE 3

ANNEE : 1975

N°	EFFECTIF		BENEFICE NET		CASH FLOW		CAPITAUX PROPRES		V A R I A B L E	
	02	06	04	06	05	07	07	07		
2	0.56364	0.83009	0.83009	0.73704	0.73704	1.04326				
3	0.37016	0.88379	0.88379	0.56741	0.56741	0.62901				
4	0.39592	1.43899	1.43899	0.45995	0.45995	0.58554				
5	0.46332			0.40427	0.40427	0.56172				
6	0.47659			0.51084	0.51084	0.50427				
7	0.46989			0.58062	0.58062					
8	0.44964									
9	0.46555									

CONCENTRATION INDUSTRIELLE
 TABLEAU RECAPITULATIF DES INDICES L

PAYS : GRECE
 INSTITUT : I.A.M.-MONTPELLIER
 SECTEUR : CONDIMENTS
 ENTREPRISES

VARIABLES	1973			1974			1975			A N F E		
	INDICES	LN*M	LS	INDICES	LN*M	LS	INDICES	LN*M	LS	INDICES	LN*M	LS
02 EFFECTIF	5	0.35674	0.43616	4	0.39132	0.44893	3	0.37016	0.46699			
04 BENEFCF NET	2	0.55047	0.55047	3	1.03423	1.07773	2	0.83009	0.83009			
05 CASH FLOW	5	0.38376	0.46980	4	0.35259	0.42966	5	0.40427	0.54217			
07 CAPITAUX PROPRES	6	0.32026	0.45871	6	0.29963	0.41671	7	0.49165	0.63591			

ANNEXE II.4. TABLEAUX DE CONCENTRATION DANS L'INDUSTRIE DE LA VIANDE

Tableau 1 : Evolution des données globales de l'échantillon

Tableau 3 : Indices Linda : - Effectif
- Bénéfice Net
- Cash Flow
- Capitaux propres

Tableau 3 bis : Tableau structurel des courbes Linda :

- Année 1973
- Année 1974
- Année 1975

Tableau 4 : Tableau récapitulatif des indices Linda.

CONCENTRATION INDUSTRIELLE

EVOLUTION DES DONNEES GLOBALES : TOTAL DU SECTEUR ET ECHANTILLON

TABEAU NO 1
1973 - 1975

PAYS : GRECE
INSTITUT : I.A.M.-MONTPELLIER
SECTEUR : ALIMENTATION IND. DE LA VIANDE
ENTREPRISES

VARIABLE : 02 EFFECTIF

ANNEE	N	VALEUR (T)	1973=100	N	VALEUR (F)	1973=100	E/T %
1973				11	0.918	100	
1974				13	1.154	125	
1975				12	1.248	135	

VARIABLE : 04 BENEFICE NET

ANNEE	N	VALEUR (T)	1973=100	N	VALEUR (F)	1973=100	E/T %
1973				10	63.921	100	
1974				9	42.640	66	
1975				0	56.751	88	

IV/A-3

CONCENTRATION INDUSTRIELLE

* TABLEAU NO 1 *
* 1973 - 1975 *

EVOLUTION DES DONNEES GLOBALES : TOTAL DU SECTEUR ET ECHANTILLON

PAYS : GRECE
INSTITUT : I.A.M.-MONTPELLIER
SECTEUR : ALIMENTATION IND. DE LA VIANDE
ENTREPRISES

PAGE 2

VARIABLE : 05 CASH FLOW

ANNEE	N	VALEUR (I)	N°	VALEUR (F)	1973=100 I E/T %
1973	I 10	168.454		100	
1974	I 11	171.330		101	
1975	I 10	158.965		94	

VARIABLE : 07 CAPITAUX PROPRES

ANNEE	N	VALEUR (I)	N°	VALEUR (F)	1973=100 I E/T %
1973	I 11	275.446		100	
1974	I 13	409.339		148	
1975	I 12	477.149		173	

TV7A-3

E V O L U T I O N D E F L A C O N C E N T R A T I O N

* TABLEAU NO 3 *
* 1973 - 1975 *

INDICES LINDA (L) ET RATIOS DE CONCENTRATION (CR)

PAYS : GPFCE
INSTITUT : I.A.M.-MONTPELLIER
SECTEUR : ALIMENTATION IND. DE LA VIANDE
ENTREPRISES

PAGE 1

VARIABLE : 02 EFFECTIF

ANNEE	L	R	4	10	12	20	30	40	N	L	N*	L	N*	L	N*	L	N*	L	N*
1973	L	0.6221	0.69157	0.72297	0.0	0.0	0.0	0.0	I	11	1.17301	5	0.63789	11	1.17301	6	0.58858		
1974	L	0.45468	0.46238	0.53746	0.71865	0.0	0.0	0.0	I	113	0.85888	2	0.65200	13	0.85888	4	0.45468		
1975	L	0.63689	0.54047	0.61275	0.76092	0.0	0.0	0.0	I	112	0.76092	2	0.67276	12	0.76092	3	0.62747		

IV/A-2

F V O L U T I O N D E L A C O N C E N T R A T I O N

* TABLEAU NO 3 *
* 1973 - 1975 *

INDICES LINDA (L) ET RATIOS DE CONCENTRATION (CR)

PAGE 3

PAYS : GRECE
INSTITUT : I.A.M.-MONTPELLIER
SECTEUR : ALIMENTATION IND. DE LA VIANDE
ENTREPRISES

VARIABLE : 05 CASH FLOW

ANNEE	L	FT	CR	RELATIFS A	N° =	C O U R S E S			L					
FT	CR	FT	CR	RELATIFS A	N° =	E C H A N T I L L O N N I E R			M I N I M U M					
4	9	10	12	20	30	40	N°	L	N°	L	N°	L	N°	
1973	L	2.09593	1.44007	2.08948	0.0	0.0	110	2.08948	2	1.01421	10	2.08948	3	0.71217
1974	L	1.02596	1.19748	1.57407	0.0	0.0	111	2.05294	2	1.11504	11	2.05294	3	1.03169
1975	L	1.48445	0.99877	1.05350	0.0	0.0	110	1.09350	2	1.89282	2	1.89282	9	0.96632

CONCENTRATION INDUSTRIELLE

* TABLAU NO 3BIS *

TABLAU STRUCTUREL DES COURRES LINDA

PAGE 1

PAYS : GRECE
INSTITUT : I.A.M.-MONTPELLIER
SECTEUR : ALIMENTATION IND. DE LA VIANDE
ENTREPRISES

ANNÉE : 1973

N°	V A P I A B L F					
	02	04	05	07		
	EFFECTIF	BENEFICE NET	CASH FLOW	CAPITAUX PROPRES*		
2	0.58210	1.72774	1.01421	1.00470	*	*
3	0.58270	1.15934	0.71217	0.88985	*	*
4	0.62221	1.06614	0.99503	0.80361	*	*
5	0.63789	1.03981	1.24190	0.64905	*	*
6	0.58858	0.99256	1.23654	0.64333	*	*
7	0.62591	1.19747	1.31142	0.68192	*	*
8	0.68157	1.23061	1.44007	0.70229	*	*
9	0.69192	1.49771	1.55720	0.75905	*	*
10	0.72297	1.56648	2.09048	0.80147	*	*
11	1.17301		=====	2.13484	*	*
				=====	*	*

CONCENTRATION INDUSTRIELLE

TARLEAU STRUCTUREL DES COUPRES LINDA

PAYS : GRECE
INSTITUT : I.A.M.-MONTPELLIER
SECTEUR : ALIMENTATION IND. DE LA VIANDE
ENFERPRISES

ANNEE : 1974

		V A R I A B L E				
N°		02	04	05	07	
1	EFFECTIF					
2	RENTREE	1.46201	1.11504	0.98955		CAPITAUX
3	NET	1.76041	1.03169	0.61851		PROPRES
4	RENTREE	1.39754	1.03596	0.47316		
5	NET	1.20250	1.19992	0.46699		
6	RENTREE	1.46846	1.24565	0.48707		
7	NET	1.43674	1.26701	0.56300		
8	RENTREE	1.45122	1.19769	0.61151		
9	NET	1.43911	1.24793	0.59934		
10	RENTREE	1.53746	1.57407	0.67345		
11	NET	1.59010	2.05294	0.71798		
12	RENTREE	0.71865		0.98310		
13	NET	0.95899		2.01725		

* TABLEAU STRUCTUREL DES COURBES LINDA *

PAYS : GRECE
INSTITUT : I.A.M.-MONTEPELLIER
SECTEUR : ALIMENTATION IND. DE LA VIANDE
ENTREPRISES

ANNEE : 1975

		V A R I A B L E				
N°		02	04	05	07	
	EFFECTIF	RENTICIF NET	CASH FLOW	CAPITAUX PROPRES		
2	0.67276	0.91066	1.89282	0.71991		
3	0.62747	1.02940	1.52017	0.46687		
4	0.63699	1.56672	1.48445	0.50487		
5	0.60783	1.63108	1.34382	0.44887		
6	0.61613	1.23153	1.20487	0.51167		
7	0.58174	1.23242	1.78929	0.57902		
8	0.54040	1.45409	0.99907	0.58795		
9	0.59654	2.19426	0.96632	0.60587		
10	0.61235		1.05350	0.60774		
11	0.62448			0.76348		
12	0.76002			0.91897		

CONCENTRATION INDUSTRIELLE

TARLEAU RECAPITULATIF DES INDICES L

PAYS : GRECE
INSTITUT : I.A.M.-MONTPELLIER
SECTEUR : ALIMENTATION IND. DE LA VIANDE
ENTREPRISES

Table with columns for variables (02 EFFECTIF, 04 BENEFICE NET, 05 CASH FLOW, 07 CAPITAUX PROPRES) and indices for years 1973, 1974, 1975. Includes sub-sections for 'A N N F' and 'INDICES'.

ANNEXE II.5. TABLEAUX DE CONCENTRATION DANS LES INDUSTRIES DE CONDIMENTS

Tableau 1 : Evolution des données globales de l'échantillon

Tableau 3 : Indice Linda : - Effectif
- Bénéfice Net
- Cash-Flow
- Capitaux propres

Tableau 3bis : Tableau structurel des courbes Linda :

- Année 1973
- Année 1974
- Année 1975

Tableau 4 : Tableau récapitulatif des indices Linda

TV/A-3

CONCENTRATION INDUSTRIELLE

TARLEAU NO 1
1973 - 1975

EVOLUTION DES DONNEES GLOBALES : TOTAL DU SECTEUR ET ECHANTILLON

PAYS : GRECE
INSTITUT : I.A.M.-MONTPELLIER
SECTEUR : CHOCOLAT-CONFISERIE
ENTREPRISES

PAGE 1

VARIABLE : 02 EFFECTIF		F C H A N T I L L O N		E/T %
ANNÉE	N	VALFUR (T)	VALFUR (E)	
1973	20		2.763	100
1974	25		3.176	114
1975	26		3.321	120
VARIABLE : 04 BENEFICE NET		F C H A N T I L L O N		E/T %
ANNÉE	N	VALFUR (T)	VALFUR (E)	
1973	19	75.768	66.527	87.93
1974	23		78.752	104
1975	21		89.365	117

CONCENTRATION... INDUSTRIELLE

* TABLEAU NO 1 *
* 1973 - 1975 *

EVOLUTION DES DONNEES GLOBALES : TOTAL DU SECTEUR ET ECHANTILLON

PAYS : GRECE
INSTITUT : I.N.H. - MONTPELLIER
SECTEUR : CIRCULAT-CONFISERIE
ENTREPRISES

PAGE 2

*****		VARIABLE : 05 CASH FLOW		*****	
*****		TOTAL		*****	
ANNEE	N	VALEUR (Y)	N	VALEUR (E)	E/T %
*****		*****		*****	
*****		TOTAL		*****	
*****		ECHANTILLON		*****	
1973	20	330.702	100		
1974	24	403.124	118		
1975	25	497.569	146		
*****		*****		*****	
*****		VARIABLE : 07 CAPITAUX PROPRES		*****	
*****		TOTAL		*****	
1973	19	460.416	100		
1974	24	533.500	115		
1975	24	610.519	132		
*****		*****		*****	

IV/A-3

E.V.O.L.U.T.I.O.N. D.E. L'A.C.O.N.C.E.N.T.R.A.T.I.O.N.

TABLEAU NO 3
1973 - 1975

INDICES LINDA (L) ET RATIOS DE CONCENTRATION (CR)

PAYS : GRFC
INSTITUT : I.A.M.-MONTPELLIER
SECTEUR : CHOCOLAT-CONFISERIE
ENTREPRISES

PAGE 1

ANNEE	L	CR	INDICES L ET CR RELATIFS A N° =			ECHANTILLON			C.O.U.S.				
			L	CR	N°	L	CR	N°	MAXIMUM	MINIMUM	MAXIMUM	MINIMUM	
1973	4	8	10	12	20	30	40	20	0.52338	2	0.57245	6	0.27880
1974	0.31989	0.27771	0.26868	0.30968	0.52338	0.0	0.0	25	0.40469	2	0.50778	11	0.21973
1975	0.30535	0.21881	0.22491	0.22167	0.28116	0.0	0.0	26	0.55068	2	0.55088	12	0.23241

IV/A-3

E V O L U T I O N D E L A C O N C E N T R A T I O N
INDICES LINDA (L) ET RATIOS DE CONCENTRATION (CR)

* TABLEAU NO 3 *
* 1973 - 1975 *

PAYS : GRECE
INSTITUT : IACM - MONTPELLIER
CITEUR : CHOCOLAT-CONFISERIE
ENTREPRISES

PAGE 2

VARIABLE : 04 BENEFICE NET

ANNEE	L	CR	INDICES L ET CR RELATIFS A N =			C O U R B E S			ECHANTILLONNAGE MAXIMUM : 2EM MAXIMUM : MINIMUM						
			N	N	N	L	HC	NK	L	NH	M	L	NH	M	
1973	4	8	10	12	20	30	40	19	4.23415	2	0.68405	19	4.23415	8	0.31380
	0.49521	0.31380	0.34849	0.33916	0.0	0.0	0.0								
1974	4	8	10	12	20	30	40	22	0.65226	2	0.51920	22	0.65226	5	0.35646
	0.38772	0.36721	0.36995	0.33889	0.33502	0.0	0.0								
1975	4	8	10	12	20	30	40	21	0.77802	2	1.12163	19	1.21586	5	0.49152
	0.52045	0.55143	0.60453	0.66906	0.83312	0.0	0.0								

IV/A-3

E V O L U T I O N D E L A C O N C E N T R A T I O N

* TABLEAU NO 3 *
* 1973 - 1975 *

INDICES LINDA (LI) ET RATIOS DE CONCENTRATION (CR)

PAYS : GPECE
INSTITUT : I.A.M.-MONTPELLIER
SECTEUR : CHOCOLAT-CONFISERIE
ENTREPRISES

PAGE 3

ANNEE	L	CR	INDICES L	ET	CR	RELATIFS A N° =	N	20	30	40	20	24	25	2EM	MAXIMUM	MINIMUM	
1973	L	CR	0.56677	0.47123	0.50616	0.62631	2.11146	0.0	0.0	0.0	2.11146	2	2	0.88294	2.11146	5	0.50611
1974	L	CR	0.66709	0.42333	0.40819	0.41629	0.40947	0.0	0.0	0.0	2.57874	2	2	0.98133	2.57874	3	0.59223
1975	L	CR	0.53593	0.40276	0.39383	0.42277	0.48562	0.0	0.0	0.0	16.73862	2	2	0.86937	16.73862	9	0.38512

TV/A-1

E V O L U T I O N D E L A C O N C E N T R A T I O N

INDICES LINDA (L) ET RATIOS DE CONCENTRATION (CR)

* TABLEAU NO 3 *
* 1973 - 1975 *

PAYS : GRECF
INSTITUT : I.A.M.-MONTPELLIER
SECTEUR : CHOCOLAT-CONFISERIE
ENTREPRISES

PAGE 4

* VARIABLE : 07 CAPITAUX PROPRES *

ANNÉE	L	CP	INDICES L ET CR RELATIFS A N° =			C O U R B E S			ECHANTILLONNAGE : 2EM MAXIMUM			MINIMUM				
			R	10	12	20	30	40	N	L	N°	N°H	M	L	N°H	
1973	L	0.52396	0.53273	0.56178	0.52968	0.0	0.0	0.0	119	1.30545	2	0.56943	19	1.30545	3	0.51833
1974	L	0.50881	0.42061	0.42513	0.40521	0.55193	0.0	0.0	124	0.94949	3	0.62253	24	0.94949	6	0.38803
1975	L	0.51245	0.29905	0.31828	0.35128	0.52824	0.0	0.0	124	1.07250	3	0.60805	24	1.07250	8	0.29905

CONCENTRATION INDUSTRIELLE
 TABLEAU STRUCTUREL DES COURRES LINDA

 * TABLEAU NO 3BIS *

PAYS : GRECE
 INSTITUT : I.A.M.-MONTPELLIER
 SECTEUR : CHOCOLAT-CONFISERIE
 ENTREPRISES :

PAGE 1

ANNEE : 1973

V A R I A B L E

N°	02	04	05	07
	EFFECTIF	BENEFICE	CASH	CAPITAUX
		NET	FLOW	PROPRES
2	0.57245	0.68405	0.88294	0.56943
3	0.42339	0.65544	0.64057	0.51833
4	0.31989	0.49521	0.56677	0.52096
5	0.20620	0.41101	0.50611	0.47443
6	0.27880	0.35425	0.51143	0.43919
7	0.28748	0.31504	0.47224	0.49751
8	0.27771	0.31380	0.47123	0.53270
9	0.27440	0.33369	0.46921	0.56877
10	0.26858	0.33849	0.50646	0.56178
11	0.26658	0.34948	0.54317	0.54092
12	0.26281	0.35916	0.62661	0.52968
13	0.25649	0.33879	0.66466	0.52729
14	0.25649	0.32933	0.71823	0.51125
15	0.24377	0.30078	0.73162	0.55714
16	0.24377	0.30227	0.91168	0.51709
17	0.26408	2.09153	1.12319	0.88542
18	0.27880	4.21415	1.42060	1.30545
19	0.27880	2.11146	2.11146	1.30545
20	0.52338			

TABLEAU STRUCTUREL DES COURBES LINDA

PAYS : GRECE
INSTITUT : I.A.M.-MONTPELLIER
SECTEUR : CHOCOLAT-COIFFERIE
ENTREPRISES :

ANNEE : 1975

N°	EFFECTIF	02	04	05	07	VARIABLE	ANNEE : 1975
		RENTREE NETE	CASH FLOW	CAPITAUX PROPRES			
2	0.55088	1.12163	0.86937	0.52150			
3	0.47368	0.73543	0.55092	0.60805			
4	0.31635	0.52045	0.53593	0.51245			
5	0.35399	0.49152	0.52164	0.42635			
6	0.30886	0.53071	0.46286	0.35714			
7	0.27598	0.57158	0.41395	0.32213			
8	0.26720	0.55143	0.40276	0.29905			
9	0.26417	0.57713	0.38512	0.29953			
10	0.25566	0.60453	0.39382	0.31829			
11	0.25259	0.62697	0.42002	0.34029			
12	0.23221	0.66906	0.42277	0.35128			
13	0.25320	0.68285	0.42702	0.35449			
14	0.27195	0.67794	0.42986	0.35543			
15	0.28540	0.66691	0.42928	0.35053			
16	0.28925	0.71575	0.46240	0.35869			
17	0.29065	0.74440	0.47642	0.36761			
18	0.29107	0.89915	0.48131	0.42786			
19	0.28688	1.21586	0.47913	0.47418			
20	0.28914	0.93312	0.48562	0.52824			
21	0.29698	0.77802	0.49505	0.57114			
22	0.30080		0.53809	0.60320			
23	0.33105		0.66592	0.69329			
24	0.34904		1.32077	1.07250			
25	0.42090		16.73862				
26	0.55068						

CONCENTRATION INDUSTRIELLE
 TABLEAU RECAPITULATIF DES INDICES L

PAYS : GRECE
 SECTEUR : I.A.M.-MONTPELLIER
 ENTREPRISES : CHOCOLAT-COMPTISERIE

VARIABLES	1973			1974			1975			A N N E E		
	LN	M	LS	LN	M	LS	LN	M	LS	LN	M	LS
02 EFFECTIF	6	0.2780	0.37814	11	0.21973	0.29415	12	0.23241	0.32697			
04 BENEFICE NET	8	0.3130	0.46126	5	0.35446	0.42853	5	0.49152	0.71726			
05 CASH FLOW	5	0.50611	0.64910	3	0.59223	0.78678	9	0.38512	0.51782			
07 CAPITAUX PROPRES	3	0.51833	0.54388	6	0.38803	0.49436	8	0.29905	0.43524			

ANNEXE II.6. TABLEAUX DE CONCENTRATION DANS LES INDUSTRIES FABRIQUANT
DES ALIMENTS DU BETAAIL

Tableau 1 : Evolution des données globales de l'échantillon.

Tableau 3 : Indices Linda : - Effectif
- Bénéfice Net
- Cash Flow
- Capitaux Propres.

Tableau 3bis : Tableau structurel des courbes Linda :

- Année 1973
- Année 1974
- Année 1975

Tableau 4 : Tableau récapitulatif des indices Linda.

CONCENTRATION INDUSTRIELLE

* TABLEAU NO 1 *
* 1973 - 1975 *

EVOLUTION DES DONNEES GLOBALES : TOTAL DU SECTEUR ET ECHANTILLON

PAYS : GRCE
INSTITUT : I.A.M.-MONTPELLIER
SECTEUR : ALIMENTS DU DETAIL
ENTREPRISES :

*****		VARIABLE : 02 EFFECTIF		*****	
*****		TOTAL		*****	
ANNEE	N	VALEUR (T)	N	VALEUR (F)	E/T %
*****		1973=100		1973=100	
1973	12		12	0.357	100
1974	16		16	0.437	122
1975	19		19	0.629	176

*****		VARIABLE : 04 BENEFICE NET		*****	
*****		TOTAL		*****	
ANNEE	N	VALEUR (T)	N	VALEUR (F)	E/T %
*****		1973=100		1973=100	

IV/A-3

E V O L U T I O N D E L A C O N C E N T R A T I O N

INDICES LINDA (L) ET RATIOS DE CONCENTRATION (CR)

TABLEAU NO 3
1973 - 1975

PAYS : GRECE
REGION : L'AEGEEN-MONTEPELLIER
ENTREPRISES : ALIMENTS DU BETAIL

PAGE 1

VARIABLE : 02 EFFECTIF

ANNEE	L	CR	INDICES L ET CR RELATIVES A N*		N	ECHANTILLON*						C O U R B E S						
			L	CR		L	N*	N#	HC	N#K	H	N#H	M	MINIMUM	MAXIMUM			
1973	4	0.65489	10	0.41439	0.39897	0.60965	0.0	0.0	30	40	12	0.60965	2	1.01667	2	1.01667	9	0.38249
1974	4	0.40990	0.28612	0.24569	0.23783	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	16	0.34378	2	0.72500	2	0.72500	14	0.23089
1975	4	0.32667	0.30247	0.28255	0.26507	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	19	0.33394	2	0.51020	2	0.51020	5	0.27024

 * TABLEAU NO 3 *
 * 1973 - 1975 *

E V O L U T I O N D E L A C O N C E N T R A T I O N
 INDICES LINDA (L) ET RATIOS DE CONCENTRATION (CR)

PAGE 2

PAYS : GRECE
 STATUT : AGRICULTURE-MONTELLIER
 CATEGORIE : ALIMENTS DU BETAIL
 ENTREPRISES

VARIABLE : 04 BENEFICE NET

ANNEE	L	R	INDICES L ET CR RELATIFS A N° =			C O U R S										
			4	10	12	20	30	40	N	ECHANTILLON	MAXIMUM	2EM MAXIMUM	MINIMUM			
1973	0.75893	0.93175	1.75353	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	10	1.75353	2	0.66823	10	1.75353	3	0.66043
1974	1.59180	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	7	1.74334	5	1.59858	7	1.74334	6	1.49450
1975	1.00779	1.49699	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	9	2.03496	2	1.29682	9	2.03496	6	0.81436

E V O L U T I O N D E L A C O N C E N T R A T I O N

* TABLEAU NO 3 *
* 1973 - 1975 *

INDICES LINDA (L) ET RATIOS DE CONCENTRATION (CR)

PAYS : GRECE
INSTITUT : I.A.M.-MONTPELLIER
SECTEUR : ALIMENTS DU RETAIL
ENTREPRISES :

ANNEE	L	CR	INDICES L ET CR RELATIFS A N° =			C O U R S			ECHANTILLONNAGE								
			L	CR	N° =	L	N°	N°	MINIMUM	MAXIMUM	MINIMUM	MAXIMUM					
1973	4	8	10	12	20	30	40	10	110	13	15	1.85423	1.85423	1.85423	1.85423	0.54684	0.54684
1974	4	8	10	12	20	30	40	10	110	13	15	1.85423	1.85423	1.85423	1.85423	0.54684	0.54684
1975	4	8	10	12	20	30	40	10	110	13	15	1.85423	1.85423	1.85423	1.85423	0.54684	0.54684

IV/A-3

E.V.O.L.U.T.I.O.N. D.F. L.A.C.O.N.C.E.N.T.R.A.T.I.O.N
INDICES LINDA (L) ET RATIOS DE CONCENTRATION (CR)

* TABLFAU NO 3 *
* 1973 - 1975 *

PAYS : GRECE
INSTITUT : I.A.C.M.-MONTPELLIER
SECTEUR : ALIMENTS DU DETAIL
ENTREPRISES

PAGE 4

VARIABLE : 07 CAPITAUX PROPRES

ANNEE	L	ET	CR	INDICES L ET CR RELATIFS A N° =				ECHANTILLONNAGE MAXIMUM : 2EM MAXIMUM : MINIMUM						
				A	B	C	D	L	N°	H	M			
1973	4	10	12	20	30	40	12	1.24612	2	0.5323	12	1.24612	3	0.37980
1974	4	0.49166	0.49561	0.3823	0.36725	0.0	16	0.70054	2	0.64773	16	0.70054	3	0.42634
1975	4	0.67198	0.45107	0.44981	0.43376	0.0	19	0.88069	2	0.81354	19	0.88069	3	0.59996

CONCENTRATION INDUSTRIELLE
 TABLEAU STRUCTUREL DES COURBES LINDA

 * TABLEAU NO 3B1S *

PAGE 1

PAYS : GPECE
 INSTITUTEUR : I.A.M.-MONTPELLIER
 SECTEUR : ALIMENTS DU BETAIL
 ENTREPRISES :

N°	EFFECTIF		BENEFICE NET	CASH FLOW	CAPITAUX PROPRES	ANNEE : 1973
	32	36				
2	1.01667	0.66973	0.86994	0.71017	0.53323	
3	0.86140	0.66043	0.71017	0.53323	0.37980	
4	0.65489	0.75893	0.57501	0.44675	0.40632	
5	0.53282	0.92275	0.54684	0.35570	0.35570	
6	0.49091	0.89487	0.62445	0.33121	0.35264	
7	0.44432	0.84155	0.90109	0.36821	0.36821	
8	0.41438	0.97175	1.43914	1.85423	0.6652	
9	0.38289	1.14732	1.85423	1.24812	1.24812	
10	0.39892	1.73353	1.85423	1.85423	1.85423	
11	0.49942	1.85423	1.85423	1.85423	1.85423	
12	0.60965	1.85423	1.85423	1.85423	1.85423	

CONCENTRATION INDUSTRIELLE
 TABLEAU STRUCTUREL DES COURBES LINDA

 * TARLFAU NO 3BIS *

PAYS : GRECE
 INSTITUT : I.A.M.-MONTPELLIER
 SECTEUR : ALIMENTS DU BETAIL
 ENTREPRISES :

ANNEE : 1974

N°	02	04	05	07
	FFECTIF	BENEFICE NET	CASH FLOW	CAPITAUX PROPRES
2	0.72500	1.43697	1.05295	0.64773
3	0.46875	1.46453	1.05560	0.42634
4	0.40900	1.59180	0.89917	0.49166
5	0.36759	1.59858	0.83514	0.49416
6	0.31059	1.49450	1.00631	0.47427
7	0.30773	1.74334	1.08055	0.44195
8	0.28612	=====	1.08948	0.40561
9	0.26260	=====	1.17188	0.38298
10	0.24138	=====	1.20728	0.36820
11	0.23783	=====	1.21017	0.36720
12	0.23769	=====	1.49351	0.35627
13	0.23199	=====	=====	0.34534
14	0.23199	=====	=====	0.42840
15	0.28199	=====	=====	0.70054
16	0.34378	=====	=====	=====

CONCENTRATION INDUSTRIELLE
 TABLEAU STRUCTUREL DES COURBES LINDA

PAYS : GRECE
 SECTEUR : 14 - MONTPELLIER
 ENTREPRISES : ALIMENTS DU BÉTAIL

ANNEE : 1975

N°	02	04	05	07
	EFFECTIF	BENEFICE NET	CASH FLOW	CAPITAUX PROPRES
2	0.51020	1.29682	1.35025	0.81354
3	0.39352	1.08344	0.82956	0.59996
4	0.32667	1.03779	0.74558	0.67198
5	0.27024	0.83905	0.69206	0.67689
6	0.30371	0.81436	0.68215	0.59906
7	0.31855	1.15567	0.73310	0.52013
8	0.30977	1.08269	0.76732	0.45077
9	0.29607	1.03492	0.72290	0.43715
10	0.28255	0.85153	0.75153	0.44981
11	0.27023	0.88993	0.44883	0.44883
12	0.26577	0.58314	0.43376	0.43376
13	0.25745	1.09855	0.44523	0.44523
14	0.25392	1.33232	0.44711	0.44711
15	0.24528	1.53807	0.45648	0.45648
16	0.24287	0.48434	0.48434	0.48434
17	0.23620	0.51906	0.51906	0.51906
18	0.27827	0.66810	0.66810	0.66810
19	0.33394	0.89069	0.89069	0.89069

CONCENTRATION INDUSTRIELLE

TABLEAU RECAPITULATIF DES INDICES L

PAYS : GRECE
 INSTITUT : I.A.M.-MONTPELLIER
 SECTEUR : ALIMENTS DU BETAIL
 ENTREPRISES

VARIABLES	1971			1974			1975			INDICES		
	LN	M	LS	LN	M	LS	LN	M	LS	LN	M	LS
02 EFFECTIF	9	0.38249	0.59974	14	0.23089	0.33399	5	0.27024	0.37516			
04 BENEFICE NET	3	0.66043	0.56437	6	1.49450	1.51728	6	0.81436	1.00829			
05 CASH FLOW	6	0.54684	0.65136	5	0.93514	0.95799	6	0.68215	0.85992			
07 CAPITAUX PROPRES	3	0.37980	0.45652	3	0.42634	0.53704	3	0.59996	0.70675			

ANNEXE II.7. LE CADRE JURIDIQUE DE L'ENTREPRISE EN GRECE

Les formes juridiques que peut revêtir l'entreprise en Grèce ne diffèrent guère de celles que connaissent les autres pays du monde occidental. Ce sont soit des entreprises individuelles, soit des formes de société commerciale reconnues par la loi.

Il y a quatre formes de société :

- La Société Anonyme
- La Société à Responsabilité Limitée
- La Société en Nom Collectif
- La Société en Commandite.

Les principaux traits caractéristiques de ces sociétés et les formalités à remplir pour leur construction sont décrits ci-après.

1. La Société Anonyme (S.A.)

La constitution et le fonctionnement de la Société Anonyme sont régis par la Loi 2190/1920, telle qu'elle a été modifiée et complétée par le D.L. 4237/1962 et confiée par la D.R. 174/1963 (Journal Officiel, Vol. I, N° 37/30.3.1963).

La Loi 148/1967 "sur les mesures tendant à développer le marché des capitaux" comporte aussi des dispositions concernant le fonctionnement de la Société Anonyme.

Nombre d'actionnaires : Deux ou davantage, sans limitation aucune, grecs ou non. Les fondateurs peuvent être des personnes physiques ou morales.

Capital minimum : 5 000 000 de drachmes, soit environ 60 000 FF entièrement versés lors de la constitution de la Société (Loi 2190, Art. 8, Par. 2).

Seule une Société Anonyme ayant un capital minimum de Drs 10 000 000 entièrement versé peut avoir recours public pour la couvrir en tout ou en partie, ou émettre un emprunt obligatoire par voie de souscription publique (Loi 2190, Art. 8a, Par 1 et 2).

De même ne peuvent être cotées en bourse que les actions et obligations de sociétés anonymes grecques ayant un capital minimum de Drs 10 000 000 entièrement versé (Loi 148/1967, Art. 2, Par. 1).

La part du capital excédant le minimum légal peut être versée partiellement dans un délai maximum de dix ans, à compter de la constitution de la Société, mais le quart au moins de la valeur nominale de chaque action doit être versé lors de la constitution de la Société.

Les actions demeurent nominatives jusqu'à leur libération intégrale (Loi 2190, Art. 12).

En cas d'apports en nature lors de la constitution de la société ou de l'augmentation de son capital, la vérification de ces apports est faite sur le rapport d'une commission composée d'un ou de deux hauts fonctionnaires de l'Etat, d'un Représentant de la Chambre de Commerce et d'un particulier (Loi 2190, Art. 9).

Les actions peuvent être soit au porteur, soit nominatives. En ce qui concerne spécialement les Sociétés Anonymes de Banque, d'assurances, de chemins de fer et de navigation aérienne ainsi que les Sociétés exerçant une entreprise de production de gaz, d'éclairage, de production et de distribution de courant électrique, d'adduction d'eau d'égouts urbains, de télécommunications, de radiodiffusion et de fabrication de matériel de guerre de toute nature, les actions doivent être nominatives (Loi 2190, Art. 11a).

Des actions privilégiées, avec ou sans droit de vote, peuvent être émises à certaines conditions. Ces actions ont le droit de percevoir un dividende avant les actions ordinaires et pour des exercices où il n'y a pas eu de distribution de dividendes. Pour les actions ne conférant pas de droit de vote, il est permis de stipuler aussi qu'elles seront productives d'un intérêt déterminé (Loi 2190/1920, Art. 3, tel qu'il a été remplacé par la Loi 148/1967, Art. 5, modifié par le D.L. 34/1968, Art. 3).

Constitution de la Société

L'acte de constitution et les statuts de la Société Anonyme font l'objet d'un acte notarié. Les statuts doivent déterminer la dénomination et l'objet de la Société, son siège et sa durée, le montant et le versement du capital social, le nombre et le mode d'émission des actions. Sont aussi nécessaires une autorisation de constitution de la Société et l'approbation de ses statuts, données toutes deux par décision des Services compétents du lieu où se trouve le siège de la Société Anonyme en voie de fondation, à condition que les Statuts aient été établis conformément à la Loi. Si le Siège de la Société est à Athènes, l'autorisation de constitution est accordée par le Directeur de la section des Sociétés Anonymes du Ministère du Commerce ; si le Siège est en province, l'autorisation est accordée par le Préfet compétent.

La décision et les statuts sont publiés au Journal Officiel (Bulletin des SA et des SARL).

Frais de Constitution

La Loi 148/1967 (Art. 11, par. 4) telle qu'elle a été modifiée par le DL 34/1968 (Art. 7, par. 2) a aboli les droits de timbre et toute autre charge au profit de l'Etat ou de tiers, qui étaient auparavant perçus sur les statuts de Sociétés Anonymes. Les frais

de constitution hors les honoraires d'avocat sont ainsi les suivants :

- Droits notariaux, environ Drs 12 000, soit 1 430 FF
- Droits pour publication au Journal Officiel, Drs 10 000, soit 1 200 FF
- Autres frais, environ Drs 3 000, soit 360 FF
- TOTAL, Drs 25 000, soit 2 990 FF

2. Société à Responsabilité Limitée (SARL)

Elle est régie par la Loi 3190/1955 (J.O. A/91/1955), telle qu'elle a été ultérieurement modifiée et complétée.

Nombre d'associés : Deux ou davantage, sans limitation aucune, grecs ou non, ne répondant des engagements sociaux que jusqu'au montant de leur participation. Des personnes morales peuvent aussi avoir qualité de fondateurs.

Capital minimum : 200 000 Drs, soit environ 24 000 FF, entièrement versés lors de la constitution de la société. Le capital est réparti en parts sociales qui ne peuvent pas être représentées par des actions et ne peuvent pas être inférieures à Drs 10 000, soit environ 1 200 FF.

Constitution de la Société : Le contrat social est dressé par acte notarié. Copie de l'acte de constitution et des statuts de la société est déposée au Greffe du Tribunal de Première Instance du siège de la Société et un extrait en est publié au Journal Officiel (Bulletin des S.A. et des SARL).

Frais de constitution

Droits de timbres et autres Droits et contributions, 5 % environ du capital, soit Drs 10 000 ou 1 200 FF

- Droits notariaux, Drs 3 000 ou 360 FF
- Droits pour publication au J.O., Drs 1 000 ou 120 FF
- Autres frais environ Drs 1 000 ou 120 FF
- Total Drs 15 000 ou 1 800 FF

3. Société en Nom Collectif et Société en Commandite

Ces sociétés sont régies par les articles 20-28 du Code du Commerce en corrélation avec les articles 741 - 784 du Code Civil.

Nombre d'associés : Deux ou davantage, sans limitation aucune, grecs ou non. Les associés en nom collectif, répondent solidairement et entièrement à tous les engagements de la société, alors que l'associé commanditaire n'en répond qu'à concurrence de son apport. Des personnes morales peuvent aussi avoir qualité de fondateurs.

Capital : Aucun montant minimum n'est requis par la Loi.

Constitution de la Société : Le contrat social est dressé par acte sous seing privé ou par acte notarié déposé au greffe du Tribunal de Première Instance.

Frais de Constitution : Si le contrat est établi par acte sous seing privé, les frais s'élèvent au total à environ 4 % du capital.

Si le contrat est établi par acte notarié, il est soumis à une charge additionnelle de 1 % pour droits notariaux comme aussi à une contribution de 1 % en faveur de la caisse de retraite des juristes. Dans les deux cas, si le siège de la Société se trouve hors d'Athènes, la contribution de 1 % du capital n'est pas perçue en sus en faveur du Fonds de Prévoyance des Avocats.

A N N E X E S III

ANNEXE III.1. La méthodologie

ANNEXE III.2. Problèmes méthodologiques

ANNEXE III.3. Premiers résultats des enquêtes de Juillet 1978
et de Janvier 1979

ANNEXE III.1. LA METHODOLOGIE

Annexe III.1.1. L'échantillon des produits :

- de l'Enquête Française Janvier 1978
- de l'Enquête Grecque Janvier 1979

Annexe III.1.2. Liste des points de vente enquêtés.

ANNEXE III.1.1. L'ECHANTILLON DES PRODUITS DE L'ENQUETE FRANCAISE JANVIER 1978
ET DE L'ENQUETE GRECQUE JANVIER 1979

GRECE - JANVIER 1979 -

FRANCE - JANVIER 1978 -

PRODUIT ET MARQUES	Format	GROUPE	PRODUIT ET MARQUES	Format
<u>BISCUITS SECS</u>			<u>BISCUITS SECS</u>	
- PAPADOPOULOS	450g	BIS	- LU	200g
	230g		- <u>ALSACIENNE</u>	175g
- "2001"	170g			2x175g
- <u>PETIT EXQUIS ALSACIENNE</u>	175g		- PETIT BRUN	175g
- <u>PUR BEURRE ALSACIENNE</u>	130g			2x175g
- FLARIS	200g		- COOP	200g
		BIS	<u>BICHOCO CHOCOLAT</u>	
			- CHOCO BN	300g
				Bande 108g
			- BELIN	300g
				Bande 108g
			- PRIOR	Bande 125g
			- PHYDOR	300g
			- PARE	Bande 125g
			- CASINO	300g
				Bande 200g
			- PRINCE	Bande 160g
			- EDUC	300g
			- CERCLE ROUGE	320g
			- COOP	Bande 108g
			- DINO	290g
			- BEAUMONT	Bande 300g
		BIS	<u>GATEAU MARBRE</u>	
			- SAVANE DE BROSSARD	200g
<u>CHOCOLAT A CROQUER</u>		BIS	<u>CHOCOLAT A CROQUER</u>	
- PAVLIDES	125g		- POULAIN	100g
- ION	125g			200g
				400g
			- DOLCA KOHLER	100g
			- LANVIN	100g
			- CANTALOU	100g
				200g
				5x100g
			- SUCHARD	100g
				400g
			- MENIER	100g
				3x100g
				250g
			- VALDORA	100g
			- CONSUL	100g
				200g
			- COOP	100g
				200g

PRODUIT ET MARQUES	Format	Groupe	PRODUIT ET MARQUES	Format
<u>CHOCOLAT A CROQUER</u>		BIS	<u>CHOCOLAT A CROQUER</u>	
			- CASINO	3x100g 400g
			- GUIPE	5x100g
			- CODEC	100g 200g 3x100g
			- CERCLE ROUGE	5x100g
			- MAMMOUTH	4x100g
			- AIGUEBELLE	2x100g
			- CENTRA	4x100g
			- UNICO	100g
			- DINA	100g
			- BEAUMONT	100g 200g 400g
			- SUPER M	5x100g
		BIS	<u>CHEWING GUM CHLOROPHYLLE</u>	
			- HOLLYWOOD	11 tablettes 5x11 tablettes
<u>PATES "PAPILLON"</u>		SPA	<u>PATES "PAPILLON"</u>	
- MISKO	Simple 500g Luxe 500g Simple 1000g		- PANZANI	500g 1kg
- BUITONI	Carton 500g		- AGNESI	500g
- STELLA	500g		- ALPINA	500g
- MELISSA	Simple 500g Luxe 500g		- CAMPIONI	500g
- CIRIO	Carton 500g Simple 500g		- RIVOCA	1kg
- AVEZ	Luxe 500g		- GRAND VATEL	500g
- HLIOS	1kg		- COOP	500g
			- CASINO	500g 1 kg
			- CODEC	500g
			- UNICO	500g
			- DINA	500g
			- BEAUMONT	500g
<u>RAVIOLIS SAUCE ITALIENNE</u>		SPA	<u>RAVIOLIS SAUCE ITALIENNE</u>	
- <u>ALLATINI</u>	Boîte 4/4 Boîte 1/2		- <u>BUITONI</u>	Boîte 4/4 Boîte 1/2 Boîte 6/4 Boîte 10/4
- BUITONI	Boîte 4/4 Boîte 1/2		- PANZANI	Boîte 4/4 Boîte 1/2
- HERO	Boîte 4/4 Boîte 1/2		- ITALIA	Boîte 4/4 Boîte 1/2
			- MONTANA	Boîte 4/4
			- OTRA ROLLI	Boîte 4/4
			- BIFARCI	Boîte 4/4

PRODUIT ET MARQUES	Format	GROUPE	PRODUIT ET MARQUES	Format
			<u>RAVIOLIS SAUCE ITALIENNE (Suite)</u>	
			- RAVIOLIS DU MIDI 3 boîtes	4/4
			- PAESA	Boîte 4/4
				Boîte 1/2
			- RIVOIRE & CARRET	Boîte 4/4
				Boîte 1/2
			- SCARAMELLI	Boîte 4/4
				Boîte 1/2
			- SULLY	Boîte 1/2
			- COOP	Boîte 4/4
				Boîte 1/2
			- CASINO	Boîte 4/4
				Boîte 1/2
			- EDUC	Boîte 4/4
				Boîte 1/2
			- CERCLE ROUGE	Boîte 4/4
			- CODEC	Boîte 4/4
				Boîte 1/2
			- KERBRONEC	Boîte 4/4
				Boîte 1/2
		FAR	<u>GATEAUX APERITIF SALE AU FROMAGE</u>	
			- CRACKERS RITZ	90g
			- BIBA ALSACIENNE	65g
<u>FARINE ORDINAIRE</u>		FAR	<u>FARINE ORDINAIRE (Type 55)</u>	
- MILI AG.GEORGIOU (N°1)	1kg		- SANS MARQUE	1kg
- ALLATINI	1kg			2kg
	500g		- LA CIGOGNE	2kg
- ROBIN HOOD	1kg		- GUIPE	1kg
			- CERCLE ROUGE	1kg
				2kg
			- CASINO	1kg
			- FLEUR LAURAGAIS	1kg
			- CODEC	1kg
			- COOP	1kg
			- DINA	1kg
			- CENTRA	1kg
			- EDUC	1kg
			- ECONOMIA	1kg
			- SUPER M	1kg
			- BEAUMONT	1kg
<u>SUCRE FIN</u>		FAR	<u>SUCRE EN MORCEAUX</u>	
Sans marque	1 kg		- SAINT LOUIS	1kg
			- SOL BOUCHON	1kg
			(morceaux enveloppés)	1kg
			- BEGHIN SAY	1kg
			- GIRAUDON & FILS	1kg
		FAR	<u>FLAN EN POUDRE VANILLE</u>	
			- ALSA	2 doses 100g
				4 doses 400g

PRODUIT ET MARQUES	Format	GROUPE	PRODUIT ET MARQUES	Format
			<u>FLAN EN POUFRE VANILLE</u> (Suite)	
			- FRANCORUSSE	2 doses 92g
			- ANCEL	2 doses 100g 4 doses 400g
			- PERFECTA	2 doses 100g
			- MARQUISE	2 doses 100g
			- CASINO	2 doses 100g 3 doses 150g
			- COOP	2 doses 100g
			- BEAUMONT	3 doses 155g
<u>SEL FIN</u>		FAR	<u>SEL FIN</u>	
- PERLA	800g 400g		- LA BALEINE	Cylindre 250g Cylindre 500g Cylindre 750g Paquet 500g
- KALLAS	800g 400g		- CEREBOS	Cylindre 125g Cylindre 250g Bte verseuse 250g Cylindre 500g Cylindre 750g Paquet 750g Paquet 1kg
			- CASINO	Bte verseuse 250g Cylindre 500g Paquet 1kg
<u>PETITS POIS TRES FINS CUISINES</u>		CON	<u>PETITS POIS TRES FINS CUISINES</u>	
- WHITE TOWER	Bte 4/4 PNE 480g Bte 1/2 PNE 240g		- CASSEGRAIN	Boîte 4/4 Boîte 1/2 Boîte 6/4
- GLOBUS	Bte 4/4 PN 870g		- BONDUELLE	Boîte 6/4
- PELARGOS	Bte 4/4 PNE 480g		- SEMEUSE	Boîte 4/4 Boîte 1/2 Boîte 20/4
- RENA	Bocal PN 350g Bocal PN 545g		- DAUCY	Boîte 4/4 Boîte 1/2 Boîte 20/4
- KYKNOS	Bte 4/4 PNE 480g Bte 1/2 PNE 240g		- RAPHALEN	Boîte 4/4 Boîte 1/2
- FRAGUS	Bte 4/4 PNE 510g		- ALIBEL	Boîte 4/4 Boîte 1/2
- BULGAR	Bte 4/4 PNE 520g		- NICOLAS	Boîte 4/4 Boîte 1/2
- SUNFIX	Bte 4/4 PNE 480g		- BOUTET	Boîte 4/4 Boîte 1/2
- STRIMON	Bte 4/4 PNE 460g		- LE BRETON	Boîte 4/4 Boîte 1/2
- LIBBY'S	Bte 4/4 PNE 482g		- PRINCES	Boîte 4/4 Boîte 1/2
- EL GRECO	Bte 4/4 PNE 480g Bte 1/2 PNE 230g		- MAMMOUTH	Boîte 4/4
- ZANAE	Bte 4/4 PNE 480g		- GUIPE	Boîte 4/4
- SECOVE	Bte 4/4 PNE 480g			

PRODUIT ET MARQUES	Format	GROUPE	PRODUIT ET MARQUES	Format
		CON	<u>PETITS POIS TRES FINS CUISINES</u> (Suite)	
			- EDUC	Boîte 4/4
				Boîte 1/2
			- DINA	Boîte 4/4
				Boîte 1/2
			- CODEC	Boîte 4/4
				Boîte 1/2
			- COOP	Boîte 4/4
				Boîte 1/2
			- KERBRONEC	Boîte 4/4
				Boîte 1/2
			- UNICO	Boîte 4/4
				Boîte 1/2
		CON	<u>MACEDOINE DE LEGUMES</u>	
			- CASSEGRAIN	Boîte 4/4
				Boîte 1/2
				Boîte 6/4
			- ALIBEL	Boîte 4/4
				Boîte 1/2
			- SEMEUSE	Boîte 4/4
				Boîte 1/2
			- BONDUELLE	Boîte 4/4
			- DAUCY	Boîte 1/2
			- NICOLAS	Boîte 4/4
				Boîte 1/2
			- RECAMIER	Boîte 4/4
				Boîte 1/2
			- BOUTET	Boîte 4/4
				Boîte 1/2
			- LE BRETON	Boîte 4/4
				Boîte 1/2
			- CASINO	Boîte 4/4
				Boîte 1/2
			- GUIPE	Boîte 4/4
			- CODEC	Boîte 4/4
				Boîte 1/2
			- COPLOT	Boîte 1/2
			- AMBASSADEURS	Boîte 4/4
			- CERCLE ROUGE	Boîte 4/4
			- COOP	Boîte 4/4
				Boîte 1/2
			- KERBRONEC	Boîte 4/4
				Boîte 1/2
			- DINA	Boîte 1/2
			- UNICO	Boîte 4/4
				Boîte 1/2
<u>OREILLONS DE PECHES AU SIROP</u>		CON	<u>OREILLONS DE PECHES AU SIROP</u>	
- DEL MONTE	Bte 4/4 PNE 500g		- St-MAMET	Boîte 4/4
	Bte 4/4 PNE 470g			Boîte 1/2
	Bte 1/2 PNE 275g		- SILVER LEAF	Boîte 4/4
			- TABALI	Boîte 4/4

PRODUIT ET MARQUES	Format	GROUPE	PRODUIT ET MARQUES	Format
<u>OREILLONS DE PECHES AU SIROP (Suite)</u>		CON	<u>OREILLONS DE PECHES AU SIROP (Suite)</u>	
- VERMION-. NAOUSSA	Bte 4/4 PNE 480g		- LENZBOURG	Boîte 4/4
- SEKOVE	Bte 4/4 PNE 480g		- MARTIN'S	Boîte 4/4
- WHITE TOWER	Bte 4/4 PNE 480g		- RIVIERA	Boîte 4/4
	Bte 4/4 PNE 500g		- GOLDEN STREAM	Boîte 4/4
- <u>SUMMER FRUIT</u>	" " PNE 400g		- MURVILLE	Boîte 4/4
- KYKNOS	" " PNE 500g		- <u>SUMMER FRUIT</u>	Boîte 4/4
- DELFI	" " PNE 480g		- ELITE	Boîte 4/4
- SUNFIX	" " PNE 500g		- CASINO	Boîte 4/4
	" " PNE 480g		- CONEX	Boîte 4/4
- HELCO	" " PNE 500g		- VECO	Boîte 4/4
- STRIMON	" " PNE 500g		- CERCLE ROUGE	Boîte 4/4
- SW	Boîte PN 454g		- DEL	Boîte 4/4
- VEKO	Bte 4/4 PNE 500g			Boîte 1/2
	Bte 1/2 PNE 235g		- CODEC	Boîte 4/4
- OSCAR	Bte 4/4 PNE 500g			Boîte 1/2
	Bte 4/4 PNE 500g		- COOP	Boîte 4/4
- ALINA	Bte 4/4 PNE 480g			Boîte 1/2
- VITOM	Bte 4/4 PNE 500g			
- SWEET CORP	Bte 4/4 PNE 500g			
- LIBBY'S	Bte 4/4 PN 822g			
- EL GRECO	Bte 4/4 PNE 500g			
<u>COCKTAIL DE FRUITS</u>		CON	<u>COCKTAIL DE FRUITS</u>	
			- LIBBY'S	Boîte 4/4
				Boîte 1/2
			- MARTIN'S	Boîte 4/4
				Boîte 1/2
			- St-MAMMET	Boîte 4/4
				Boîte 1/2
			- TABALI	Boîte 4/4
			- COBRA	Boîte 4/4
			- MURVILLE	Boîte 4/4
				Bte 34/4
			- LORY'S	Boîte 4/4
			- CERCLE ROUGE	Boîte 4/4
			- CASINO	Boîte 4/4
			- GUIPE	Boîte 4/4
			- BEAUMONT	Boîte 4/4
		CON	<u>CREME DE MARRONS</u>	
			- CLEMENT FAUGIER	Boîte 4/4
				Boîte 1/2
				Boîte 1/4
				Tube 80g
			- VALADE	Boîte 4/4
				Pot 450g
			- LEONCE BLANC	Boîte 4/4
				Boîte 1/2
				Boîte 1/4
				Tube 80g
			- ANDROS	Boîte 4/4
			- DELVERT	Boîte 4/4
				Boîte 1/2

PRODUIT ET MARQUES	Format	GROUPE	PRODUIT ET MARQUES	Format
<u>CREME DE MARRONS (Suite)</u>			<u>CREME DE MARRONS (Suite)</u>	
			- SABATON	Boîte 4/4 Boîte 1/2
			- CASINO	Boîte 4/4 1/2
			- BEAUMONT	Boîte 4/4 Boîte 1/2
<u>THON BLANC A L'HUILE D'OLIVE</u>		CON	<u>THON BLANC A L'HUILE D'OLIVE</u>	
- RIO MARRE	PNE 125g PNE 62g		- SAUPIQUET	83g 139g 166g
- PAGODA	PNE 150g		- CAPITAINE COOK	83g 166g
- AMIEUX	PN 200g		- PAUL PAULET	83g 166g
- TONNE RUSSE	PN 250g		- POMPON ROUGE	83g
			- BASSET	83g
			- PHILIBERT	83g 166g
			- CONNETABLE	83g 166g
			- PECHEURS DE FRANCE	166g
			- PECHEURS BRETONS	83g
			- CASINO	83g 166g
			- CODEC	83g
			- COOP	166g 166g
		CON	<u>PAELLA (Boîte carton)</u>	
			- BUITONI	550g 1,3kg
			- GARBIT	600g
			- RIVOIRE & CARRET	485g
			- CASINO	570g
		CON	<u>CASSOULET</u>	
			- CASSEGRAIN	Boîte 4/4 Boîte 1/2
			- WILLIAM SAURIN	Boîte 4/4 Boîte 1/2
			- GEO	Boîte 1/2
			- RAYNAL & ROQUELAURE	" 4/4
			- MUTULAR	Boîte 1/2 Boîte 4/4
			- MONTAGNARD	Boîte 1/2 Boîte 4/4
			- RECAPET	Boîte 1/2 Boîte 4/4
			- SAUPIQUET	Boîte 1/2 Boîte 4/4 Boîte 1/2

PRODUIT ET MARQUES	Format	GROUPE	PRODUIT ET MARQUES	Format
<u>CASSOULET</u>		CON	<u>CASSOULET</u>	
			- DAUCY	Boîte 4/4
			- OLIDA	Bte 20/4
			- CAREC	Boîte 4/4
			- CASINO	Boîte 4/4
				Boîte 1/2
			- GUIPE	Boîte 4/4
				Boîte 1/2
			- CERCLE ROUGE	Boîte 4/4
			- KERBRONEC	Boîte 4/4
				Boîte 1/2
			- PRINCE	Boîte 4/4
			- CODEC	Boîte 4/4
				Boîte 1/2
			- COOP	Boîte 4/4
				Boîte 1/2
			- BEAUMONT	Boîte 4/4
				Boîte 1/2
<u>DOUBLE CONCENTRE DE TOMATE</u>		CON	<u>DOUBLE CONCENTRE DE TOMATE</u>	
- DEL MONTE	PN 70g		- LE CABANON	70g
	PN 150g			3x70g
- SEKOVE	PN 70g			140g
	PN 200g			440g
	PN 410g			880g
	PN 860g			Tube 150g
- WHITE TOWER	PN 70g		- OTRÁ ROLLI	70g
	PN 200g			3x70g
	PN 420g			140g
	PN 850g			2x140g
	Tube PN 150g			440g
- STRIMON	PN 70g			880g
	PN 200g		- LAROCHE FRERES	Tube 150g
	PN 415g			12x70g
	PN 860g			440g
	Sachet 4x860g			Tube 150g
- KYKNOS	PN 70g		- COPLOT	70g
	PN 200g			140g
	PN 410g			Tube 150g
	PN 860g		- GUIPE	70g
- SEVATH	PN 200g			6x70g
	PN 410g			140g
	PN 860g			4x140g
- LANGADA	PN 410g			440g
	PN 200g			880g
- PELARGOS	PN 200g		- CASINO	70g
				3x70g
				140g
				2x140g
				440g
				880g
				Tube 150g

PRODUIT ET MARQUES	Format	GROUPE	PRODUIT ET MARQUES	Format
<u>DOUBLE CONCENTRE DE TOMATE</u>		CON	<u>DOUBLE CONCENTRE DE TOMATE</u> (Suite)	
			- AMBASSADEURS	70g 440g
			- DINA	70g 3x70g 140g 440g Tube 150g
			- CERCLE ROUGE	3x70g 2x140g
			- CODEC	3x70g 2x140g 440g Tube 150g
			- COOP	70g 3x70g 140g 2x140g 440g Tube 150g
			- KERBRONEC	3x70g 2x140g 440g Tube 150g
<u>CONFITURE ABRICOTS PUR FRUIT PUR SUCRE</u>		CON	<u>CONFITURE ABRICOTS PUR FRUIT PUR SUCRE</u>	
- PAVLIDES	Pot verre 453g Pot plastique 40g		- ANDROS	Pot 450g Pot 900g Pot 2kg
- VERMIO NAOUSSA	" " 440g		- MURVILLE	Boîte 1kg
- VEKO	" " 450g		- MATERNE	Pot 450g Pot 900g Pot 1kg Pot 1,850kg
- ANTHOS KIFISSIAS	" " 453g		- LENZBOURG	Pot 450g Pot 1kg
- HERO	" " 340g		- LEREBOURG	Pot 450g Pot 1kg
- TICO	" " 40g		- AURONS	Boîte 500g Boîte 1kg
- STOTT OF SCOTLAND	" verre 454g		- VALADE	Pot 750g Pot 1kg
- KYPROS	" platique 3,7kg		- DORCER	Pot 450g
			- DELVERT	Pot 450g Pot 750g Boîte 1kg
			- BOIN	Pot 750g Pot 1kg
			- FICANO	Boîte 1kg
			- CERCLE ROUGE	Pot 450g Pot 1kg
			- CASINO	Pot 450g Pot 1kg

PRODUIT ET MARQUES	Format	GROUPE	PRODUIT ET MARQUES	Format
		CON	<u>CONFITURE ABRICOTS PUR FRUIT PURSUCRE</u> (Suite)	
			- CODEC	Pot 450g Boîte 500g Pot 750g Boîte 1kg
			- UNICO	Boîte 500g Boîte 1kg Pot 1kg
			- GUIPE	Pot 450g Pot 1kg
			- DINA	Pot 450g
			- AMBASSADOR	Pot 750g
			- CENTRA	Pot 450g Pot 1kg
			- COOP	Pot 450g Pot 900g
			- BEAUMONT	Pot 750g Boîte 1kg
			- SUPER M	Pot 450g
		CHA	<u>RILLETES PUR PORC (Boîte)</u>	
			- SAUPIQUET	73g 3x73g
			- OLIDA	75g 125g 3x75g
			- ONNO	75g 3x75g
			- CODEC	78g
		CHA	<u>SAUCISSES STRASBOURG SACHET PLASTIQUE</u>	
			- HERTA	(4) 140g (6) 210g (10) 350g (20) 700g
			- FLEURY MICHON	(4) 140g (6) 210g (10) 350g
			- OLIDA	(4) 140g (6) 210g (10) 350g
			- CABY	(4) 140g (6) 210g (10) 350g
			- SOPREX	(4) 140g (6) 210g
			- CASINO	(4) 130g (6) 195g (8) 260g (16) 558g
			- CERCLE ROUGE	(5) 200g (29) 1kg
			- KERBRONEC	(6) 214g

PRODUIT ET MARQUES	Format	GROUPE	PRODUIT ET MARQUES	Format
<u>TOMATO KETCHUP</u>		EPI	<u>TOMATO KETCHUP</u>	
- HEINZ	Flacon PN 198g PN 340g PN 567g		- HEINZ	Flacon 340g 500g 850g
- OMO SPONDIA	Flacon PN 340g 6x320g		- AMORA	Flacon 315g 655g
- DEL MONTE	Flacon PN 340g PN 1000g		- CROSSE & BLACKWELL	Flacon 325g
- SEKOVE	Flacon PN 320g PN 360g PN 1000g		- LOUIS BOCQUET	Flacon 370g
- LIBBY'S	Flacon PN 397g		- LAROCHE FRERES	Tube 200g
- APPEL	Flacon PN 250g		- BENEDICTA	Flacon 340g
- KYKNOS	Flacon PN 300g		- CASINO	Flacon 340g
- DRAFT	Flacon PN 340g		- STAR	Flacon 340g
- AMORA	Flacon PN 315g			
- PIKA	Flacon PN 320g			
Pot plastique PN500g				
<u>MAYONNAISE ORDINAIRE</u>		EPI	<u>MAYONNAISE ORDINAIRE</u>	
- APPEL DELICATESSEN	Pot PN 500g PN 250g PN 125g		- AMORA	Pot 270g Tube 160g
- EKMA	Pot PN 874g PN 480g PN 330g PN 120g		- BENEDICTA	Pot 340g 255g 500g Tube 100g
- KRAFT	Pot PN 725g PN 500g PN 250g		- LESIEUR	Pot 175g 250g Pot 400g Tube 100g
- BRAVA	Pot PN 430g PN 300g PN 110g		- CASINO	Pot 175g 250g Tube 175g
- TASTY	Pot PN 450g PN 300g		- CERCLE ROUGE	Pot 320g
- AMORA	Pot PN 270g PN 230g PN 110g		- BEAUMONT	Pot 250g
- CHEF GREC	Tube PN 160g Pot PN 480g PN 330g		- COOP	Pot 270g Tube 175g
- HEINZ	Pot PN 460g PN 263g PN 198g	EPI	<u>MOUTARDE DIJON ORDINAIRE</u>	
			- AMORA	Verre 150g Verre fantaisie 195g Verre 295g Pot 385g Pot 440g Pot 745g Pot 1,035kg Tube 95g

PRODUIT ET MARQUES	Format	GROUPE	PRODUIT ET MARQUES	Format
		EPI	<u>MOUTARDE DIJON ORDINAIRE (Suite)</u>	
			- GREY POUPON	Verre 150g Verre fantaisie 195g
				Pot 390g
				Pot 850g
			- REMA	Verre 135g
				Pot 230g
				Pot 370g
				Pot 750g
				Pot 850g
				Pot 1,05kg
			- LOUIS BOCQUET	Tube 100g
			- MAILLE	Tube 100g
			- BORNIER	Verre 150g
				Pot 745g
				Pot 1kg
				Pot 1,1kg
			- CASINO	Verre 160g
				Verre 245g
				Chope 370g
				Tube 100g
			- GUIPE	Verre 150g
				Pot 370g
			- EDUC	Pot 750g
			- CERCLE ROUGE	Pot 370g
				Pot 850g
			- COOP	Verre 150g
				Verre 370g
				Tube 150g
			- BEAUMONT	Verre 150g
			- DINA	Verre 150g
				Pot 380g
				Pot 850g
		LAI	<u>ROQUEFORT PREMIER CHOIX</u>	
			- SOCIETE	Sachets 1kg
				Détail 1kg
			- MARIA GRIMAL	Sachets 1kg
				Détail 1kg
			- LA FERMIERE	Sachets 1kg
				Détail 1kg
			- PHENIX	Sachets 1kg
				Détail 1kg
			- PAPILLON	Sachets 1kg
				Détail 1kg
			- COULET	Sachets 1kg
				Détail 1kg
			- RIGAL	Sachets 1kg
				Détail 1kg
			- VERNIERE FRES	Détail 1kg
			- COOP	Détail 1kg

PRODUIT ET MARQUES	Format	GROUPE	PRODUIT ET MARQUES	Format
		LAI	<u>PATE MOLLE SPECIALITE</u>	
			- CAPRICE DES DIEUX (60 % MG)	125g 175g 200g 300g
			- SUPREME (63 % MG)	200g 320g
			- GERAMONT (56 % MG)	210g 315g
			- CREME DES PRES (60 % MG)	200g 315g
			- COOP (60 % MG)	200g
<u>GRUYERE</u>		LAI	<u>GRUYERE</u>	
Sans marque			Sans marque	
<u>CREME DE GRUYERE</u>		LAI	<u>CREME DE GRUYERE</u>	
- <u>VACHE QUI RIT</u>	8 portions 140g 12 portions 225g 16 portions 320g 24 portions 480g		- <u>VACHE QUI RIT</u>	8 portions 170g 12 portions 225g 16 portions 280g 24 portions 460g
- SPECIAL PETIT NEGRE	6 port. 145g 12 port.		- VACHE GROSJEAN	8 portions 170g
- LA NOUVELLE VACHE	PN 140g		- MERE PICON	16 portions 280g
- LA VACHE	6 portionsx17g		- JUNIORS	8 portions 170g
- NESTLE	PN 140g		- CASINO	12 portions 225g 16 portions 280g
- DENAM	8 portionsx25g		- CERCLE ROUGE	8 portions 170g 16 portions 320g
<u>SPECIALITE AIL ET FINES HERBES(70%MG)</u>		LAI	<u>SPECIALITE AIL ET FINES HERBES(70%MG)</u>	
- <u>BOURSIN</u>	PU 125g		- <u>BOURSIN</u>	150g
- REYBINO	PU 100g		- TARTARE	6 portions 96g 150g
- <u>CANTADOU</u>	PU 140g		- <u>CANTADOU</u>	6 portions 96g 140g
			- GERVAIS	6 portions 80g 150g
<u>LAIT STERILISE UHT 1/2 ECREME</u>		LAI	<u>LAIT STERILISE 1/2 ECREME</u>	
- ENNSTAL	Boîte carton 1/2 l. 1/4 l.		- SUPERLAIT	1 l.
- TSEHA	" " 1/2 l. 1/4 l.		- LACTEL	1 l.
- PARMALAT	" " 1/2 l. 1/4 l.		- CANDIA	1 l.
			- CONCORDE	1 l.
			- MONT D'AUVERGNE	1 l.
			- NOVA	1 l.
			- ELLE & VIRE	1 l.

PRODUIT ET MARQUES	Format	GROUPE	PRODUIT ET MARQUES	Format
<u>LAIT FRAIS PASTEURISE ENTIER</u>		LAI	<u>LAIT FRAIS PASTEURISE ENTIER</u>	
- DELTA	Bouteille Plastique 640g		- CANDIA	1 l
- EVGA	" " 640g		- LACTEL	1 l
- ASPRO	" " 640g		- SUPERLAIT	1 l
- ASTU	" " 640g			
<u>LAIT CONCENTRE NON SUCRE</u>		LAI	<u>LAIT CONCENTRE NON SUCRE</u>	
- NOUNOU	411g		- GLORIA	170g
- VLAHAS	410g			3x170g
- CARNATION	410g			4x170g
- TSEHA	410g			410g
- KRINOS	411g			3x410g
- TITI	410g		- FRANCE LAIT	3x170g
- EMI	410g			410g
- TINA	410g			3x410g
- AROMA	410g		- CASINO	410g
- MIKRI-OLLANDEZA	410g			3x170g
- SISSI	411g			3x410g
	48 x 411g		- GUIPE	410g
	12 x 411g			3x410g
<u>LAIT CONCENTRE SUCRE</u>		LAI	<u>LAIT CONCENTRE SUCRE</u>	
- NOUNOU	397g		- NESTLE	Berlingots 5 x 30g
- VLAHAS	400g			Boîte 397g
- TSEHA	397g			Boîte 1kg
- TITI	400g			Tube 330g
- EMI	400g		- FRANCE LAIT	Boîte 397g
- MIKRI OLLANDEZA	397g			Tube 330g
- SISSI	397g		- MONT BLANC	Boîte 397g
	48 x 397g			Tube 330g
	12 x 397g		- CASINO	Boîte 397g
				Tube 330g
			- GUIPE	Boîte 397g
			- COOP	Boîte 397g
				Tube 330g
<u>POUDRE DE LAIT ECREME</u>		LAI	<u>POUDRE DE LAIT ECREME</u>	
- REGILAIT	250g		- GLORIA	300g
- INCO	250g			750g
	60 sachets de 3,5g			900g
- CARNATION	250g			2kg
- FIX MILCH	250g		- MONT BLANC	300g
				900g
			- <u>REGILAIT</u>	300g
				600g
				900g
			- SUPERLAIT	3kg
			250g	

PRODUIT ET MARQUES	Format	GROUPE	PRODUIT ET MARQUES	Format
		LAI	<u>POUDRE DE LAIT ECREME</u> (Suite)	
			- HEUDEBERG	250g
				500g
			- CERCLE ROUGE	300g
			- CASINO	300g
				750g
			- BEAUMONT	300g
				750g
		LAI	<u>YAOURTS NATURE</u>	
			- CHAMBOURCY	4x12 cl
				6x12 cl
				12x12 cl
			- DANONE	4x12 cl
				8x12 cl
				12x12 cl
			- YOPLAIT	4x12 cl
				6x12 cl
				12x12 cl
			- LA ROCHE AUX FEES	4x12 cl
				12x12 cl
			- YOVAL	4x12 cl
			- NOVA	12x12 cl
			- MARTENS	4x12 cl
				12x12 cl
			- GUIPE	6x12 cl
			- CASINO	4x12 cl
			- EDUC	4x12 cl
			- LE MONT JOLY	4x12 cl
				6x12 cl
		LAI	<u>FROMAGE BLANC 0% MG</u>	
			- GERVAIS	500g
				1kg
			- CHAMBOURCY	250g
			- YOVAL	500g
			- YOPLAIT	500g
			- MARTENS	500g
				1kg
			- LA ROCHE AUX FEES	500g
				1kg
			- NOVA	500g
			- LE BON BLANC	500g
			- CASINO	500g
			- LE MONT JOLY	1kg
		LAI	<u>CREME DESSERT CHOCOLAT</u> (Boîte)	
			- MONT BLANC	340g
				510g
			- YA BON	300g
			- FRANCE LAIT	320g
			- CASINO	340g
			- BEAUMONT	340g
			- LE MONT JOLY	340g

PRODUIT ET MARQUES	Format	GROUPE	PRODUIT ET MARQUES	Format
		LAI	<u>BEURRE PASTEURISE BAS DE GAMME</u>	
			- BEURRE CEE	250g
			- BEURRE LAITIER	250g
			- MONT FLEURI	250g
			- ETOILE DU BERGER	250g
			- LURPAK	250g
			- CLAIRMONT	125g
				250g
			- PAYS VERT	250g
			- CORDONS BLEUS	250g
			- PETITE FERMIERE	250g
			- RICHES MONTS	250g
			- VALLEE DU DROPT	250g
			- HERBAGE DE LOIRE	250g
			- CONCORDE	500g
			- CERCLE ROUGE	250g
			- LE MONT JOLY	250g
			- ROYAL	250g
		LAI	<u>BEURRE HAUT DE GAMME</u>	
<u>BEURRE</u>			- ISIGNY	15g
- KERKYRAS	250g			125g
- ALPINO	250g			250g
- CREMOR	227g			500g
- <u>NORMAND UNSALTED</u>			- <u>ELLE & VIRE</u>	125g
<u>BUTTER "ELLE & VIRE"</u>	227g			250g
- <u>VIRLUX</u>	227g		- <u>VIRLUX</u>	250g
- AUSTRIAN BUTTER	227g			500g
				1kg
				12 x 14g
			- CLAUDEL	125g
				250g
			- CHARENTE POITOU	125g
				250g
				500g
			- PREVAL	125g
				250g
			- BRIDEL	12 x 13,9g
				250g
				500g
				1kg
			- NERE	125g
				250g
			- BAIGNES	125g
				250g
			- VALLEE VERTE	125g
				250g
			- FLEUR DES MONTS	250g
			- CASINO	250g
			- EDUC	250g
				500g
			- BONLAIT	125g

PRODUIT ET MARQUES	Format	GROUPE	PRODUIT ET MARQUES	Format
		LAI	<u>BEURRE HAUT DE GAMME (Suite)</u>	
			- COOP	125g 250g
			- CODEC	125g 250g
		LAI	<u>OEUFS EXTRA FRAIS 60/65</u>	6
<u>MARGARINE</u>			<u>MARGARINE</u>	
- NEO VITAM	250g		- ASTRA	250g
- SUPER FRESCO	250g		- CASINO	500g
- GOLDEN CORN	227g			250g
	2 x 227g		- CERCLE ROUGE	500g
	3 x 227g		- GUIPE	500g
	1081g		- PAX	500g
- SOFT MARGARINE	227g		- EXCEL	500g
	2 x 227g		- NILO	250g
	1000g		- DEFI	500g
	1180g		- DIANA	500g
			- CODEC	500g
			- COOP	250g
			- VISO	500g
			- MARVA	500g
			- CROIX D'ARGENT	500g
		GRA	<u>HUILE D'ARACHIDE</u>	
			- HUILOR	1 l 3 l
			- LESIEUR	1 l 3 l
			- PRECY	1 l
			- ROBERT	3 l 5 l
			- DELTA	1 l
			- MAUREL	1 l 5 l
			- OLIOR	1 l
			- BELHUIL	1 l
			- CASINO	1 l 5 l
			- GUIPE	1 l
			- ROURE	1 l 5 l
			- EDUC	1 l
			- DINA	1 l
			- CERCLE ROUGE	1 l
			- CODEC	1 l
			- BEAUMONT	1 l
			- UNICO	1 l
			- SUPER M	1 l
			- COOP	1 l
			- CROIX D'ARGENT	1 l

PRODUIT ET MARQUES	Format	GROUPE	PRODUIT ET MARQUES	Format
<u>HUILE D'OLIVE</u>		GRA		
- MINERVA	920g			
- ALTIS	920g			
- FLORINA	920g			
- VESO	920g			
- KRINOS	920g			
- ASTRA	920g			
- ALFA	920g			
		GRA	<u>HUILE TOURNESOL</u>	
			- FRUIDOR	1 l
				4 l
			- AUREA	1 l
				3 l
			- ROBERT	5 l
			- DUMOULIN	1 l
			- BELHUIL	1 l
			- SOLIOR	1 l
			- CASINO	1 l
			- ROURE	1 l
			- CERCLE ROUGE	1 l
			- COOP	1 l
			- EDUC	1 l
			- UNICO	1 l
			- BEAUMONT	1 l
			- CROIX D'ARGENT	1 l
			<u>HUILE CONCRETE VEGETALINE</u>	400g
				800g
			<u>TRANCHES PANEEES CABILAUD CONGELEES</u>	
			- FINDUS	150g
				200g
				300g
				400g
			- VIVAGEL	200g
				400g
			- SERVIFRAIS	200g
				300g
				400g
				500g
				1kg
			- RIVOGEL	400g
			- CAP NORD	200g
				300g
				400g
<u>CREME GLACEE VANILLE/CHOCOLAT</u>		FRO		
- DELTA DOMINA			- GERVAIS	1/2l
- SPRING EVGA				1 l
- DELIOLANIS	450g			

PRODUIT ET MARQUES	Format	GROUPE	PRODUIT ET MARQUES	Format
<u>CREME GLACEE VANILLE/CHOCOLAT</u>		FRO	<u>CREME GLACEE VANILLE/CHOCOLAT</u>	
- AGNO			- MIKO	1/2l 1 l
			- FRIGECREME	1 l
			- MOTTA	1/2l 1 l
			- PILPA	1/2l 1 l
		FRO	<u>EPINARDS HACHES SURGELES</u>	
			- FINDUS	450g 600g 1kg
			- BONDUELLE	450g 600g 1kg
			- BOIRON	500g
			- VIVAGEL	600g 750g 1kg
			- IGLO	450g 1kg
<u>POTAGE DESHYDRATE POULET VERMICELLE</u>		SOU	<u>POTAGE DESHYDRATE POULET VERMICELLE</u>	
- MAGGI	64g		- KNORR	72g 3x72g 4x72g
- KNORR	62g		- MAGGI	61g 4x61g
	124g		- ROYCO	56g
			- CASINO	56g
<u>POTAGE EN CUBE (POULET)</u>		SOU	<u>BOUILLON CULINAIRE KUB-OR</u>	120g
- MAGGI	2 cubes 23g 24 cubes			
- KNORR	2 cubes 21g 8 cubes 84g 16 cubes 168g			
- TASTY	2 cubes 21g 8 cubes 84g 3 x 21g 63g 48 cubes			
<u>PUREE DESHYDRATEE</u>		LEG	<u>PUREE DESHYDRATEE</u>	
- KNORR	125g 250g		- MOUSSELINE	125g 2 x 125g 3 x 125g 4 x 125g
- MAGGI	125g			
- VIAMYL	120g			

PRODUIT ET MARQUES	Format	GROUPE	PRODUIT ET MARQUES	Format
<u>PUREE DESHYDRATEE (Suite)</u>		LEG	<u>PUREE DESHYDRATEE (Suite)</u>	
- SPAR	120g 250g 500g		- <u>KNORR</u>	125g 2x125g 3x125g 4x125g 5x125g
- QUIP	110g		- VICO	125g 2x125g 4x125g 8x125g
			- FLODOR	125g 2x125g
			- VINCA	4x125g
			- CASINO	2x125g 4x125g
			- CODEC	125g 2x125g
			- CERCLE ROUGE	500g
			- UNICA	500g
			- UNICO	125g 4x125g
			- COOP	125g 4x125g
			- BEAUMONT	125g 4x125g
<u>PETITS POTS PUREE FRUITS POMME/FRAISE</u>		ENF	<u>PETITS POTS PUREE FRUITS POMME/FRAISE</u>	
- <u>GERBER</u>	213g 134g		- <u>GERBER</u>	100g 130g 2x130g 230g
- BEECH-NUT	219g 134g		- PTIPO NESTLE	100g 130g
<u>POUDRE DE CACAO</u>			<u>CHOCOLAT EN POUDRE INSTANTANE</u>	
- <u>VAN HOUTEN</u>	100g 250g 500g 225g		- NESQUICK	400g 900g
- ION	100g		- BENCO	400g 800g
- PAVLIDES	Boîte carton 100g		- <u>VAN HOUTEN</u>	400g
- NESTLE	" " 113g		- CASINO	400g
	" " 227g		- GUIPE	400g
	" " 500g		- CERCLE ROUGE	400g
- BENDORP	" " 100g		- COOP	500g
	" " 200g			
	" " 250g			
	" " 500g			
- MELO	" " 100g			
- CAFEL	" " 100g			

PRODUIT ET MARQUES	Format	GROUPE	PRODUIT ET MARQUES	Format
		BOI	<u>BOISSONS FRUITEE A L'ORANGE</u>	
			- OASIS	1 l 1,25 l
			- BANGA	1,25 l
			- BALI	1,25 l
			- POKER	1 l
		BOI	<u>EAUX MINERALES</u>	
			- EVIAN	1,5 l 12 x 1,5 l
			- CONTREXEVILLE	1,5 l 12 x 1,5 l
			- VITTEL	1,5 l 12 x 1,5 l
			- VOLVIC	1,5 l 12 x 1,5 l
		BOI	<u>COLA</u>	
			- COCA-COLA	Boîte 33 cl 1 l 6 x 19 cl
			- PEPSI-COLA	1 l 6 x 19 cl
		BOI	<u>INDIAN TONIC</u>	
			- SCHWEPPES	6 x 19 cl
			- PSCHITT	6 x 19 cl
<u>CAFE SOLUBLE (NON LYOPHYLISE)</u>		BOI	<u>CAFE SOLUBLE LYOPHYLISE SPECIAL FILTRE</u>	
- <u>NESCAFE</u>	50g 200g 750g Sachets 2g 50g 500g		- <u>NESCAFE</u> (25 sachets)	50g 25 sachets 100g 200g
- NESCAFE(LYOPHYLISE) GOLDEN BLEND	56g		- JACQUES VABRE	50g 100g 200g
- BRAVO EXPRESS	50g 100g 200g 750g		- <u>MAXWELL</u>	50g 150g
- SOG	50g 200g		- ROYAL	50g
- <u>MAXWELL</u>	50g		- CORSAIRE	200g
- MOCCONA	50g 100g		- CASINO	200g
- MYRCAFE	75g		- MAMMOUTH	200g
		BOI	<u>CAFE EN GRAINS DEGUSTATION 100%</u>	
				<u>ARABICA</u>
			- VABRE "DEGUSTATION"	250g
			- VABRE "LE NECTAR"	250g
			- CASINO SCILIOR	250g
			- LA MAISON DU CAFE "CARIOCA"	250g
			- CODEC "DEGUSTATION"	250g

PRODUIT ET MARQUES	Format	GROUPE	PRODUIT ET MARQUES	Format
<u>BIERE BLONDE</u>		BIE	<u>BIERE BLONDE</u>	
- FIX-HELLAS	Bouteille 500g		- KRONENBOURG	65cl
	Conserve 340g			6 x 33cl
- HENNINGER	Bouteille 500g			10 x 25cl
	Conserve 350g			24 x 25cl
- AMSTEL	Bouteille 500g		- 33 EXPORT	6 x 33cl
- PILSEN	Conserve 340g			10 x 25cl
- EDELHEL-EXPORT	Conserve 0,33 l			1 l
- BAVARIA	Bouteille 500g			6 x 50cl
	Conserve 340g		- FISHER	12 x 25cl
- EL GRECO	Conserve 330g			6 x 25cl
- PAULANER	Conserve 330g		- HEINEKEN	3 x 28cl
	Bouteille 3x33cl		- CASINO	6 x 33cl
- SCLITZ	Conserve 330g			1 l
			- KANTERBRAU	10 x 25cl
				6 x 33cl
			- MEUSE	6 x 25cl
				10 x 25cl
			- MUTZIG	75cl
			6 x 28cl	
			10 x 28cl	
		- CERCLE ROUGE	10 x 25cl	
		- MAMMOUTH	10 x 25cl	
		- COOP	6 x 33cl	
<u>APERITIF DOUX (16°)</u>		ALC	<u>APERITIF DOUX (16°)</u>	
- MARTINI ROUGE	1 l		- MARTINI ROUGE	1 l
- CINZANO ROUGE	1 l			1,5 l
			- CINZANO ROUGE	1 l
			- CASINO	1 l
<u>OUZO</u>		ALC	<u>PASTIS</u>	
- OUZO 12	640g		- RICARD (45°)	1 l
- SANS-RIVAL	640g			1/2 l
			- PASTIS 51 (45°)	1 l
				1/2 l
			- DUVAL (45°)	1 l
			- PERNOD (45°)	1 l
			- PECANIS (45°)	1 l
			- JUNOT (45°)	1 l
			- CASANIS (45°)	1 l
			- BOB ANIS (45°)	1 l
			- PARADOU (43°)	1 l
			- BERGER (45°)	70 cl
				1 l
			- ALIZE (45°)	1 l
			- GERMAIN (41°)	1 l
			- THOMAS (43°)	1 l
			- SUPRANIS (43°)	1 l
			- TORRID (43°)	1 l
			- PEC (45°)	1 l
			- PASTIDOR (45°)	1 l

PRODUIT ET MARQUES	Format	GROUPE	PRODUIT ET MARQUES	Format
		ALC	<u>PASTIS (Suite)</u>	
			- CASINO (45°)	1 l
			- GUIPE (43°)	1 l
			- CERCLE ROUGE (43°)	1 l
<u>WHISKY BAS DE GAMME</u>		ALC	<u>WHISKY BAS DE GAMME (40°)</u>	
- JOHNNY WALKER	75cl		- JOHNNY WALKER RED LABEL	70cl
- WAT 69	75cl		- VAT 69	70cl
- BLACK & WHITE	75cl		- LABELS	75cl
- BALLANTINE'S	75cl		- SCOTTISH CLUB	70cl
- HAIG	75cl		- OXFORD CLUB	70cl
			- MAC KENNAS CLUB	70cl
			- JAMES MARTIN'S	75cl
			- GORDON OR	70cl
			- OLD SPENCER	70cl
			- W & P	70cl
			- GUARD	70cl
			- FIN WHISKY	70cl
			- WINDSOR CASTLE	70cl
			- DIXOS	70cl
			- GOLDEN CROSS	70cl
			- WINCHESTER	70cl
			- GRANT'S	75cl
				1,14 l
				2,28 l
			- ISLAND SCOTCH	70cl
			- BLACK AND WHITE	75cl
<u>BISCOTTES</u>		PAI	<u>PAIN ORDINAIRE</u>	
- ELITE	130g		- BAGUETTE	250g
	260g		- BAGUETTE	400g
- VOSSINAKIS	140g		- BAGUETTE	500g
	170g			
- ALIMOS	800g		<u>PAIN DE CAMPAGNE</u>	250g
				300g
				450g
				500g
				750g
			<u>PAIN DE SEIGLE</u>	450g
				500g
<u>PAIN DE MIE EN TRANCHES</u>			<u>PAIN DE MIE EN TRANCHES</u>	
- ALIMOS	310-320g		- DUROI	280g
	750g			450g
- CRISCRIS	300-340g		- KINGCORN	250g
	550-600g			450g
	750-800g			750g
			- HARRY'S	250g
				550g
				700g

PRODUIT ET MARQUES	Format	GROUPE	PRODUIT ET MARQUES	Format
		PAI	<u>PAIN DE MIE EN TRANCHES</u> (Suite)	
			- AUGA	320g ✓
			- HEUDEBERG	265g ✓
			- TURNER	250g
			- LUXBREAD	320g
			- PARE	620g
				285g
		FRU	<u>BANANES</u>	
			- CAT I	1kg
			- CAT II	1kg
		FRU	<u>CITRONS</u>	
			- CAT I	1kg
			- CAT II	1kg
		FRU	<u>ORANGES NAVEL D'ESPAGNE</u>	
			- CAT I	1kg
			- CAT II	1kg
		FRU	<u>PAMPLEMOUSSES POMELOS JAUNES</u>	
			- CAT I	1kg
			- CAT II	1kg
		FRU	<u>POMMES GOLDEN</u>	
			- CAT I	1kg
			- CAT II	1kg
<u>RIZ (PARBOILED)</u>		CER		
- UNCLE'S BEN	Paquet			1200g
				800g
				400g
- MAGIROS	"			800g
				400g
- KABANA	"			1200g
				800g
				400g

ANNEXE III.1.2. LISTE DES POINTS DE VENTE ENQUETES

N° de code	Localisation	Taille	Forme de commerce
00	Centre (A)	MLS	GE
01	Centre (A)	SM	MP
02	S.P.P.C. (B1)	SP	UD
03	S.P.P.C. (B2)	MLS	UD
04	S.P.P.C. (B1)	SP	UG
05	Centre	SM	MP
06	S.P.P.C. (B2)	SP	I
07	S.P.P.C. (B2)	SP	I
08	S.P.P.C. (B2)	SP	GV/GE
09	S.P.P.C. (B2)	SM	UD/GE
10	S.P.P.C. (B1)	SM	I
11	S.P.P.C. (B1)	SM	UD
12	S.P.P.C. (B1)	SP	UD
13	S.P.P.C. (B3)	SP	I
14	S.P.P.C. (B3)	SP	UD
15	S.P.P.C. (B3)	MLS	GV/GE
16	S.P.P.C. (B3)	SM	UD/GE
17	S.P.P.C. (B3)	SM	UD
18	S.P.L.C. (C1)	MLS	GE
19	S.P.L.C. (C1)	HM	MP
20	S.P.L.C. (C1)	SM	GE
21	S.P.L.C. (C1)	HM	I
22	Périphérie	SM	UD/GE
23	S.P.L.C. (C2)	SM	GV/GE
24	S.P.L.C. (C2)	SM	I
25	S.P.L.C. (C2)	SM	GE
26	Périphérie	SM	GV/GE
27	Périphérie	SM	MP

MLS : Mini Libre Services ($< 120 \text{ m}^2$)
 SP : Superette ($121 \text{ m}^2 - 400 \text{ m}^2$)
 SM : Super Marché ($400 \text{ m}^2 - 2000 \text{ m}^2$)
 HM : Hyper Marché ($2000 \text{ m}^2 <$)

GE : Coopérative d'Entreprise
 MP : Magasin Populaire
 GD : Coopérative de Détaillant
 I : Indépendant
 GV : Chaîne Vontaire
 GE : Grande Entreprise

ANNEXE III.2. PROBLEMES METHODOLOGIQUES

Tableau 1 : Dépenses publicitaires par groupe de produits
agro-alimentaires en 1977

ANNEXE III.2. PROBLEMES METHODOLOGIQUES

ANNEXE III.2. Tableau 1 : DEPENSES PUBLICITAIRES PAR GROUPE DE PRODUITS AGRO-ALIMENTAIRES EN 1977

en 000 drs

PRODUITS	Journaux	Revue	Radio	Télévision	Affichage	TOTAL
Alimentation + Boissons	38 987	54 614	5 805	299 545	9 720	402 631
dont						
- Boulangerie-Pâtis- serie + pâtes + Céréales	4 337	3 460	2 152	20 538	-	31 087
- Baby food	1 561	4 996	211	1 511	-	14 345
- Viande	13	218	-	-	-	231
- Produits alimentaires élaborés et conserves	6 401	5 660	110	32 333	-	44 504
- Produits oléa- gineux	576	3 250	-	27 443	-	31 798
- Produits laitiers	1 032	3 250	1 047	35 422	-	40 751
- Sucre + Confiserie	3 801	5 201	970	84 070	1 150	95 152
- Autres produits alimentaires	433	1 222	164	11 928	-	13 747
- Café-Thé-Cacao	1 255	3 846	149	9 705	80	15 035
- Boissons alcoolisées	15 107	21 973	202	45 785	2 430	85 497
- Boissons non alcoolisées + eaux minérales	4 471	1 009	134	24 810	60	30 484

Source : Revue Self-Service - Société METRIX 1977

ANNEXE III.3. PREMIERS RESULTATS DES ENQUETES DE JUILLET 1978
ET DE JANVIER 1979

Annexe III.3. Tableau 1 : Prix à la production

Annexe III.3. Tableau 2 : Evolution des prix de détail

Annexe III.3. Tableau 4 : Matrice des prix de détail en Janvier 1979

Annexe III.3. Tableau 5 : Marges commerciales Juillet 1978

Annexe III.3. Tableau 6 : Marges commerciales Janvier 1979

Annexe III.3. Tableau 7 : Evolution des marges commerciales
entre les deux enquêtes

Annexe III.3. Tableau 8 : Taux de conversion drachmes en
francs français.

ANNEXE III.3. Tableau 1 : PRIX A LA PRODUCTION (en drs)

Produit - Marque - Poids	Source			
	Enquête Mars 1979		Prix relevés par la coopérative (1)	
	Juillet 1978	Janvier 1979	Prix	Date de l'enquête
<u>Petits pois N°0</u>				
Marque A : Boîte 4/4 PNE * 480 g	33,50	33,50	-	-
Boîte 1/2 PNE	-	-	12,8	28/2/78
Marque B : Boîte 4/4 PNE 510 g	26,5-28,5	26,5 - 28,5	-	-
<u>Oreillons de pêche au sirop</u>				
Marque A : (paviés) Boîte 4/4 PNE 480 g (*)	25	25	23	31/6/78
(simples) Boîte 4/4 PNE 480 g	23	23	21,20	31/6/78
<u>Double concentré de tomate</u>				
Marque A : Conserve 70 g	4,60	4,90	-	-
Conserve 200 g	10,80	11,70	10,43	31/6/78
Conserve 410 g	19,70	19,80	18,87	31/6/78
Conserve 860 g	36,50	36,90	33	31/6/78
<u>Tonne à l'huile d'olive</u>				
Marque A : PNE 125 g (*)	-	-	32,23	10/3/78
<u>Petits pots</u>				
Marque A : Petit pot purée pommes PN 213 g	16,88	16,88	-	-
" " " PN 134 g	12,70	12,70	-	-
Marque B : " " " PN 219 g	16	17	-	-
" " " PN 128 g	13	13	-	-
<u>Potage en cube</u>				
Marque A : 2 cubes 21 g	4,21	4,58	-	-
8 cubes 84 g (*)	16,21	17,36	-	-
16 cubes 168 g	30,43	32,70	-	-
<u>Potage déshydraté (poulet vermicelle)</u>				
Marque A : sachet PN 62 g (*)	15,58	17,92	14,33	24/1/78
double sachet PN 124 g	29,16	-	-	-
<u>Purée déshydratée</u>				
Marque A : sachet PN 125 g	19,80	4,70	-	-
double sachet PN 250 g	37,90	-	-	-
Marque B : sachet PN 120 g	12,50	12,50	-	-
<u>Tomates ketchup</u>				
Marque A : flacon PN 320 g	18	19	17,14	avant 30/6/78
Marque B : flacon PN 340 g	40,42	40,42	-	-
flacon PN 600 g	70,25	70,25	-	-
flacon PN 1000 g	113,33	113,33	-	-

(1) Coopérative de la Banque Agricole de Grèce.

(*) Prix de la bouteille non inclus.

ANNEXE III.3. Tableau 1 : PRIX A LA PRODUCTION (en drs) (Suite)

Produit - Marque - Poids	Source			
	Enquête Mars 1979		Prix relevés par la coopérative (1)	
	Juillet 1978	Janvier 1979	Prix	Date de l'enquête
<u>Cola</u>				
Marque A : 1 litre (*)	11,33	11,33**	-	-
33 cl	3,66	3,66	-	-
<u>Lait concentré non sucré</u>				
Marque A : Conserve 410 g	15,82	16,67	-	-
Marque B : (prix CIF) Conserve 411 g (*)	16	17,33	15,82	18/5/78
Marque C : Conserve 410 g	14,38	17,35	14,72	30/6/78
			prix prod	
			prix gros	
<u>Lait concentré sucré</u>				
Marque A : Conserve 397 g	21,16	22,99	-	-
Marque B : (prix CIF) Conserve 397 g	21,45	22,92	21,50	31/6/78
Marque C : Conserve 400 g (*)	19	22,37	18,80	31/6/78
<u>Lait en poudre</u>				
Marque A : Boîte en carton 250 g	30	80	-	-
<u>Spaghetti N°6</u>				
Marque A : Paquet simple PN 500 g	13,8	13,8	-	-
Paquet luxe PN 500 g (*)	14,57	14,57	-	-
<u>Bières</u>				
Marque A : Bouteille 500 g	12,61	12,61	-	-
Conserve 340 g (*)	14	14	-	-
Marque B : Bouteille 500 g	13,25	13,25	-	-
Conserve 340 g	14	14	-	-
<u>Apéritifs</u>				
Marque A : Bouteille 640 g	72-75	72-75	-	-

(1) Coopérative de la Banque Agricole de Grèce

(**) Prix de la bouteille non inclus.

ANNEXE III.3. Tableau 1 : PRIX A LA PRODUCTION (en drs) (Suite)

Produit - Marque - Poids	S o u r c e			
	Enquête Mars 1979		Prix relevés par la coopérative(1)	
	Juillet 1978	Janvier 1979	Prix	Date de l'enquête
<u>Margarine</u>				
Marque A : PN 250 g (*)	15,81	14,81	14,99	16/6/78
Marque B : PN 250 g	14,56	13,75	-	-
Marque C : PN 250 g	22,81	23,81	-	-
<u>Huile d'olive</u>				
Marque A : PN 920g	83,58	91,17	-	-
Marque B : PN 920g	88,50	93,47	-	-
<u>Sucre</u> : 1000 g (*)	18,55	18,55	-	-
<u>Farine</u>				
Marque A : N°1 - PN 1000 g	-	-	15,95-17,3	28/6/78
Marque B : PN 1000 g(*)	-	-	12,21	12/6/78
<u>Sel fin</u>				
Marque A : Pot en plastique PN 400 g	7,50	7,50	-	-
" " PN 800 g	14,00	14,00	-	-
Marque B : Sachet en plastique PN 500 g (sel gros)	4,00	4,00	-	-
<u>Riz (parboiled)</u>				
Marque A : Boîte en carton PN 400 g	21,80	24,10	-	-
" " PN 800 g(*)	41,60	45,95	-	-
" " PN 1200 g	60,41	66,66	-	-
Marque B : Boîte en carton PN 800 g	30,80	33,20	-	-
Marque C : Boîte en carton PN 800 g	30,80	33,20	-	-
Marque D : Paquet PN 1000 g	34,30	37,30	-	-
" PN 3000 g	93	100	-	-
Marque E : Boîte en carton PN 400 g	-	-	14,31	31/6/78
" " PN 800 g	-	-	29,70	31/6/78
" " PN 1200 g	-	-	50,17	31/6/78
<u>Confiture d'abricots</u>				
Marque A : Pot PNE 440 g Pot PN 440 g	24	24	22,10	31/6/78
<u>Café instantané</u>				
Marque A : Bocal PN 75 g	84	84	-	-
Marque B : Bocal PN 50 g	60,00	69	-	-
Marque C : Bocal PN 50 g	55,00	53	-	-
" PN 100 g	110,00	106	-	-
" PN 200 g	198,00	190	-	-
" PN 750 g	580,00	520	-	-
Marque D : Bocal PN 50 g(*)	-	-	66,2	5/7/78

(1) Coopérative de la Banque Agricole de Grèce.

(*) Les marques signalées par un astérisque correspondent aux marques sélectionnées pour l'analyse des prix de détail et le calcul des marges.

ANNEXE III.3. Tableau 2 : EVOLUTION DES PRIX DE DETAIL

Points de vente (code)	Prix en Drs courants		Indices 1979/1978	Produit
	T	T+1		
	Juillet 1978	Janvier 1979		
00	-	-	-	Petits pois - Pne : 480 g
01	-	-	-	
02	-	-	-	
03	49	49	100	
04	40,2	-	-	
05	42,5	42,5	100	
06	37,4	40	106,9	
07	-	-	-	
08	42,9	42,9	100	
09	-	-	-	
10	-	39,9	-	
11	41,5	41,5	100	
12	-	44,5	-	
13	41	42,8	104,3	
14	47	47	100	
15	42,9	42,9	100	
16	-	-	-	
17	42	-	-	
18	39,5	39,5	100	
19	42,5	42,5	100	
20	40,2	40,2	100	
21	43,3	-	-	
22	39,5	-	-	
23	42,9	42,9	100	
24	-	-	-	
25	-	-	-	
26	42,9	42,9	100	
27	41,5	41,5	100	

Points de vente (code)	Prix en Drs courants		Indices	Produit
	T	T+1		
	Juillet 1978	Janvier 1979	1979/1978	
00	-	-	-	Oreillons de pêches au sirop
01	35	35	100	Pne : 480 g
02	36,5	36,5	100	
03	-	-	-	
04	35,3	-	-	
05	33	33	100	
06	32	32	100	
07	-	-	-	
08	-	32,5	-	
09	-	32	-	
10	34	-	-	
11	35	33	94,2	
12	33	33	100	
13	36,8	36,8	100	
14	-	36	-	
15	32,5	32,5	100	
16	-	-	-	
17	-	-	-	
18	-	31	-	
19	33	33	100	
20	31,9	31,9	100	
21	-	-	-	
22	32	32	100	
23	32,5	32,5	100	
24	-	-	-	
25	32	32	100	
26	32,5	32,5	100	
27	31,5	31,5	100	

Points de vente (code)	Prix en Drs courants		Indices 1979/1978	Produit
	T	T+1		
	Juillet 1978	Janvier 1979		
00	23	23	100	Double concentré de tomate
01	22	-	-	PN : 410 g
02	23,9	23,9	100	
03	-	-	-	
04	22,4	22,4	100	
05	21,5	19,8	92	
06	-	22	-	
07	-	-	-	
08	22,3	22,3	100	
09	22,3	-	-	
10	21,5	19,8	92	
11	-	-	-	
12	24	24	100	
13	24	-	-	
14	22	-	-	
15	22,3	22,3	100	
16	21,2	21,2	100	
17	-	-	-	
18	22	19,8	90	
19	21,5	19,8	92	
20	-	-	-	
21	-	-	-	
22	22,3	-	-	
23	22,3	22,3	100	
24	21,5	-	-	
25	22	19,8	90	
26	22,3	22,3	100	
27	20	19,8	99	

Points de vente (code)	Prix en Drs courants		Indices 1979/1978	Produit
	T	T+1		
	Juillet 1978	Janvier 1979		
00	48	48	100	Thon à l'huile d'olive
01	-	-	-	PN : 125 g
02	53,8	52	96,6	
03	50	-	-	
04	50,7	50,7	100	
05	45	48	106,6	
06	-	49,9	-	
07	48,9	48,1	100	
08	-	-	-	
09	48	48	100	
10	49,9	54	108,2	
11	48	48	100	
12	49	-	-	
13	48,8	49,8	102	
14	57	54	94,7	
15	-	-	-	
16	47,5	42,8	90,1	
17	55	54	98,1	
18	45	45	100	
19	45	48	106,6	
20	-	49,5	-	
21	51,5	-	-	
22	48	48	100	
23	-	-	-	
24	45	45	100	
25	43	43	100	
26	-	-	-	
27	45	47,5	105,5	

Points de vente (code)	Prix en Drs courants		Indices	Produit
	T	T+1		
	Juillet 1978	Janvier 1979	1979/1978	
00	-	-	-	Aliments pour bébés -P. pots
01	14	14	100	purée pomme-fraises
02	15,6	15,6	100	PN : 134 g
03	-	-	-	
04	14,6	14,6	100	
05	14,5	14,5	100	
06	15,5	15,5	100	
07	14,8	14,8	100	
08	13,5	14,6	108,1	
09	13,9	13,9	100	
10	13,9	13,9	100	
11	14,5	14,5	100	
12	14,3	14,6	102	
13	14,9	14,5	97,3	
14	15	15	100	
15	14,6	14,6	100	
16	15	15	100	
17	-	-	-	
18	15,4	15	97,4	
19	14,5	14,5	100	
20	14,9	14,5	97,3	
21	14,5	-	-	
22	13,9	13,9	100	
23	14,6	14,6	100	
24	14	14	100	
25	14,2	14,2	100	
26	14,6	14,6	100	
27	14,5	14,5	100	

Points de vente (code)	Prix en Drs courants		Indices 1979/1978	Produit
	T	T+1		
	Juillet 1978	Janvier 1979		
00	-	-	-	Potage déshydraté poulet au
01	16	21	131,2	vermicelle
02	17,5	-	-	Sachet PN 62 g
03	20	22	110	
04	16	20,7	129,3	
05	16,5	20	121,2	
06	18,5	21,5	116,2	
07	17,5	-	-	
08	18,8	21,6	114,8	
09	18,5	-	-	
10	16,4	21,5	131	
11	-	19	-	
12	17,9	-	-	
13	18,8	21,8	115,9	
14	18	22	122,2	
15	19,8	21,6	109	
16	15,8	20,5	129,7	
17	15	15	100	
18	17,5	22	125,7	
19	16	20	125	
20	18,3	20,8	113,6	
21	18	-	-	
22	18,5	-	-	
23	18,8	21,6	114,8	
24	17	19,5	114,7	
25	17	19,5	114,7	
26	18,8	21,6	114,8	
27	15,5	19,5	125,8	

Points de vente (code)	Prix en Drs courants		Indices	Produit
	T	T+1		
	Juillet 1978	Janvier 1979	1979/1978	
00	-	28	-	Purée déshydratée
01	29,7	31,5	127,5	Sachet : PN 125 g
02	27	28,8	106,6	
03	26	30	115,3	
04	28,4	30	105,6	
05	24,5	26,8	109,3	
06	24	-	-	
07	-	-	-	
08	22	24,5	111,3	
09	24,8	25,8	104	
10	26	28,5	109,6	
11	25	28,5	114	
12	27	26,7	98,8	
13	29,5	27,5	93,2	
14	24,5	29	118,3	
15	22	24,5	111,3	
16	25,5	28,8	112,9	
17	29	29	100	
18	28	29	103,5	
19	24,5	26,8	109,3	
20	24,8	27,8	112	
21	26,8	-	-	
22	24,8	25,8	104	
23	22	24,5	111,3	
24	25	27	108	
25	25	25	100	
26	22	24,5	111,3	
27	23,5	25,5	108,5	

Points de vente (code)	Prix en Drs courants		Indices 1979/1978	Produit
	T	T+1		
	Juillet 1978	Janvier 1979		
00	50	55	110	Tomate Ketchup
01	56	49	87,5	PN 340 g
02	50	-	-	
03	57	57	100	
04	53,3	-	-	
05	51	-	-	
06	45,5	49	107,7	
07	-	-	-	
08	39	39	100	
09	55	57,5	104,5	
10	49,9	49,9	100	
11	57	59	103,5	
12	51	55	107,8	
13	52	57	109,6	
14	57	58	101,7	
15	39	-	-	
16	52	57,2	110	
17	57	-	-	
18	55	58	105,5	
19	51	-	-	
20	48,7	58,9	120,9	
21	56	-	-	
22	54	57,5	106	
23	39	39	100	
24	47	-	-	
25	50	48	96	
26	39	38	100	
27	56	53	94	

Points de vente (code)	Prix en Drs courants		Indices	Produit
	T	T+1		
	Juillet 1978	Janvier 1979	1979/1978	
00	-	-	-	Mayonnaise
01	-	-	-	PN 250 g
02	39,5	-	-	
03	40	46	115	
04	40	40	100	
05	45	-	-	
06	-	46	-	
07	43	43	100	
08	42	42	100	
09	40	40	100	
10	-	39,9	-	
11	42	44	104,7	
12	43	43	100	
13	43	43	100	
14	48	44	91,7	
15	42	42	100	
16	41	42,5	103,6	
17	-	-	-	
18	46	46	100	
19	45	-	-	
20	47,5	41,5	87	
21	42	-	-	
22	40	40	100	
23	42	42	100	
24	40	40	100	
25	-	-	-	
26	42	42	100	
27	43,5	43,5	100	

Points de vente (code)	Prix en Drs courants		Indices 1979/1978	Produit
	T	T+1		
	Juillet 1978	Janvier 1979		
00	18,5	17	91,9	Margarine
01	17,7	15,7	88,7	PN 250 g
02	18,5	17,5	94,6	
03	18,5	16,5	89,2	
04	17,3	16,2	93,6	
05	18	17,5	97,2	
06	18,5	16,5	89,2	
07	18,2	16,9	92,8	
08	16,9	15,8	93,5	
09	16,6	15,9	95,8	
10	16,9	16,9	100	
11	18,5	17	91,9	
12	18	-	-	
13	18,5	16,5	89	
14	18,2	16,7	91,7	
15	17,7	15,8	89,3	
16	17,5	16,7	95	
17	19,9	18	90	
18	18,5	17,5	94,6	
19	18,3	17,4	95,1	
20	18,8	16,7	88,8	
21	18,5	-	-	
22	16,8	15,9	94,6	
23	17,7	15,8	89,3	
24	18	16,6	92,2	
25	18	16,5	91,7	
26	17,7	15,8	89,3	
27	18	17	94,4	

Points de vente (code)	Prix en Drs courants		Indices	Produit
	T	T+1		
	Juillet 1978	Janvier 1979	1979/1978	
00	93	-	-	Huile d'olive
01	95,9	109	113,6	PN 920 g
02	99,5	109	109,5	
03	99	109	110,1	
04	97,4	107	109,8	
05	-	105	-	
06	99,5	103	103,5	
07	95,5	109	114,1	
08	-	-	-	
09	97,6	107	109,6	
10	99,5	106	106,5	
11	99	105	106,1	
12	-	-	-	
13	-	107,5	-	
14	98,5	-	-	
15	-	98	-	
16	97,6	104	106,5	
17	99	109	110,1	
18	99	109	110,1	
19	95	105	110,5	
20	99,7	109	109,3	
21	98	-	-	
22	97,5	107	107,7	
23	-	98	-	
24	99	109	110,1	
25	96	105	109,3	
26	-	98	-	
27	94	104	110,6	

Points de vente (code)	Prix en Drs courants		Indices 1979/1978	Produit
	T	T+1		
	Juillet 1978	Janvier 1979		
00	14	14	100	Biscuits Petit Beurre
01	14,5	11	75	PN 230 g
02	13,7	13	94,9	
03	15	15	100	
04	12,8	12,6	98,4	
05	12	11	91,6	
06	18	15	83,3	
07	13,8	13,7	99,3	
08	-	12,9	-	
09	13,5	13,5	100	
10	14	14	100	
11	14	15	107	
12	14,7	14,7	100	
13	14,5	14,5	100	
14	15	15	100	
15	12,9	12,9	100	
16	12,9	12,9	100	
17	-	-	-	
18	14	15	107	
19	12	11	91,6	
20	14,2	14,2	100	
21	15	-	-	
22	13,5	13,8	102	
23	12,9	12,9	100	
24	13	13	100	
25	12,7	11	86,6	
26	12,9	12,9	100	
27	11,5	11	95,6	

Points de vente (code)	Prix en Drs courants		Indices	Produit
	T	T+1		
	Juillet 1978	Janvier 1979	1979/1978	
00	-	33	-	Chocolat à croquer
01	33	33	100	PN 125 g
02	35	-	-	
03	35	35	100	
04	-	-	-	
05	-	32,5	-	
06	-	33	-	
07	32,2	32,2	100	
08	32	32	100	
09	-	31	-	
10	29,9	29,9	100	
11	28	-	-	
12	35	37	-	
13	32,8	32,8	100	
14	35	35	100	
15	32	32	100	
16	31	31	100	
17	-	-	-	
18	34	33	-	
19	-	32,52	-	
20	34	34	100	
21	30	-	-	
22	31	31	100	
23	32	32	100	
24	30	-	-	
25	29	29	-	
26	32	29,8	-	
27	-	31	-	

Points de vente (code)	Prix en Drs courants		Indices	Produit
	T	T+1		
	Juillet 1978	Janvier 1979	1979/1978	
00	36	36	100	poudre de cacao
01	35	35	100	PN 100 g (boîte carton)
02	38,5	36,9	95,8	
03	35	35	100	
04	-	35	-	
05	33,5	33,5	100	
06	36	36	100	
07	37,5	37,5	100	
08	33,5	33,5	100	
09	33,7	33,7	100	
10	34	34	100	
11	34	34	100	
12	36,5	36,5	100	
13	35,8	35,8	100	
14	35,8	35,8	100	
15	33,5	33,5	100	
16	31,8	32,8	103,1	
17	36,5	36	98,6	
18	36	36	100	
19	33,5	33,5	100	
20	35,6	35,6	100	
21	36	-	-	
22	33,7	32,7	97	
23	33,5	33,5	100	
24	-	-	-	
25	30	30	100	
26	33,5	33,5	100	
27	32,5	31,5	96,9	

Points de vente (code)	Prix en Drs courants		Indices	Produit
	T	T+1		
	Juillet 1978	Janvier 1979	1979/1978	
00	-	24,5	-	Sucre fin
01	21,5	21,5	100	PN 100 g
02	22,9	22,9	100	
03	22	22	100	
04	22	-	-	
05	20,8	21	100,96	
06	21,5	22,5	104,65	
07	21	21	100	
08	21	21,5	102,38	
09	20,8	20,8	100	
10	20,9	21	100,4	
11	21,9	22,5	102,74	
12	21,4	21,8	101,86	
13	21,8	20,9	95,87	
14	23	21,5	93,47	
15	21	21,5	102,38	
16	20,8	21,5	103,36	
17	22	22	100	
18	20,5	20,8	101,46	
19	20,8	21	100,96	
20	20,6	21,6	104,85	
21	23	-	-	
22	20,8	20,8	100	
23	20,7	21,5	-	
24	21,5	21,5	100	
25	20	20,8	104	
26	20,7	21,5	103,86	
27	19,5	20,8	106,67	

Points de vente (code)	Prix en Drs courants		Indices 1979/1978	Produit
	T	T+1		
	Juillet 1978	Janvier 1979		
00	22	22	100	Farine
01	20	20	100	PN 1000 g
02	22,2	22,2	100	
03	21	21	100	
04	19,4	19,2	98	
05	20	19,5	97,50	
06	22	21	95,4	
07	22,2	22,2	100	
08	20,7	20,7	100	
09	20,8	20,8	100	
10	20,8	19,5	93,7	
11	22	22	100	
12	18	21	116,6	
13	22,2	20,8	93,7	
14	22	22	100	
15	20,7	20,7	100	
16	20,4	19,2	94,1	
17	19	22,5	118	
18	-	-	-	
19	20	19,5	97,5	
20	20,8	19,5	93,7	
21	26	-	-	
22	20,8	20,8	100	
23	20,7	20,7	100	
24	21,5	18,6	86,5	
25	20	29	95	
26	20,7	20,7	100	
27	19,5	19	97,4	

Points de vente (code)	Prix en Drs courants		Indices	Produit
	T	T+1		
	Juillet 1978	Janvier 1979	1979/1978	
00	-	-	-	Sel fin
01	9,5	-	-	PN 400 g
02	9,5	9,8	103	
03	8	9	112,5	
04	8	9	112,5	
05	8,3	8	96,4	
06	8	8	100	
07	7,5	7,3	97,3	
08	8,4	8,4	100	
09	8,2	8,2	100	
10	8,4	7,9	94,0	
11	8	8,5	106,2	
12	9,8	9	91,8	
13	8,9	7,9	88,7	
14	9,5	10,5	110,5	
15	8,6	8,4	97,6	
16	7,9	8,2	103,8	
17	9,5	9,5	100	
18	9	9	100	
19	8,3	8	96,4	
20	9,6	9,6	100	
21	8,5	-	-	
22	8,2	8,2	100	
23	8,4	8,4	100	
24	8,5	8,5	100	
25	7,8	7,8	100	
26	8,6	8,4	97,7	
27	8	8	100	

Points de vente (code)	Prix en Drs courants		Indices	Produit
	T	T+1		
	Juillet 1978	Janvier 1979	1979/1978	
00	-	52	-	Riz parboiled
01	47	49	104,2	PN 800 g
02	48,8	53,5	109,6	
03	48	52	108,3	
04	46,9	49,3	105,1	
05	43	49,5	115,1	
06	48	50,8	105,8	
07	51,9	-	-	
08	-	47	-	
09	-	46	-	
10	42,8	49	114,5	
11	46	48	104,3	
12	48,8	51	104,5	
13	48,5	-	-	
14	-	54,4	-	
15	-	47	-	
16	47	48,6	103,4	
17	52	53	101,9	
18	47	51	108,5	
19	43	49,5	115,1	
20	45,8	49,7	108,5	
21	48	-	-	
22	-	46	-	
23	-	47	-	
24	47	51,8	110	
25	44	47	106,8	
26	-	47	-	
27	42	47	111,9	

Points de vente (code)	Prix en Drs courants		Indices 1979/1978	Produit
	T	T+1		
	Juillet 1978	Janvier 1979		
00	-	27	-	Confiture d'abricot
01	-	-	-	PN 453 g (pot en verre)
02	-	28,5	-	
03	28	28	100	
04	-	28,5	-	
05	24	24	100	
06	-	-	-	
07	25,5	28	109,8	
08	26,5	26	98,1	
09	26,5	26,5	100	
10	25,9	25,9	100	
11	26,8	26,8	100	
12	27,4	27,4	100	
13	28,8	27,8	96,5	
14	28,5	28,5	100	
15	26,5	26,5	100	
16	27	27,5	101,8	
17	-	-	-	
18	27	27	100	
19	24	24	100	
20	-	-	-	
21	30	-	-	
22	26,5	26,5	100	
23	26,5	26,5	100	
24	25	25	100	
25	24	24	100	
26	26,5	26,5	100	
27	23,5	23,5	100	

Points de vente (code)	Prix en Drs courants		Indices 1979/1978	Produit
	T	T+1		
	Juillet 1978	Janvier 1979		
00	-	-	-	Cola
01	14 + 11	14 + 11	100	Bouteille de 1 litre
02	11 + 11	-	-	
03	14,5 + 11	14,5 + 11	100	
04	13 + 11	13 + 11	100	
05	12 + 11	12 + 11	100	
06	14,5 + 11	14,5 + 11	100	
07	13,3 + 11	13,3 + 11	100	
08	12,9 + 11	12,9 + 11	100	
09	13 + 11	13 + 11	100	
10	14,5 + 11	14,5 + 11	100	
11	13,5 + 11	13,5 + 11	100	
12	13 + 11	13 + 11	100	
13	13,5 + 11	13,5 + 11	100	
14	14 + 11	14 + 11	100	
15	12,9 + 11	12,9 + 11	100	
16	13,2 + 11	13 + 11	98,5	
17	15 + 11	15 + 11	100	
18	14,5 + 10	13,5 + 11	93	
19	12 + 11	12 + 11	100	
20	14,3 + 11	14,3 + 11	100	
21	12 + 11	-	-	
22	13 + 11	13 + 11	100	
23	12,9 + 11	12,9 + 11	100	
24	13,5 + 11	13,5 + 11	100	
25	12 + 11	12 + 11	100	
26	12,9 + 11	12,9 + 11	100	
27	12,4 + 10	11,4 + 11	91,9	

Points de vente (code)	Prix en Drs courants		Indices	Produit
	T	T+1		
	Juillet 1978	Janvier 1979	1979/1978	
00	62	72	116,1	Café instantané non
01	69	69	100	lyophilisé
02	65	69	106	PN 50 g
03	65	79	121	
04	-	72,5	-	
05	60	59	98,3	
06	65	63,5	47,7	
07	68	73	107	
08	59	59	100	
09	39	64	107,0	
10	59	68	115,2	
11	69	69,5	100,7	
12	63,7	67	105,2	
13	61,8	62,9	101,8	
14	62	71	114,5	
15	59	59	100	
16	63	65,8	104,4	
17	69	75	108,7	
18	65	72	110,7	
19	59	59	100	
20	65	64	98,5	
21	67	-	-	
22	59,8	64	107	
23	59	59	100	
24	64,5	67	103,9	
25	60	64	106,7	
26	57	59	103,5	
27	58	58,5	100,8	

Points de vente (code)	Prix en Drs courants		Indices 1979/1978	Produit
	T	T+1		
	Juillet 1978	Janvier 1979		
00	21,5	23,5	109,3	Lait concentré sucré
01	20,5	23,8	116,1	Boîte métallique
02	21,9	24,2	110	FN 400 g
03	-	27	-	
04	21,3	24,6	115,5	
05	20,4	22,5	110,3	
06	20,8	23,8	114,4	
07	20,2	-	-	
08	20,6	22,7	110,2	
09	20,8	22,8	109,6	
10	20,5	22,5	109,7	
11	22	23,6	107,2	
12	20,8	22,5	108,2	
13	21,5	23,9	111,2	
14	22,4	24,3	108,5	
15	19	22,7	119,5	
16	20,4	21,9	107,3	
17	22	25	113,6	
18	-	23,5	-	
19	20,4	22,5	110,3	
20	23,5	23,5	100	
21	22,5	-	-	
22	20,8	22,8	109,6	
23	20,6	22,7	110,2	
24	-	24	-	
25	20,4	-	-	
26	-	22,7	-	
27	20,2	22,3	110,4	

Points de vente (code)	Prix en Drs courants		Indices	Produit
	T	T+1		
	Juillet 1978	Janvier 1979	1979/1978	
00	17,5	20	114,3	Lait concentré non sucré
01	17	19,2	112,9	(boîte métallique)
02	17,6	19,8	112,5	PN 411 g
03	17,8	20	112,3	
04	17,2	-	-	
05	15,8	18,5	110,1	
06	16,8	19,5	116,1	
07	16,9	18,9	111,8	
08	16,8	18,5	110,1	
09	16,5	18,9	114,5	
10	16,9	18,9	111,8	
11	17,9	-	-	
12	17,5	18,9	108	
13	16,5	18,5	112	
14	18	19,5	108	
15	16,8	18,4	109,5	
16	16,9	18,9	111,8	
17	18,5	21,5	116,2	
18	16,5	-	-	
19	16,8	18,5	110,1	
20	16,9	19,5	115,4	
21	17,4	-	-	
22	16,5	18,4	111,5	
23	16,8	18,5	110,1	
24	17,5	19,5	111,4	
25	16,5	18,5	112,1 ^x	
26	16,8	18,5	110,1	
27	16,7	18,3	109,6	

Points de vente (code)	Prix en Drs courants		Indices 1979/1978	Produit
	T	T+1		
	Juillet 1978	Janvier 1979		
00	-	33	-	Lait en poudre
01	29,5	-	-	(boîte en carton)
02	32,5	31,5	96,9	PN 250 g
03	32	33	103,1	
04	29,5	-	-	
05	29	29	100	
06	21,8	29,8	136,7	
07	33,5	32,2	96	
08	29,5	29,5	100	
09	29,5	29,5	100	
10	29,5	29,5	100	
11	29,5	29,8	101,0	
12	-	29,8	-	
13	34,8	29,8	85	
14	33	33	100	
15	26,5	29,5	111,3	
16	-	29,4	-	
17	39	39,5	101,3	
18	29,8	29,5	99	
19	29	29	100	
20	29,5	29,5	100	
21	29	-	-	
22	29,5	29,5	100	
23	29,5	29,5	100	
24	-	32,5	-	
25	29	29	100	
26	26,5	29,5	111,3	
27	28,5	28,5	100	

Points de vente (code)	Prix en Drs courants		Indices	Produit
	T	T+1		
	Juillet 1978	Janvier 1979	1979/1978	
00	-	-	-	Lait frais pasteurisé
01	8	8	100	(bouteille en plastique)
02	-	-	-	PN 640 g
03	8,1	10	123,4	
04	8	7,9	98,7	
05	8	-	-	
06	8	10	125	
07	8	-	-	
08	-	-	-	
09	-	9,6	-	
10	8	-	-	
11	-	9,5	-	
12	-	-	-	
13	-	-	-	
14	-	-	-	
15	-	-	-	
16	7,6	10	131,6	
17	-	10	-	
18	-	-	-	
19	-	-	-	
20	8,1	-	-	
21	8	-	-	
22	-	9,6	-	
23	-	-	-	
24	-	-	-	
25	-	-	-	
26	-	-	-	
27	-	-	-	

Points de vente (code)	Prix en Drs courants		Indices 1979/1978	Produit
	T	T+1		
	Juillet 1978	Janvier 1979		
00	-	16,5	-	Lait longue conservation
01	15,6	16,6	106,4	demi-écrémé
02	15,9	16,6	104,4	FN 1/2 litre
03	15,7	16,6	105,7	
04	15,7	16,6	105,7	
05	17,5	17,2	98,3	
06	15,7	17,5	111,5	
07	-	-	-	
08	-	16,6	-	
09	15,7	16,6	105,7	
10	15,7	16,4	104	
11	17,3	-	-	
12	17,5	-	-	
13	15,8	16,7	105,7	
14	15,7	16,6	105,7	
15	15,7	16,6	105,7	
16	15,3	17,2	112,4	
17	15,5	15,5	100	
18	15,7	16,6	105,7	
19	15,7	17,2	109,5	
20	15,8	17,2	108,9	
21	16,8	-	-	
22	15,7	-	-	
23	15,7	16,6	105,7	
24	-	-	-	
25	15,3	16,6	108,5	
26	-	16,6	-	
27	15,5	16,6	107,1	

Points de vente (code)	Prix en Drs courants		Indices	Produit
	T	T+1		
	Juillet 1978	Janvier 1979	1979/1978	
00	-	32	-	Crème gruyère 8 portions
01	34	36	105,9	PN 140 g
02	-	-	-	
03	-	35,5	-	
04	-	-	-	
05	27	28,5	105,5	
06	34	34,4	101,2	
07	31,6	-	-	
08	33	-	-	
09	-	-	-	
10	35	35	100	
11	30,8	33	107,1	
12	35,5	-	-	
13	37,5	35	93,3	
14	34	35	102,9	
15	-	-	-	
16	29,3	33,8	115,3	
17	-	-	-	
18	34	34	100	
19	27	28,5	105	
20	-	-	-	
21	33	-	-	
22	-	-	-	
23	-	-	-	
24	30	32	106,7	
25	30	32	106,7	
26	33	31	93,9	
27	27	27,5	101,8	

Points de vente (code)	Prix en Drs courants		Indices 1979/1978	Produit
	T	T+1		
	Juillet 1978	Janvier 1979		
00	-	42	-	Beurre pasteurisé
01	41	42	102,4	PN 227 g
02	41,2	42,3	102,7	
03	-	41,5	-	
04	-	-	-	
05	40,5	40,5	100	
06	41,2	42,2	102,4	
07	41	42,3	103,2	
08	41,2	42,2	102,4	
09	41	42	102,4	
10	40,9	42	102,7	
11	41	42	102,4	
12	-	43	-	
13	-	41,8	-	
14	41,2	42	101,1	
15	41,2	42,2	102,4	
16	39,8	42	105,5	
17	-	-	-	
18	42	41	97,6	
19	40,5	40,5	100	
20	41,3	41,3	100	
21	41	-	-	
22	41	42	102,4	
23	-	42,2	-	
24	-	-	-	
25	36	42	116,7	
26	41,2	42,2	102,4	
27	39,5	39,5	100	

Points de vente (code)	Prix en Drs courants		Indices	Produit
	T	T+1		
	Juillet 1978	Janvier 1979	1979/1978	
00	16,5	16,5	100	Bière
01	16,5	16,5	100	PN 330 g
02	16,9	16,9	100	
03	16	17	106,2	
04	16,8	16,8	100	
05	15	15,6	104	
06	16,8	16,7	99,4	
07	16,9	16,9	100	
08	15,6	15,6	100	
09	16,5	16,9	102,4	
10	15,9	16,9	106,3	
11	-	17	-	
12	16,4	16,8	102,4	
13	-	-	-	
14	18	-	-	
15	15,6	15,6	100	
16	16	16	100	
17	17	17	100	
18	16,5	16,5	100	
19	15	15,6	104	
20	15,8	-	-	
21	16	-	-	
22	16,9	16,9	100	
23	15,6	15,6	100	
24	-	-	-	
25	16,5	16,5	100	
26	15,6	15,6	100	
27	15,3	15,3	100	

Points de vente (code)	Prix en Drs courants		Indices	Produit
	T	T+1		
	Juillet 1978	Janvier 1979	1979/1978	
00	16,5	-	-	Spaghetti No C
01	17,5	17,5	100	Emballage Luxe
02	17,9	17,9	100	PN 500 g
03	17,9	18	100,6	
04	17,8	-	-	
05	17,4	17,4	100	
06	17,9	17,9	100	
07	-	-	-	
08	17,7	-	-	
09	17,5	17,5	100	
10	17,5	17,5	100	
11	17,8	17,8	100	
12	17,9	17,9	100	
13	17,9	17,9	100	
14	17,9	17,9	100	
15	17,7	17,5	98,8	
16	17,9	17,4	97,2	
17	17	17,8	104,7	
18	17,5	17,5	100	
19	17,4	17,4	100	
20	17,9	17,9	100	
21	17,4	-	-	
22	17,5	17,5	100	
23	16,7	17,5	104,8	
24	17,5	17,5	100	
25	17,5	-	-	
26	17,5	17,5	100	
27	17	17	100	

Points de vente (code)	Prix en Drs courants		Indices	Produit
	T	T+1		
	Juillet 1978	Janvier 1979	1979/1978	
00	-	-	-	Ravioli sauce à la tomate
01	19	19	100	Conserve NI
02	20	-	-	PN 410 g
03	-	-	-	
04	19,5	20	102,6	
05	-	-	-	
06	21	21	100	
07	-	18,1	-	
08	18,5	18,5	100	
09	18,5	18,5	100	
10	19,9	-	-	
11	19,3	19,3	100	
12	-	-	-	
13	20,5	20,5	100	
14	21	21	100	
15	18,5	18,5	100	
16	19,5	19,5	100	
17	-	-	-	
18	-	-	-	
19	-	-	-	
20	18,8	18,8	100	
21	21	-	-	
22	19,5	18,5	94,9	
23	18,5	18,5	100	
24	19	19	100	
25	18	18	100	
26	18,5	18,5	100	
27	-	-	-	

Points de vente (code)	Prix en Drs courants		Indices 1979/1978	Produit
	T	T+1		
	Juillet 1978	Janvier 1979		
00	125	125	100	Cinzano rouge
01	116	123	106	PN 900 g
02	-	130	-	
03	117	117	100	
04	109,7	109,5	99,8	
05	-	-	-	
06	138	138	100	
07	122	-	-	
08	120	120	100	
09	118	108	91,5	
10	109	109	100	
11	110	144	130,9	
12	115	135	117,4	
13	-	-	-	
14	130	130	100	
15	120	120	100	
16	109	119	109,2	
17	125	135	108	
18	125	135	108	
19	-	-	-	
20	113	113	100	
21	-	-	-	
22	-	108	-	
23	120	120	100	
24	110	120	109,1	
25	115	115	100	
26	120	120	100	
27	-	-	-	

Points de vente (code)	Prix en Drs courants		Indices 1979/1978	Produit
	T	T+1		
	Juillet 1978	Janvier 1979		
00	92	92	100	Ouzo
01	95	-	-	Bouteille de 640 g
02	99	99	100	
03	-	105	-	
04	97,5	97,5	100	
05	88	90	102,3	
06	-	95	-	
07	98	95	96,9	
08	92	92	100	
09	94	94	100	
10	89	89	100	
11	89,5	89	99,4	
12	91	93	102,2	
13	95	95	100	
14	100	100	100	
15	97	92	94,8	
16	85	90	105,9	
17	110	100	90,9	
18	89	95	106,7	
19	-	90	-	
20	-	95	-	
21	-	-	-	
22	94	94	100	
23	85	92	108,2	
24	-	80	-	
25	90	90	100	
26	92	92	100	
27	84	87	103,6	

Points de vente (code)	Prix en Drs courants		Indices 1979/1978	Produit
	T	T+1		
	Juillet 1978	Janvier 1979		
00	350	-	-	Whisky
01	-	360	-	Bouteille 75 cl
02	369	-	-	
03	-	-	-	
04	-	-	-	
05	-	-	-	
06	335	-	-	
07	365	375	102,7	
08	329	-	-	
09	339	339	100	
10	329	-	-	
11	329	-	-	
12	329	-	-	
13	-	-	-	
14	360	-	-	
15	329	-	-	
16	426,3	426,3	100	
17	-	-	-	
18	360	-	-	
19	-	-	-	
20	386	386	100	
21	-	-	-	
22	339	339	100	
23	329	-	-	
24	-	-	-	
25	320	356	111,2	
26	329	-	-	
27	-	-	-	

Points de vente (code)	Prix en Drs courants		Indices	Produit
	T	T+1		
	Juillet 1978	Janvier 1979	1979/1978	
00	-	-	-	Pain en tranches
01	14	14	100	PN 320-340 g
02	-	-	-	
03	15	15	100	
04	-	-	-	
05	15	15	100	
06	15	15	100	
07	15	15	100	
08	-	-	-	
09	14,5	14,5	100	
10	15	15	100	
11	-	-	-	
12	-	-	-	
13	-	-	-	
14	15	15	100	
15	-	-	-	
16	15	15	100	
17	-	15	-	
18	15	15	100	
19	15	15	100	
20	15	15	100	
21	15	-	-	
22	-	15	-	
23	-	-	-	
24	14	15	107,1	
25	15	-	-	
26	-	15	-	
27	15	14	93,3	

Points de vente (code)	Prix en Drs courants		Indices 1979/1978	Produit
	T	T+1		
	Juillet 1978	Janvier 1979		
00	-	17	-	Biscottes
01	16,5	20	121,2	Paquet 260 g
02	17,5	17	97	
03	17	20	117,6	
04	16,4	14,4	87,8	
05	-	-	-	
06	18	18	100	
07	17,1	19	111,1	
08	15,8	17,5	110,7	
09	14,9	16,5	110,7	
10	16,9	18	106,5	
11	17,5	19	108,6	
12	15,6	15,9	101,9	
13	17	17,5	102,9	
14	17	20	117,6	
15	15,8	17,5	110,7	
16	15,5	18	116,1	
17	18	18	100	
18	16,2	18,8	116	
19	-	-	-	
20	17,3	20	115,6	
21	18	-	-	
22	14,9	16,9	113,4	
23	15,8	17,5	110,7	
24	16	-	-	
25	-	17	-	
26	15,8	17,5	110,7	
27	-	-	-	

ANNEXE III.3. Tableau 3 : MATRICE DES PRIX DE L'ENQUETE DE JUILLET 1978

Produits - Formats - Points de vente	Points de vente																		
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
1. Petit pois 80 g, boîte 1/2, Pme 240 g	-	-	-	(49)	40,2	42,5	37,4	-	42,9	-	-	41,5	-	41	47	42,9	-	42	39,5
2. Drellions de pêches au sirop, boîte 4/4, Pme 480 g	-	35	36,5	-	35,3	33	32	-	22,3	-	34	35	33	(36,8)	-	32,5	-	-	22
3. Double concentré de tomates, boîte, Pme 410 g	23	22	23,9	-	22,4	21,5	-	22,3	-	22,3	21,9	21	(24)	(24)	22	22,3	21,2	-	22
4. Thon blanc à l'huile d'olive, boîte, Pme 125 g	48	-	(53,6)	50	50,7	45	-	48,9	-	48	49,9	48	(49)	48,8	(57)	47,5	55	-	45
5. Alliments pour bébé, petit pot, Pme 134 g, puree pommes	-	14	15,8	-	14,6	14,5	15,5	-	13,5	13,9	13,9	14,5	14,3	14,9	15	14,6	-	-	15,4
6. Potage en cube (pommes), 8 cubes, Pme 84 g	19	16,8	19	(20)	18,7	17,5	-	19,5	15,8	18,5	18,5	18	18,4	19,8	18,5	18,8	18	(21,5)	19,5
7. Potage déshydraté (polette verticale), sachet, Pme 62g	-	16	17,5	20	16	16,5	18,5	18,5	18,6	18,5	16,4	17,9	18,8	18,8	18	19,8	18,8	18	18,5
8. Purée déshydratée, boîte en carton, Pme 125 g	-	24,7	27	26	28,4	24,5	24	22	22	24,8	26	25	27	(29,5)	24,5	22	25,5	29	27,5
9. Tomate ketchup, bocal, Pme 340 g	50	56	54	(57)	53,3	51	45,5	-	39	55	49,9	(57)	51	52	(57)	32	52	(57)	55
10. Mayonnaise, bocal, Pme 340 g	-	-	39,5	40	40	40	42	43	42	40	40	42	43	(48)	(48)	42	41	-	46
11. Margarine, paquet, Pme 250 g	18,5	17,7	18,5	18,5	17,3	18	18,5	18,2	16,9	16,6	16,9	18,5	18	18,5	18,2	17,7	17,5	(19,9)	18,5
12. Huile d'olive, bouteille plastique, Pme 920 g	33	95,9	99,5	99	97,4	-	99,5	95,5	-	97,6	99,5	99	-	-	98,5	-	97,6	99	99
13. Biscuits petit beurre, paquet, Pme 230 g	14	14,5	13,7	15	12,8	12	(18)	13,8	-	13,5	14	14	14,7	14,5	15	12,9	12,9	-	14
14. Chocolat à croquer, paquet, Pme 125 g	-	33	(35)	(35)	-	-	-	32,2	32	-	29,9	28	(35)	32,8	(35)	32	31	-	34
15. Poudre de cacao, boîte carton, Pme 100 g	36	35	(38,5)	35	-	33,5	36	37,5	33,5	33,7	34	34	(35)	35,8	35,8	33,5	31,8	36,5	38
16. Sucre fin, paquet, Pme 1000 g	-	21,5	22,9	22	22	20,8	21,5	21	21	20,8	20,9	21,9	21,4	21,8	(23)	21	20,8	22	20,5
17. Farine, paquet, Pme 1000 g	22	20	22,2	21	19,4	20	22	22,2	20,7	20,8	20,8	22	18	22,2	22	20,7	20,4	19	19
18. Sel fin, pot en plastique, Pme 400 g	-	9,5	9,5	8	8,3	8	8	7,5	8,4	8,2	8,4	8	(9,4)	8,9	9,5	8,6	7,9	9,5	9
19. Riz parboilé, boîte carton, Pme 800 g	-	47	48,8	48	46,9	43	48	51,9	-	42,8	46	46	(48,8)	48,5	-	-	47	(52)	47
20. Confiture d'abricots, pot en verre, Pme 433 g	-	-	-	28	24	24	-	25,5	26,5	26,5	25,9	26,8	27,4	28,8	28,5	-	27	-	27
21. Pepsi-Cola, bouteille 1 litre	-	14	11	14,5	13	12	14,5	13,3	12,9	13	14,5	13,5	13	13,5	14	12,9	13,2	(15)	16,5
22. Café instantané (non lyophil), pot en verre, Pme 50 g	62	(69)	65	65	-	60	65	68	59	59,8	59	64	63,7	61,8	62	59	63	(69)	66
23. Lait concentré non sucré, boîte, Pme 411 g	17,5	17	17,6	17,8	17,2	16,8	16,8	16,9	16,8	16,5	16,9	17,9	17,5	16,5	18	16,8	16,8	16,9	16,5
24. Lait concentré sucré, boîte, Pme 400 g	21,5	20,5	21,9	-	21,3	20,4	20,8	20,2	20,6	20,8	20,5	22	20,8	21,5	22,4	12	20,4	22	-
25. Lait en poudre, boîte carton, Pme 250 g	-	29,5	32,5	32	29,5	29	21,8	31,5	29,5	29,5	29,5	29,8	-	34,8	33	26,5	-	(39)	29,8
26. Lait frais pasteurisé, bouteille plastique, Pme 640 g	-	8	-	(8,1)	8	8	8	8	-	8	8	-	-	-	-	-	-	-	(8,1)
27. Lait longue conservé, demi écran, boîte carton, Pme 1/2 l	-	15,6	15,9	15,7	15,7	(17,5)	15,7	-	-	15,7	15,7	17,3	(17,5)	15,8	15,7	-	-	-	-
28. Crème grasse, 8 portions, Pme 140 g	-	34	-	-	27	27	34	31,6	33	-	35	30,8	35,5	(37,5)	34	15,7	15,3	15,5	15,7
29. Beurre pasteurisé, pot en plastique, Pme 227 g	-	41	41,2	(17,9)	-	40,5	41,2	41	41,2	41	40,9	41	39,5	37,5	34	-	29,3	-	34
30. Spéckell 106, paquet format "luc", Pme 500 g	16,5	17,5	(17,9)	17,8	17,4	(17,50)	-	17,2	17,5	17,5	17,8	(17,9)	(17,9)	(17,9)	41,2	41,2	39,8	-	(42)
31. Ravioili sauce tomate, boîte 1/2, Pme 410 g	-	19	20	-	19,5	-	(21)	-	18,5	18,5	19,9	19,3	(17,9)	20,5	(21)	18,5	19,5	17	-
32. Bière, boîte, Pme 330 g	16,5	16,5	16,9	16	16,8	15	16,8	16,9	15,6	16,5	15,9	-	16,4	-	(18)	15,6	16	17	16,5
33. Apéritif doux	125	116	117	117	109,7	122	120	118	120	118	109	110	115	-	130	120	109	125	125
34. Ouzo	92	95	99	-	97,5	88	-	96	92	94	89	89,5	91	85	100	97	85	89	89
35. Whisky	350	-	369	-	-	335	329	365	329	329	329	329	329	329	329	329	329	(329,3)	360
36. Pain en tranches	-	14	-	15	-	15	15	15	15,8	14,5	15	15	15,8	17	17	15,8	15,5	-	15,2
37. Biscottes	-	16,5	17,5	17	16,4	-	(18)	17,1	15,8	16,9	16,9	17,5	15,6	17	17	15,8	15,5	(18)	16,3
Total	-	-	-	-	-	-	-	-	-	4	-	1	1	1	1	5	1	1	2
Prix minimum	2	1	2	0	0	2	2	2	5	1	1	1	1	1	1	5	1	1	1
Prix maximum	0	1	4	6	0	1	5	0	0	0	0	1	5	5	0	0	2	10	2
Points de vente	00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18

ANNEXE III.3. Tableau 3 : MATRICE DES PRIX DE L'ENQUETE DE JUILLET 1978 (Suite)

Points de vente Produits - Format	19	20	21	22	23	24	25	26	27	Nbre d'obser- vations	Moyenne	Ecart absolu	x _r p
	19	20	21	22	23	24	25	26	27				
1. Petit pois n° 0, bte 1/2, Pne 240 g	42,5	40,2	43,3	39,5	42,9	-	-	42,9	41,5	18	42,15	11,6	31,02
2. Oreillons de pêches au sirop, bte bte 4/4, Pne 400 g	33	31,9	-	32	32,5	-	32	32,5	31,5	17	33,44	5,3	16,77
3. Double concentré de tomate, bte, Pne 410 g	21,5	-	-	22,3	22,3	21,5	22	22,3	20	21	22,22	4	20
4. Thon blanc à l'huile d'olive, bte, Pne 125 g	45	-	51,5	48	-	45	43	-	45	21	48,67	14	32,56
5. Aliments pour bébé, petit pot, Pne 134 g, purée pomme	14,5	14,9	14,5	13,9	14,6	14	14,2	14,6	14,5	25	14,54	2,1	15,55
6. Potage en cube (poulet) Pne 84 g	17	19,9	19	18,5	16,9	17,5	17,5	16,8	16,8	26	18,31	4,7	27,98
7. Potage déshydraté (poulet vermicel- le), sachet, Pne 62 g	16	18,3	18	18,5	18,8	17	17	18,8	15,5	26	17,55	5	33,33
8. Purée déshydratée, bte carton, Pne 125 g	24,5	24,8	26,8	24,8	22	25	25	22	23,5	26	25,24	7,5	34,10
9. Tomates ketchup, bocal, Pne 340 g	51	48,7	56	54	39	47	50	39	56	27	50,64	18	46,15
10. Mayonnaise, bocal, Pne 250 g	45	47,5	42	40	42	40	-	42	43,5	22	42,57	8,5	21,52
11. Margarine, paquet, Pne 250 g	18,3	18,8	18,5	16,8	17,7	18	18	17,7	18	28	18	3,3	19,88
12. Huile d'olive, bout. plastique Pne 920 g	95	(99,7)	98	97,5	-	99	96	-	94	21	97,58	6,7	7,2
13. Biscuits petit beurre, paquet, Pne 230 g	12	14,2	15	13,5	12,9	13	12,7	12,9	11,5	26	13,73	4,27	38,89
14. Chocolat à croquer, paq., Pne 125 g	-	34	30	31	32	30	29	32	-	20	32,14	7	25
15. Poudre de cacao, bte carton, Pne 100 g	33,5	35,6	36	33,7	33,5	-	30	33,5	32,5	26	34,65	8,5	28,33
16. Sucre fin, paquet, Pne 1000 g	20,8	20,6	(23)	20,8	21	21,5	20,6	21	20,8	27	21,37	2,5	12,19
17. Farine, paquet, Pne 1000 g	20	20,8	(26)	20,8	20,7	21,5	20	20,7	19,5	27	20,94	8	44,44
18. Sel fin, pot plast., Pne 400 g	8,3	9,6	8,5	8,2	8,4	8,5	7,8	8,6	8	27	8,55	2,3	30,67
19. Riz parboiled, bte cart., Pne 800 g	43	45,8	48	-	-	47	44	-	42	20	46,77	10	23,81
20. Confiture d'abricots, pot en verre, Pne 453 g	24	-	(30)	26,5	26,5	25	24	26,5	23,5	21	26,4	6,5	27,69
21. Pepsi-cola, bout. 1 litre	12	14,3	12	13	12,9	13,5	12	12,9	12,4	27	13,23	4	36,36
22. Café instantané (non lyoph.) pot en verre, Pne 50 g	59	65	67	59,8	59	64,5	60	57	58	27	62,54	12	21,05
23. Lait conc. non sucré, bte, Pne 411 g	16,8	16,9	17,4	16,5	16,8	17,5	16,5	16,8	16,7	28	17,08	2	12,12
24. Lait conc. sucré, bte, Pne 400 g	20,4	(23,5)	22,5	20,8	20,6	-	20,4	-	20,2	24	21,04	4,5	23,68
25. Lait en poudre, bte cart., Pne 250 g	29	29,5	29	29,5	29,5	-	29	26,5	28,5	24	29,86	17,2	78,9
26. Lait frais pasteurisé, bout. plast. Pne 640 g	8	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
27. Lait longue conserv., demi-écrémé, bte carton, Pne 1/2 l.	15,7	15,8	16,8	15,7	15,7	-	15,3	-	15,5	21	15,96	2,2	14,38
28. Crème gruyère, 8 portions, Pne 140 g	27	-	33	-	-	30	30	33	27	18	31,98	10,5	38,89
29. Beurre pasteurisé, pot en plast. Pne 227 g	40,5	41,3	41	41	-	-	36	41,2	39,5	20	40,68	6	16,67
30. Spaghetti N06, paquet format "lux" Pne 500 g	17,4	(17,9)	17,4	17,5	16,7	17,5	17,5	17,5	17	27	17,54	1,4	8,48
31. Ravioli sauce tomate, bte 1/2, Pne 410 g	-	18,8	(21)	19,5	18,5	19	18	18,5	-	19	19,39	2,5	13,51
32. Bière, bte, Pne 330 g	15	15,8	16	16,9	15,6	-	16,5	15,6	15,3	25	16,2	3	20
33. Apéritif doux	-	113	-	-	120	110	115	120	-	21	118,41	29	26,6
34. Ouzo	-	-	-	94	85	-	90	92	84	22	93	26	30,95
35. Whisky	-	386	-	339	329	-	320	329	-	18	347,35	106,3	33,22
36. Pain en tranches	15	15	15	-	-	14	15	-	15	-	-	-	-
37. Biscottes	-	17,3	(18)	14,2	15,8	16	-	15,8	-	23	16,59	3,1	20,80
Total					3						1 494,7		
Prix minimum	2	0	0	2	0	0	6	5	8				
Prix maximum	0	3	5	0	0	0	0	0	0				
Points de vente	19	20	21	22	23	24	25	26	27				

ANNEXE III.3. Tableau 5 : MARKS UP - ENQUETE JUILLET 1978

PRODUITS	00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12
Petits pois Absolu	-	-	-	15,5	6,7	9	3,9	-	9,4	-	-	8	-
%	-	-	-	46,3	20	26,9	11,6	-	28	-	-	23,8	-
Oreillons de pêches au sirop	-	10	11,5	-	10,3	8	7	-	-	-	9	10	8
%	-	28	46	-	41,2	32	28	-	-	-	36	40	32
Thon à l'huile d'olive	15,77	-	21,57	17,77	18,47	12,77	-	16,67	-	15,77	17,67	15,77	16,77
Absolu	48,93	-	66,9	55,13	57,3	39,62	-	51,72	-	48,93	54,8	48,93	34,22
%	-	1,3	2,9	-	1,9	1,8	2,8	2,1	0,8	1,2	1,2	1,8	1,6
Petits pots purée pommes	-	10,2	22,8	-	15	14,2	22,2	16,5	6,3	9,4	9,4	14,2	12,6
%	-	10,2	22,8	-	15	14,2	22,2	16,5	6,3	9,4	9,4	14,2	12,6
Potage en cube (poulet)	2,79	0,59	2,79	3,79	2,49	1,29	-	3,29	0,59	2,29	-	1,79	2,19
Absolu	17,21	3,6	17,21	23,38	15,36	7,9	-	20,29	3,6	14,13	-	11,04	13,5
%	-	0,42	1,92	4,42	0,42	0,92	2,92	1,92	3,22	2,92	0,87	-	2,32
Potage déshydraté (poulet verm.)	-	2,69	12,32	28,37	2,69	5,9	18,74	12,32	20,67	18,74	5,26	-	14,89
%	-	2,69	12,32	28,37	2,69	5,9	18,74	12,32	20,67	18,74	5,26	-	14,89
Margarine	2,69	1,89	2,69	2,69	1,49	2,92	2,69	2,39	1,09	0,79	1,09	2,69	2,19
Absolu	17,01	12,13	17,01	17,01	8,61	15,53	17,01	16,81	6,89	5,0	6,89	17,01	13,85
%	-	2,95	4,35	3,45	3,45	2,25	2,95	2,45	2,45	2,25	2,35	3,35	2,85
Sucre	-	15,9	23	18,6	18,6	12,13	15,9	13,21	13,21	12,13	12,67	18,06	15,36
%	-	5,4	7,2	6,4	5,3	1,4	6,4	10,3	-	-	1,2	4,4	7,2
Riz parboiled	-	12,98	17,31	15,38	12,74	3,37	15,38	24,76	-	-	2,88	10,58	17,31
Absolu	-	12,98	17,31	15,38	12,74	3,37	15,38	24,76	-	-	2,88	10,58	17,31
%	-	2,8	-	-	-	-	-	1,8	-	-	-	-	-
Café instantané	-	4,2	-	-	-	-	-	1,8	-	-	-	-	-
Absolu	-	4,2	-	-	-	-	-	1,8	-	-	-	-	-
%	-	4,23	-	-	-	-	-	2,72	-	-	-	-	-
Cola	-	2,66	-	3,16	1,66	0,66	3,16	1,96	1,56	1,66	3,16	2,16	1,66
Absolu	-	2,66	-	3,16	1,66	0,66	3,16	1,96	1,56	1,66	3,16	2,16	1,66
%	-	23,48	-	27,89	14,65	5,83	27,89	17,3	13,77	14,65	27,89	19,06	14,65
Lait concentré non sucré	1,5	1	1,6	1,8	1,2	0,8	0,8	0,9	0,8	0,5	0,9	1,9	1,5
Absolu	9,38	6,25	10	11,25	7,5	5	5	5,63	5	3,13	5,63	11,88	9,38
%	-	6,25	10	11,25	7,5	5	5	5,63	5	3,13	5,63	11,88	9,38
Lait concentré sucré	2,5	1,5	2,9	-	2,3	1,4	1,8	1,2	1,6	1,8	1,5	3	1,8
Absolu	13,14	7,89	15,26	-	12,11	7,37	9,47	6,32	8,42	9,47	7,89	15,78	9,47
%	-	7,89	15,26	-	12,11	7,37	9,47	6,32	8,42	9,47	7,89	15,78	9,47
Spaghettis N°6	1,93	2,93	3,33	3,33	3,33	2,83	3,33	-	3,13	2,93	2,93	3,23	3,33
Absolu	13,24	20,11	22,85	22,85	22,17	19,42	22,85	-	21,48	20,11	20,11	22,17	22,85
%	-	20,11	22,85	22,85	22,17	19,42	22,85	-	21,48	20,11	20,11	22,17	22,85
Bière	2,5	2,5	2,9	2	2,8	1	2,8	2,9	1,6	2,5	1,9	-	2,4
Absolu	17,86	17,86	20,71	14,19	20	7,14	20	20,71	11,43	17,86	13,57	-	17,14
%	-	17,86	20,71	14,19	20	7,14	20	20,71	11,43	17,86	13,57	-	17,14

ANNEXE III.3. Tableau 5 - MARKS UP - ENQUETE JUILLET 1978 (suite)

PRODUITS	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27
Petits pois Absolu	7,5	13,5	9,4	-	8,5	6	9	6,7	9,8	6	9,4	-	-	9,4	8
Oreillons de pêches au sirop	22,4	40,3	28	-	25,3	17,9	26,9	20	29,2	17,9	28	-	-	28	23,8
Thon à l'huile d'olive	47,2	-	7,5	-	-	-	8	6,9	-	7	7,5	-	7	7,5	6,5
Petits pots purée pommes	16,57	24,77	-	15,27	22,77	12,77	32	27,6	-	28	30	-	28	30	26
Potage en cube (poulet)	51,41	76,85	-	47,39	70,65	39,62	39,62	-	59,79	48,93	-	12,77	33,4	-	12,77
Potage déshydraté (poulet verm.)	2,2	2,3	1,9	2,3	-	2,7	1,9	2,2	1,9	1,2	1,9	1,3	1,5	1,9	1,8
Margarine	17,3	18,1	15	18,1	-	21,2	15	17,3	15	9,4	15	10,7	11,8	15	14,2
Sucre	3,59	2,29	0,59	1,79	5,29	3,29	0,79	3,69	2,79	2,29	0,69	1,29	1,29	0,59	0,59
Riz parboiled	22,15	14,13	3,6	11,04	32,63	20,29	4,87	22,76	17,21	14,13	4,26	7,9	7,9	3,6	3,6
Café instantané	3,22	2,42	4,22	0,22	- 0,58	1,92	0,42	2,72	2,42	2,92	3,22	1,42	1,42	3,22	- 0,08
Cola	20,67	15,53	27,08	1,4	- 3,7	12,32	2,69	17,46	15,53	18,74	20,67	9,1	0,1	20,67	- 0,5
Lait concentré non sucré	2,69	2,39	1,89	1,69	4,09	2,69	2,49	2,99	2,69	0,99	1,89	2,19	2,19	1,89	2,19
Lait concentré sucré	17,21	15,11	11,95	10,69	25,87	17,01	15,75	18,91	17,01	6,26	11,95	13,85	13,85	11,95	13,85
Spaghettin N°6	3,25	4,45	2,45	2,25	3,45	1,95	2,25	2,05	4,45	2,25	2,45	3,95	2,05	2,45	2,25
Bière	17,52	23,99	13,21	12,13	18,6	10,5	12,13	11,05	23,99	12,13	13,21	15,9	11,05	13,21	12,13
	6,9	-	-	5,4	10,4	5,4	1,4	4,2	6,4	-	-	5,4	2,4	-	0,4
	16,59	-	-	12,98	25	12,98	3,37	10,1	15,38	-	-	12,98	5,77	-	0,96
	- 4,4	- 4,2	- 7,2	- 3,2	2,8	- 1,2	- 7,2	- 1,2	0,8	- 6,4	- 7,2	- 1,7	- 6,2	- 9,2	- 8,2
	- 6,65	- 6,34	- 10,88	- 4,83	4,23	- 1,81	- 10,88	- 1,81	1,21	- 9,67	- 10,87	- 2,57	- 9,37	- 13,90	- 12,39
	2,16	2,66	1,56	1,86	3,66	3,16	0,66	2,96	0,66	1,66	1,56	2,16	0,66	1,56	1,06
	19,06	23,48	13,77	16,42	32,30	27,09	5,83	26,13	5,83	14,65	13,77	19,06	5,83	13,77	9,36
	0,5	2	0,8	0,9	2,5	0,5	0,8	0,9	1,4	0,5	0,8	1,5	0,5	0,8	0,7
	3,13	12,5	5	5,63	15,63	3,13	5	5,63	9,75	3,13	5	9,38	3,13	5	4,38
	2,5	3,4	0	1,4	3	-	1,4	4,5	3,5	1,8	1,6	-	1,4	-	1,2
	13,16	17,89	-	7,37	15,79	-	7,37	23,68	18,42	9,47	8,42	-	7,37	-	6,32
	3,33	3,33	3,13	3,33	2,43	2,93	2,83	3,33	2,83	2,93	2,13	2,93	2,93	2,93	2,43
	22,85	22,85	21,48	22,85	16,68	20,11	19,42	22,85	19,42	20,11	14,62	20,11	20,11	20,11	16,68
	-	4	1,6	2	3	2,5	1	1,8	2	2,9	1,6	-	2,5	1,6	1,3
	-	28,57	11,43	14,29	21,43	17,86	7,14	12,86	14,29	20,71	11,43	-	17,86	11,43	9,29

ANNEXE III.3. Tableau 6 : MARKS UP - ENQUETE JANVIER 1979

Produits - Marques	Prix prod.	00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12
Petit pois N°0 Absolu	33,5	-	-	-	15,5	6,7	9	-	-	9,4	-	10,2	8	11
%	-	-	-	-	46,27	20	26,87	-	-	28,06	-	30,45	23,88	32,84
Oreillons pêche au sirop	25	-	10	11,5	-	-	8	7	-	7,5	7	-	8	8
%	-	-	40	46	-	-	32	28	-	30	28	-	32	32
Petits pots Absolu	12,7	-	2,3	2,9	-	1,9	1,8	2,8	2,1	1,9	1,2	1,2	1,8	1,9
%	-	-	18,11	22,83	-	14,96	14,17	22,05	16,54	14,96	9,45	9,45	14,17	14,96
Potage en cube Absolu	17,36	2,64	0,04	4,14	1,64	1,34	2,04	3,64	3,64	2,44	1,14	1,54	-	1,64
%	-	15,21	0,23	23,85	9,45	7,72	11,75	20,97	20,97	14,06	6,57	8,87	-	9,45
Potage déshyd. Absolu	17,92	-	3,08	-	4,08	2,78	2,08	3,58	-	3,68	-	3,58	1,08	-
%	-	-	17,19	-	22,77	15,51	11,61	19,98	-	20,54	-	19,98	6,03	-
Margarine Absolu	14,81	2,19	0,89	2,69	1,69	1,39	2,69	1,69	2,09	0,99	1,09	2,09	2,19	-
%	-	14,79	6,01	18,16	11,41	9,39	18,16	11,41	14,11	6,68	7,36	14,11	14,79	-
Sucre Absolu	18,55	2,95	2,95	4,35	3,45	-	2,45	3,95	2,45	2,95	2,25	2,45	3,95	3,25
%	-	15,9	15,9	23	18,6	-	13,21	21,3	13,21	15,9	42,13	13,21	21,3	17,52
Riz parboiled Absolu	45,95	6,05	3,05	7,55	6,05	3,35	3,55	4,85	-	1,05	0,05	3,05	2,05	5,05
%	-	13,17	6,64	16,43	13,17	7,29	7,73	10,55	-	2,29	0,11	6,64	4,46	10,99
Cola Absolu	11,33	-	2,67	3,17	1,67	0,67	3,17	1,97	1,57	1,67	3,17	2,17	1,57	2,17
%	-	-	23,57	27,98	14,74	5,91	27,98	17,39	13,86	14,74	27,98	19,15	13,86	19,15
Lait concentré non sucré Absolu	17,33	2,67	1,77	2,47	2,67	-	1,17	2,17	1,57	1,17	1,57	1,57	-	1,57
%	-	15,41	10,21	14,25	15,41	-	6,75	12,52	9,06	6,75	9,06	0,06	-	1,06
Lait concentré sucré Absolu	22,37	1,13	1,43	1,83	4,63	2,23	0,13	1,43	-	0,33	0,43	0,13	1,23	0,13
%	-	5,05	6,39	8,18	20,70	9,97	0,58	6,39	-	1,48	1,92	0,58	5,50	0,58
Spaghettis N°6 Absolu	14,57	-	2,93	3,33	3,43	-	2,83	3,33	-	-	2,93	2,93	3,23	3,33
%	-	-	20,11	22,86	23,54	-	19,42	22,86	-	-	20,11	20,11	22,17	22,86
Bière Absolu	14	2,5	2,5	2,9	3	2,8	1,6	2,7	2,9	1,6	2,9	2,9	3	2,8
%	-	17,86	17,86	20,71	21,43	20	11,43	19,29	20,71	11,43	20,71	20,71	21,43	20

ANNEXE III.3. Tableau 6 - MARKS UP - ENQUE JANVIER 1979 (Suite)

Produits - Marques	Prix prod.	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27
Petit pois N°0 Absolu	33,5	9,3	13,5	9,4	-	-	6	9	6,7	-	-	9,4	-	-	9,4	8
%	-	27,76	40,3	28,06	-	-	17,91	26,87	20	-	-	28,06	-	-	28,06	23,88
Oreillons pêche au sirop	25	11,8	11	7,5	-	-	6	8	6,9	-	7	7,5	-	7	7,5	6,5
%	-	47,2	44	30	-	-	24	32	27,6	-	28	30	-	28	30	26
Petits pots	12,7	1,8	2,3	1,9	2,3	-	2,3	1,9	1,9	-	1,2	1,9	1,3	1,5	1,9	1,8
%	-	14,17	18,11	14,96	18,11	-	18,11	14,96	14,96	-	9,45	14,96	10,24	11,81	14,96	14,17
Potage en cube	17,36	4,14	1,64	2,44	3,04	4,64	2,14	2,24	3,14	-	1,14	2,44	1,64	2,14	2,46	1,46
%	-	23,85	9,45	14,06	17,51	26,73	12,33	12,90	18,09	-	6,57	14,06	9,45	12,33	14,17	8,41
Potage déshyd.	17,92	3,88	4,08	3,68	2,58	- 2,92	4,08	1,08	2,88	-	-	3,68	1,58	1,58	3,68	1,58
%	-	21,65	22,77	20,54	14,40	16,29	22,77	6,03	16,07	-	-	20,54	8,82	8,82	20,54	8,82
Margarine	14,81	1,69	1,89	0,99	1,89	3,19	2,69	2,59	1,89	-	1,09	0,99	1,79	1,69	0,99	2,19
%	-	11,41	12,76	6,68	12,76	21,54	18,16	17,49	12,76	-	7,36	6,68	12,09	11,41	6,68	14,79
Sucre	18,55	2,35	2,95	2,95	2,95	3,45	2,25	2,45	3,05	-	2,25	2,95	2,95	2,25	2,95	2,25
%	-	12,67	15,9	15,9	15,9	18,6	12,15	13,21	16,44	-	12,13	15,9	15,9	12,3	15,9	12,13
Riz parboiled	45,95	-	8,45	1,05	2,65	7,05	5,05	3,55	3,75	-	0,05	1,05	5,85	1,05	1,05	1,05
%	-	-	18,39	2,29	5,77	15,34	10,99	7,73	8,16	-	0,11	2,29	12,73	2,29	2,29	2,29
Cola	11,33	2,67	1,57	1,57	1,67	3,67	2,17	0,67	2,97	-	1,67	1,57	2,17	0,67	1,57	0,07
%	-	23,57	13,86	13,86	14,74	32,39	19,15	5,91	26,38	-	14,74	13,86	19,15	5,91	13,86	0,62
Lait concentré non sucré	17,33	1,17	2,17	1,07	1,57	4,17	-	2,17	3,17	-	1,57	1,17	2,17	1,17	1,17	0,97
%	-	6,75	12,52	6,17	9,06	24,06	-	12,52	18,29	-	9,06	6,75	12,52	6,75	6,75	5,60
Lait concentré sucré	22,37	1,53	1,93	0,33	-0,47	2,63	1,13	0,13	1,13	-	0,13	0,33	1,63	-	0,33	-0,07
%	-	6,84	8,63	1,48	2,10	11,76	5,05	0,58	5,05	-	1,92	1,48	7,29	-	1,48	0,31
Spaghetti's N°6	14,57	3,33	3,33	2,93	2,83	3,23	2,93	2,83	3,33	-	2,93	2,93	2,93	-	2,93	2,43
%	-	22,86	22,86	20,11	19,42	22,17	20,11	19,42	22,86	-	20,11	20,11	20,11	-	20,11	16,68
Bière	14	2,9	-	1,6	2	3	2,5	1,6	-	-	2,9	1,6	-	2,5	1,6	1,3
%	-	20,71	-	11,43	14,29	21,43	17,86	11,43	-	-	20,71	11,43	-	17,86	11,43	9,29

ANNEXE III.3. - Tableau 7 - EVOLUTION DES MARKS UP ENTRE LES DEUX ENQUETES

PRODUITS	00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27					
Petits pois 0	17,01	12,13	17,01	17,01	17,01	17,01	17,01	17,01	17,01	17,01	17,01	17,01	17,01	17,01	17,01	17,01	17,01	17,01	17,01	17,01	17,01	17,01	17,01	17,01	17,01	17,01	17,01	17,01	17,01				
Petits pots pour enfants	10,2	22,8	18,1	22,8	14,5	14,2	16,5	16,5	14,5	9,45	9,45	14,2	12,6	17,3	18,1	15	18,1	21,2	17,9	26,9	20	29,2	17,9	28,1	28,1	28,1	28,1	28,1	28,1	28,1			
Oreillons de peches au sirop	28	46	46	41,2	41,2	32	28	28	30	36	36	40	32	47,2	44	30	30	24	17,9	26,9	27,6	27,6	28	30	30	30	30	30	30	30			
Thon à l'huile d'olive	48,93	55,13	57,3	57,3	57,3	57,3	57,3	57,3	57,3	57,3	57,3	57,3	57,3	57,3	57,3	57,3	57,3	57,3	57,3	57,3	57,3	57,3	57,3	57,3	57,3	57,3	57,3	57,3	57,3	57,3	57,3		
Petits pots pour enfants	10,2	22,8	18,1	22,8	14,5	14,2	16,5	16,5	14,5	9,45	9,45	14,2	12,6	17,3	18,1	15	18,1	21,2	17,9	26,9	20	29,2	17,9	28,1	28,1	28,1	28,1	28,1	28,1	28,1	28,1		
Potage en cube (poulet)	17,21	0,23	23,85	23,85	15,36	7,9	20,29	20,29	3,6	14,13	11,04	11,04	13,5	22,15	14,13	3,6	11,04	20,29	17,9	26,9	22,76	17,21	14,13	4,26	7,9	7,9	7,9	7,9	7,9	7,9	7,9		
Potage déshyd. poulet verteille	17,01	2,69	12,32	28,37	2,69	5,9	18,74	12,32	20,67	18,74	5,26	20,67	14,89	20,07	15,53	27,08	1,4	12,32	17,01	26,9	17,46	15,53	18,74	20,67	9,1	20,67	9,1	20,67	9,1	20,67	9,1		
Margarine	14,79	6,01	16,16	11,91	9,39	18,16	11,91	14,11	6,88	13,81	4,11	14,79	13,81	13,81	15,11	11,91	6,88	14,11	14,79	14,79	14,79	14,79	14,79	14,79	14,79	14,79	14,79	14,79	14,79	14,79	14,79	14,79	
Sucre	15,9	15,9	15,9	15,9	15,9	15,9	15,9	15,9	15,9	15,9	15,9	15,9	15,9	15,9	15,9	15,9	15,9	15,9	15,9	15,9	15,9	15,9	15,9	15,9	15,9	15,9	15,9	15,9	15,9	15,9	15,9	15,9	
Ris parboiled	13,47	6,64	16,43	13,47	7,29	7,73	10,55	24,76	2,29	0,11	6,64	4,46	10,55	18,39	18,39	2,29	5,77	10,55	10,55	10,55	10,55	10,55	10,55	10,55	10,55	10,55	10,55	10,55	10,55	10,55	10,55	10,55	
Café instantané	6,34	4,23	1,81	1,81	1,81	1,81	1,81	1,81	1,81	1,81	1,81	1,81	1,81	1,81	1,81	1,81	1,81	1,81	1,81	1,81	1,81	1,81	1,81	1,81	1,81	1,81	1,81	1,81	1,81	1,81	1,81	1,81	
Cola	23,48	2,91	27,89	14,74	5,91	27,98	17,39	13,86	13,86	14,74	27,89	13,86	13,86	13,86	13,86	13,86	13,86	13,86	13,86	13,86	13,86	13,86	13,86	13,86	13,86	13,86	13,86	13,86	13,86	13,86	13,86	13,86	13,86
Lait concentré non sucré	9,38	6,25	10	11,25	7,5	5	5,63	5,63	5,63	5,63	5,63	5,63	5,63	5,63	5,63	5,63	5,63	5,63	5,63	5,63	5,63	5,63	5,63	5,63	5,63	5,63	5,63	5,63	5,63	5,63	5,63	5,63	5,63
Lait concentré sucré	13,14	7,89	15,26	20,70	12,11	7,37	9,47	6,32	8,42	9,47	7,89	15,78	9,47	13,16	17,89	0	7,37	15,78	15,78	15,78	15,78	15,78	15,78	15,78	15,78	15,78	15,78	15,78	15,78	15,78	15,78	15,78	15,78
Spaghettis n°6	13,24	20,11	22,85	22,85	22,17	19,42	22,85	22,85	21,48	20,11	20,11	22,17	22,85	22,85	22,85	22,85	22,85	22,85	22,85	22,85	22,85	22,85	22,85	22,85	22,85	22,85	22,85	22,85	22,85	22,85	22,85	22,85	22,85
Bière	17,86	17,86	20,71	21,43	20	1,14	20	20,71	11,43	17,86	13,57	21,43	17,16	28,57	28,57	28,57	28,57	28,57	28,57	28,57	28,57	28,57	28,57	28,57	28,57	28,57	28,57	28,57	28,57	28,57	28,57	28,57	28,57

A N N E X E S I V

ANNEXE IV.1. BIERES

ANNEXE IV.2. PECHES

ANNEXE IV.3. ALIMENTS POUR BEBES

ANNEXE IV.1. BIERES

ANNEXE IV.1. Tableau 1 - BIERES - ENQUETES JUILLET 1978 ET JANVIER 1979

ANNEXE IV.1. Tableau 2 - BIERES - ENQUETES JANVIER 1979 - PRIX DE DETAIL

ANNEXE IV.1. Tableau 3 - BIERES - MARKS UP - ENQUETES JUILLET 1978 ET
JANVIER 1979

ANNEXE IV.1. Tableau 1 - BIERES - ENQUETES JUILLET 1978 ET JANVIER 1979

Produit et marques	GPE	Type de Marque	Origine	Nat.de Fabric.	Foids	00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18	
BIERES FTX HELLAS	BLE	0	0	GR	Bout.FU 500g Cons.PU 330g	14,7	15,3 16,9	15,3 16,9	15	14,6 16,8	14	15	15,5	14,9*	13,8 15,8	15,8 17	16,9	16,9	15,5 18	13,5 15,6	14	15	16,5	18	
HENNINGER		0	0	GR	Bout.FU 500g Cons.PU 330g	14,7 16,9	15,3 16,9	16,9	15	14,6 16,8	14	15	15,3 16,9	14,8 15,6	10 15,9	14	16,4	15	14,8	15,6	13,9	14	15	16,5	16,5
AMSTEL		0	0	GR	Bout.FU 500g	16,5	15	15	15	14,5			14,3	13,6	14	14,9		14	14,8	15					14
PIJSEN		1	0	GR	Cons.FU 330g										14,5	14,8			15,9						
EDEHELL-EXPORT		1	1	RDF	Cons.FU 330g											32,6									32,5
STELLA ARTOIS		1	1	BEL	Cons.FU 330g											13,7									14
BAVARIA		1	0	GR	Bout.FU 500g Cons.PU 330g						13,7														
EL GRECO		1	0	GR	Cons.PU 330g			16,2					16,6												17,5
PAULAMER		1	1	RFA	Bout. 3 x 330g Cons.PU 330g	47 37		36														44			
SCLITZ		1	1	USA	Cons.PU 330g	42																29,5			

ANNEXE IV.1. Tableau 1 - BIERES - ENQUETES JUILLET 1978 ET JANVIER 1979 (Suite)

Produit et marques	CPE	Type de Marque	Origine	Nat. de fabric.	Poids	19	20	21	22	23	24	25	26	27	MAXIMUM				MO	ERP	
															I	II	III	IV			
BIERES																					
FIX HELLAS		0	0	GR	Bout. PU 500g Cons. PU 330g	14	15,3 15,8		14	14,8 15,6	13,5 14	14,5 14,9	14,5 14,9	14	4 10	15 17	14,5 16,9	13,8 15,8	15,5	14,2 15,2	11,1* 21,4
HEINLINGER		0	0	GR	Bout. PU 500g Cons. PU 330g	14 15	15,3 15,8		14 16,9	14,8 15,6	16,5	14,8 15,6	14,8 15,6	13,3 15,3	23 25	15,5 18	15 16,9	15 16,8	14,4 16,2	55 20	
AMSTEL		0	0	GR	Bout. PU 500g	13,3	14		14	13,6	13,5	13,7		24	16,5	15	14,8	14	13,3	24	
PILSEN		1	0	GR	Cons. PU 330g									4	15,9	14,8	14,5	14	14,8	13,5*	
EDELBIEL-EXPORT		1	1	RDF	Cons. PU 330g					35,8				1	32,6	32,5	32		31	32,2	
STELLA ARTOIS		1	1	BEL	Cons. PU 330g					32,5		32		7	14,5	14,2	13,9	13,7	13,5	14,3	7,4
BAVARIA		1	0	GR	Bout. PU 500g Cons. PU 330g	13,7	13,9 15		13,5					14,5	1	17,5	17	16,6	16,2	16,7	8
EL GRECO		1	0	GR	Cons. PU 330g							16,2		5	44	37	36		36	39	22,2*
PAULANER		1	1	RFA	Bout. 3 x 330g Cons. PU 330g									1	42				29,5	35,7	42,3*
SCLITZ		1	1	USA	Cons. PU 330g									2							

ANNEXE IV.1. Tableau 2 - BIERES - ENQUETES JANVIER 1979 - PRIX DE DETAIL

Code du magasin	00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18
Marque																			
FIX-HELLAS	16	14,70	14,5 15,9	15,8	13,8 16,5	14 14,8	15 15,5	14,8 14,8	13,2 15	14 14,9	15,8	15,8	15 14,8	14 16,9		13,2 14,9	13,4 15,2	15 17	14,5 15,8
HEININGER		15 16,50	15,3 16,9	15,5 17	14,60 16,80	14,5 15,6	15 16,7	15,8 16,9	14,8 16,5	14 16,9	14,9 16,9	15 17	15 16,8	15 16,9	15,5 15	14,8 15,6	14,5 16	15 17	14,5 16,5
AMSTEL		14	15	15,5	14,5	14,8	14,8	15,2	13,6	13,8	14,9	15	15	14,8	15	13,6		15	14,5
PILSEN								17,5								16,5 13,5			
EKELHELL- EXTORT																			
ST. ARTOIS											32,6								
BAVARIA		14,7	14,5 16,5	15	13,5 15,60	13,7 15,3			15	13,9 15,4	14,9 15,8	14,5 17	14,5	14		13,7 15	14 16	15	14 16
EL GRECO					16,30			16,6		14,3				17,9					37
PAULANER		38 51	37																36,7 49,3
SCLITZ																			
KAISER																			
ALFA		12,5		13,5				12,5											13
NEW CASTLE (RFA)																			
BROWN ALE																			
TUBORG BEER																			
SUE																			
CARLSBERG																			
DEN																			

ANNEXE IV.1. Tableau 2 - BIERES - ENQUETE JANVIER 1979 - PRIX DE DETAIL (Suite)

Code du magasin Marque	NOMBRE										PRIX Maximum	MO	ERP			
	19	20	21	22	23	24	25	26	27	Obs.						
FIX-HELLAS Bout. 500 g Cons. 330 g	14	13,3	14	13,2	13,2	14,5	13,2	13,8	21	15	14,8	14,5	14	13,2	14	13,6
	14,8	15,8	14,9	14,5	14,5	15	14,9	14,5	24	17	16,9	16,5	16	14,5	15,3	17,2
HENNINGER Bout. 500 g Cons. 330 g	14,5	15,3	14	14,8	14	14,5	14,8	14	26	15,8	15,5	15,3	15	14	14,8	12,8
	15,6	16,9	15,6	15,6	15,3	16,5	15,6	15,3	24	17	16,9	16,8	16,7	15,3	16,4	11,1
AMSTEL Bout. 500 g	13,8	14,8	13,8	13,6	13,5	14,2	13,5	13,5	24	15,5	15,2	15	14,9	13,5	13,7	14,8
PILSEN Cons. 330 g Bout. 500 g						15			3	17,5	16,5			15	16,3	16,6*
						13			2	13,5				13	13,2	3,8*
EXELHELL- EXPORT Cons. 330 g		32,8				32	32,5		4	32,8	32,5	32,5		32	32,4	2,5*
ST. ARTOIS Cons. 330 g									18	15	14,9	14,5	14	13,4	14	11,9
		13,7	13,9	13,7	13,5	15,5	13,7	13,5	20	17	16,5	16	15,8	14,7	15,5	15,6
BAVARIA Bout. 500 g Cons. 330 g	15,3	15,5	15,4	15	15	16	15	15								
									6	17,9	16,6	16,3	16,2	14,3	15,9	25,1*
EL GRECO Cons. 330 g			14,3				16,2									
PAULANER Cons. 330 g Bout. 3x330 g						36			5	36,7	38	37	-	36	37,3	7,5*
									2	51	-	-	-	49,3	50,1	3,4*
SCLITZ Cons. 330 g	12,9	12,9				13,5	12,2	12,4	12	13,5	13	12,9	12,5	12,2	12,9	10,6
KAISSER Bout. 330 g																
ALFA NEW CASTLE (RFA) BROWN ALE Cons. 450		64,8														
TUBORG BEER SUE Cons. 350 g		33														
CARLSBERG DEN Cons. 355 g		37														

ANNEXE IV.1. Tableau 3 - BIERES - MARKS UP - ENQUETES JUILLET 1978 ET JANVIER 1979

Code du Marque magasin	00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	Nombre d'obs.	Moyenne	
	I. ENQUETE JUILLET 1978																														
FIX-HELLAS Bout. 550g Cons. 330g		5,7					7,9	11,5	7,1		4,5 13,6	13,6 22,3		21,5											2,2 0,7		9,8 7,1	0,7	4 10	7,5 9,8	
	BAYARIA Bout. 550g Cons. 330g					8,6			8,6	10,2									11	8,6	10,2 10,7								14,9	9	9,7
			10,6 11,8	15,1 14,5	12,8 8,4	9,8 13,8	5,3 1,6	12,8 13,8	15,1 14,5	11,3 5,7	11,8	5,3 24,7	24,7 7,7		12,8 11,1	16,6 22	1,5 5,7	5,3 8,4	12,8 15,2	12,8 11,8	5,3 1,6	5,3 15,1	15,1 7,1		5,3 14,5	11,3 5,7	11,8	11,3 5,7	0,07 3,7	22 24	7,7 9,9
II. ENQUETE JANVIER 1979																															
FIX-HELLAS Bout. 550g Cons. 330g	15,1	5,7	14,3	13,6	18,7	6,4	11,5	6,4	7,9	7,1	13,6		13,6 6,4	6,0 21,5		0 7,1	1,5 9,3	13,6 22,3	9,8 13,6	6,0 0,7	0,7 13,6		6,0 7,1	0 7,1	6,0 7,9	9,8 7,1	4,5 4,3	21 24	6,1 10,6		
	BAYARIA Bout. 550g Cons. 330g		5,0	14,9 17,8	7,0 11,4	7,0 9,2	8,6 9,2		10,2 7,1	10	10,2	18,1 12,8	14,9 21,4	14,9	11		8,6 7,1	11 14,2	18,9 14,2	11 9,2	8,6 10,7	6,2 10,7		10,2 10	8,6 7,1	14,2	10,7	8,6 7,1	7,05 7,1	18 20	11,0 10,6
HENNINGER Bout. 550g Cons. 330g		11,8	11,8	14,5	16,6	13,8	5,7	13,2	14,5	5,7	5,3	12,1	14,5	12,8 13,8	16,6 14,5	16,6 14,5	11,3 5,7	9,1 8,4	12,8 15,2	9,1 11,8	9,1 15,0	15,0 5,7		5,3 14,5	11,3 5,7	12,8 11,8	9,1 5,7	5,3 3,7	26 24	11,6 11,1	

ANNEXE IV.2. PECHES

Annexe IV.2.0. LA FILIERE PECHES EN GRECE

Annexe IV.2.1. LES PECHES FRAICHES

Annexe IV.2.1. Tableau 1 : La surface cultivée et la production des pêches en Grèce au cours de la période 1972-76

Annexe IV.2.1. Tableau 2 : La structure des exploitations par rapport à la surface cultivée

Annexe IV.2.1. Tableau 3 : Calendrier de production concernant toutes les variétés de pêches

Annexe IV.2.1. Tableau 4 : Quantités de pêches exportées selon leur date de maturation

Annexe IV.2.1. Tableau 5 : Evolution des quantités de pêches fraîches transitant par les Halles d'Athènes et le prix moyen de gros

Annexe IV.2.1. Tableau 6 : Evolution des exportations des principaux produits agricoles grecs

Annexe IV.2.1. Tableau 7 : Bilan du marché des pêches en Grèce

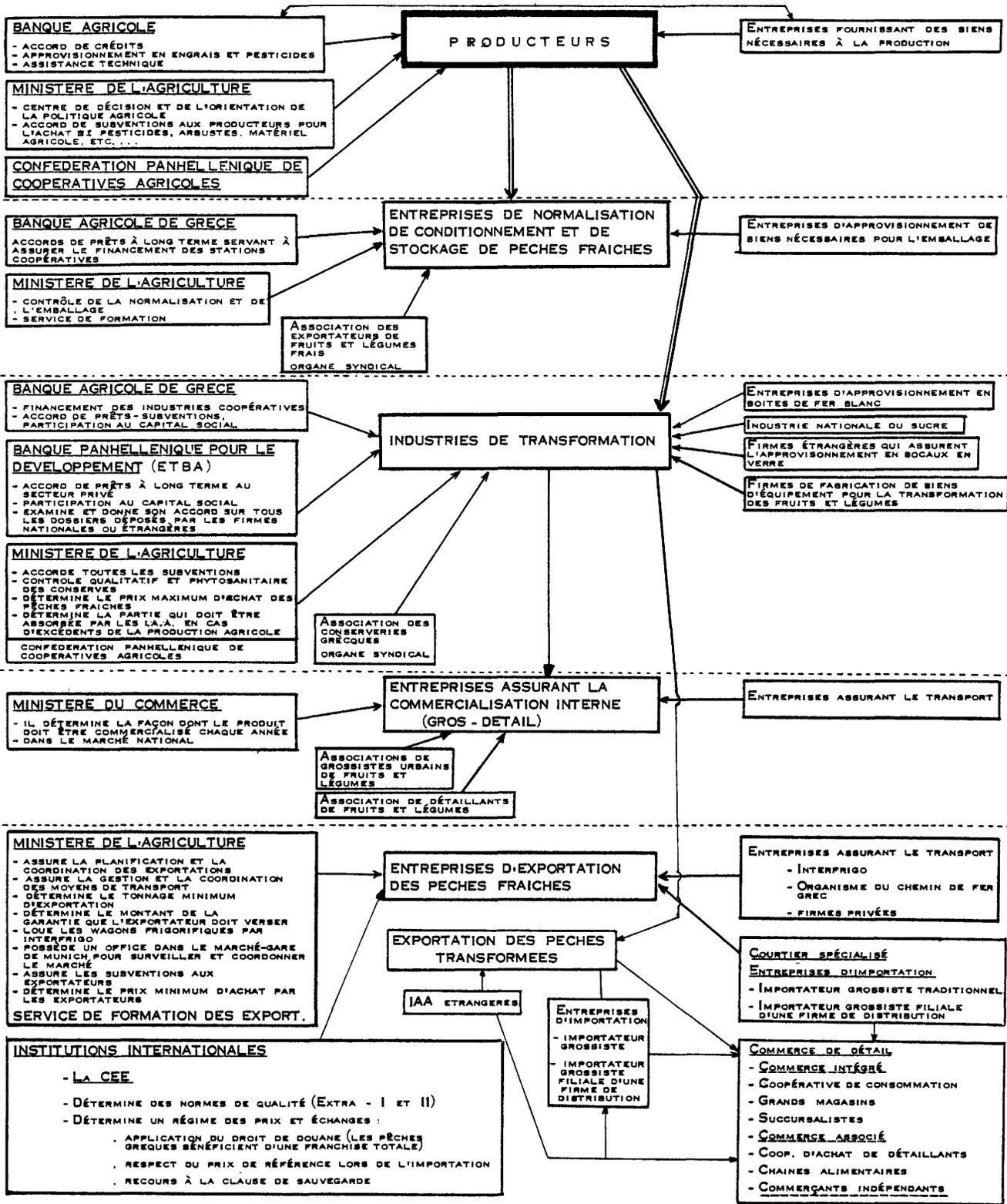
Annexe IV.2.1. Graphique : Bilan du marché des pêches en Grèce

Annexe IV.2.1. Tableau 8 : L'évolution des importations de pêches fraîches en R.F.A.

Annexe IV.2.1. Tableau 9 : La consommation de pêches fraîches dans la CEE

Annexe IV.2.1. Organigramme : Les circuits de commercialisation dans la filière PECHES.

ANNEXE IV.2.0. LA FILIERE PECHE EN GRECE



ANNEXE IV.2.1. Tableau N°1 : La surface cultivée et la production de pêches en Grèce au cours de la période 1972- 1976

Groupe de variétés	1972		1974		1975		1976	
	Surf. cult.(1)	Product.(2)	Surf. cult.	Product.	Surf. cult.	Product.	Surf. cult.	Product.
Pêches de table	158 921	189 016	172 837	222 034	175 340	292 124	-	2 704 431(*)
Nectarines	-	-	1 615	-	1 995	100	8 600	864
Pâvies	27 540	3 900	45 100	7 750	47 600	20 000	49 400	35 764

(1) Surface cultivée en stremma (0,1 ha)

(2) Production en tonnes

(*) Production des principales variétés

Source : Ministère de l'Agriculture

ANNEXE IV.2.1. Tableau N° 2 : La structure des exploitations par rapport à la surface cultivée

Année	Jusqu'à 4 stremma	5 - 10 stremma	11 - 20 stremma	21 - 50 stremma	51 - 100 stremma	101 strem. et plus	Total
1971	6 975	6 870	5 583	1 333	77	8	20 846
%	33,4	33,0	26,8	6,4	0,4		100
1972	7 205	7 550	6 035	1 515	85	8	22 398
%	32,2	33,7	26,9	6,8	0,4		100
1973	7 322	7 858	6 142	1 533	87	8	22 950
%	31,9	34,2	26,8	6,7	0,4		100

Source : Banque Agricole de Grèce

ANNEXE IV.2.1. Tableau N° 3 : Calendrier de production concernant toutes les variétés de pêches

Groupe	Mai	Juin	Juillet		Août		Sept.	
			1 - 15	16 - 31	1 - 15	16 -31		
Pêches de table	0,1 %	23 %	27,9 %	8,6 %	20 %	18,4 %	2 %	100 %
Nectarines	-	-	7,8 %	33,6 %	36,6 %	22 %	-	100 %
Paviés	-	-	6 %	36 %	25 %	3 %	2 %	100 %

Source : Ministère de l'Agriculture

ANNEXE IV 21 - Tableau N°4 : Quantités de pêches de table exportées selon leur date de maturation

Variétés	Année	1971	1972	1973	1974	1975	1976	1977
Précoces		1 848	2 315	4 252	9 392	6 668	28 406	26 187
Pleine saison		53 595	59 802	60 098	92 745	62 595	44 262	62 524
Tardives		16 367	24 337	24 044	77 583	33 693	23 789	60 862
Total		71 810	85 077	88 394	179 720	102 956	96 457	149 573

Précoces : taux annuel moyen d'évolution (1971-1977) : 17,8 %
 Pleine saison : " " : 0,9 %
 Tardives : " " : 8,4 %

Source : Rapports annuels du Ministère de l'Agriculture

ANNEXE IV.2.1.1. Tableau N° 5 : Evolution des quantités de pêches fraîches transitant par les Halles d'Athènes et le prix moyen de gros.

Mois	1970		1971		1972		1973		1974		1975		1976		1977		1970-75	
	Q	P	Q	P	Q	P	Q	P	Q	P	Q	P	Q	P	Q	P	Q	P
Mai	69,00	15,7	18,9	18,20	14,72	14,72	13,8	25,75	14,7	23,8	174,6	25,3	25	33,7	609	50	125,1	25,8
Juin	3728	11,0	3645	8,41	4839,7	9,30	4788,5	13,04	3407,2	11,22	4954,4	10,5	4626	18,5	7929	13,5	4739,7	11,8
Juillet	40035	6,5	12222,5	5,15	10267,9	5,37	12407,5	6,57	11833,3	8,77	1961,4	7,94	10246	12,2	10628	11,2	14699,4	7,9
Août	8324	5,5	7717,9	6,02	8926,6	5,79	7277,5	9,28	10117,8	9,80	6724,3	10,22	12239	9,1	10456	12	8972,8	8,4
Septembre	3048	7,6	4179,3	7,40	3292,4	7,91	5360,3	7,81	3815,3	10,00	4634,2	9,84	3928	15,2	9222	7,5	4684,9	9,1
Octobre	75,00	6	161,1	6,51	44,3	8,03	344,1	7,14	71,2	16,28	31,8	14,95	49	19,7	416	7	149	10,6

* Q : en tonnes

* P : drs/kg

Annexe IV.2.1.1. Tableau N°6 : Evolution des exportations des principaux produits agricoles grecs

Produits agricoles	1 9 7 0		1 9 7 2		1 9 7 5	
	Volume en 10 ³ t	Valeur en 10 ³ drs.*	Volume en 10 ³ t	Valeur en 10 ³ drs.	Volume en 10 ³ t	Valeur en 10 ³ drs.
Tabac	63,2	2 774,0	74,3	3 415,7	50,6	5 020,8
Coton	70,5	1 234,6	48,6	1 191,6	32,6	1 034,5
Oranges	91,6	310,5	119,6	413,1	167,1	1 125,6
Citrons	62,9	300,2	51,4	354,7	92,9	980,2
Pêches	67,3	342,7(1,1%)	86,0	427,1(3,8%)	166,2	2 239,3(11,2)
Abricots	14,5	115,6	14,5	137,7	25,7	428,1
Pommes de terre	25,7	73,6	7,6	27,5	30,5	195,0
Tomates	1,0	6,0	1,2	10,1	-	-
Raisins secs	124,7	1 141,3	142,0	1.396,2	112,9	2 444,5
Vin	114,6	400,1	153,8	909,5	104,0	726,6
Huile d'olive	3,2	75,4	9,5	246,2	10,8	666,2
Olives	15,8	320,8	22,9	409,8	36,6	984,7
Jus de fruits	57,1	324,8	58,9	453,4	69,0	710,4
Fruits conservés	29,8	200,6	64,7	524,3	109,8	1 418,9
Tomate concentrée	33,9	275,5	59,7	615,6	76,2	1 463,9
Total	-	8 213,2	-	11 003,2	-	19 983,4

Source : Institut National des Statistiques

ANNEXE IV.2.1. Tableau 7 : Bilan du marché des pêches en Grèce

(en tonnes)

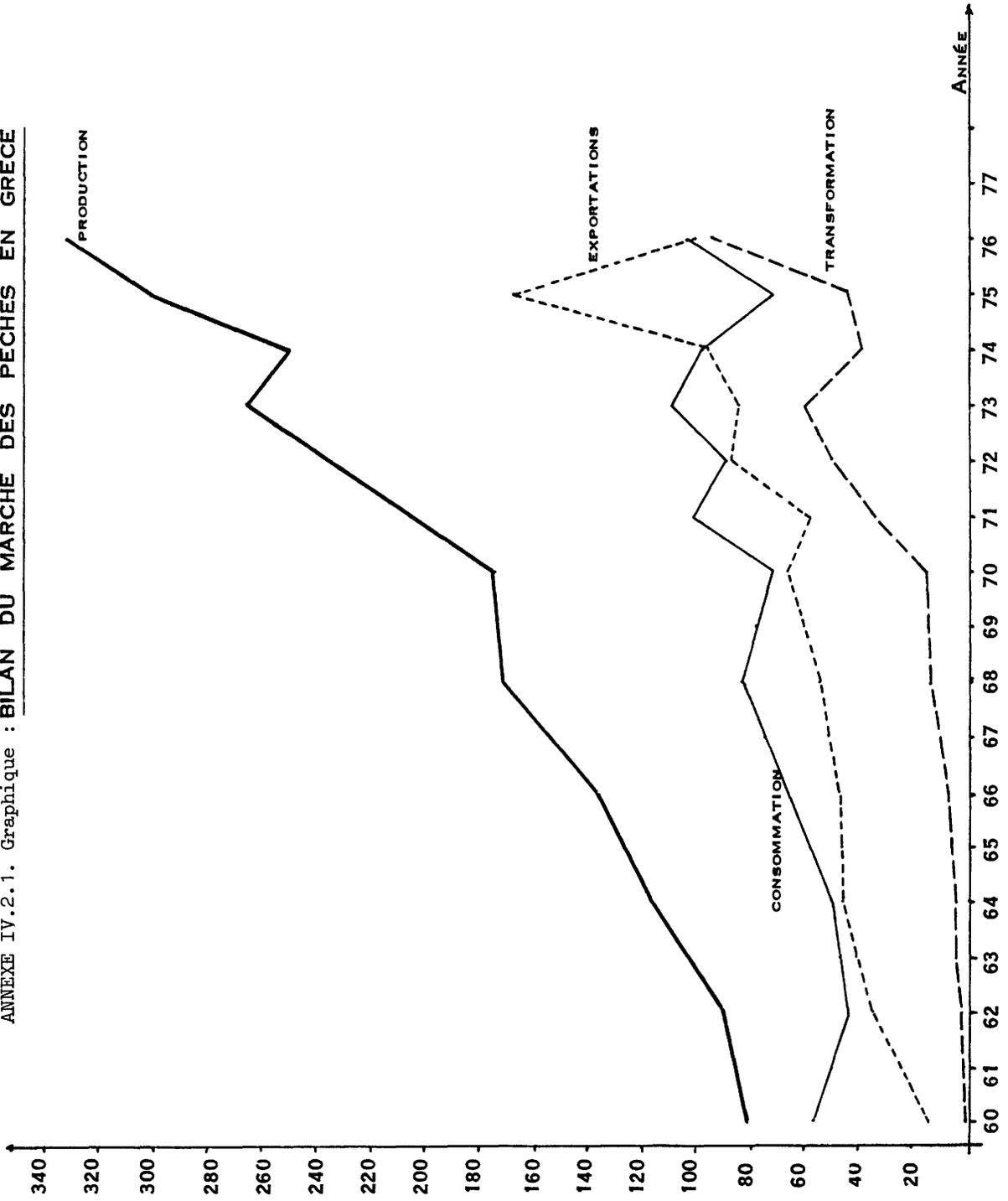
	1958	%	1960	%	1962	%	1964	%	1966	%	1968	%	1970	%
Production	54 868	100	81 124	100	89 555	100	116 555	100	136 850	100	173 744	100	174 950	100
Consommation à l'état frais	37 917	63,4	58 314	71,9	44 349	49,7	49 435	12,5	68 852	50,4	82 432	42,1	71 563	41
Transformation	739	1,2	897	1,1	1 960	2,1	5 495	4,7	5 040	3,6	14 100	8,4	15 050	3,6
Pertes	5 986	10	8 112	10	8 955	10	13 987	10	16 422	12	24 324	12	20 994	12
Exportations dont	15 226	13,8	13 801	17	34 291	38,2	47 638	40,8	46 536	34	52 288	35	67 343	38,4
- R.F.A.	-	-	-	79,1	-	95,6	-	91,6	-	96,8	-	93,2	-	98,5
- R.U.	-	-	-	9,4	-	2,6	-	1,3	-	0,9	-	0,7	-	-
- Ho1.	-	-	-	0,6	-	0,5	-	0,3	-	1,1	-	2,6	-	0,2
- Belg.-Lux.	-	-	-	-	-	-	-	0,2	-	0,2	-	2	-	0,1
- C.E.E.	-	-	-	89,8	-	99,0	-	94,0	-	99,4	-	99,0	-	99,0
Autres pays	-	-	-	10,2	-	1	-	6	-	0,6	-	1	-	1
Importations	-	0	-	0	-	0	-	0	-	0	-	0	-	0

ANNEXE IV.2.1. Tableau 7 : Bilan du marché des pêches en Grèce (Suite)

	(en tonnes)											
	1971	%	1972	%	1973	%	1974	%	1975	%	1976	%
Production	207 454	100	238 150	100	267 701	100	250 000	100	301 000	100	333 000	100
Utilisation interne	149 152	-	152 116	-	184 296	-	152 462	-	134 832	-	236 645	-
- Consommation	102 590	49,4	88 837	37	109 154	40,7	99 082	39,6	73 136	24,2	104 665	32,4
- Transformation	34 115	16,4	48 990	20,5	59 030	22	38 380	15,3	43 636	14,4	93 000	23
- Retrait	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Pertes	12 447	-	14 289	-	16 062	-	15 000	-	18 060	-	19 980	-
Exportations	58 302	29	86 034	36	83 405	31	97 538	40	166 168	55,2	96 355	30
dont :												
- R.F.A.	55 708	-	70 092	-	75 629	-	77 962	-	125 777	-	60 090	-
- France	-	-	-	-	-	-	-	-	21 114	-	698	-
- Hollande	1 509	-	4 233	-	2 008	-	2 079	-	6 095	-	550	-
- Belgique-Luxembourg	366	-	95	-	2 041	-	1 312	-	626	-	217	-
- Italie	-	-	-	-	387	-	-	-	310	-	-	-
- Royaume-Uni	125	-	361	-	259	-	181	-	1 394	-	606	-
- Danemark	131	-	436	-	11	-	71	-	338	-	371	-
- Irlande	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Total CEE	57 839	99,2	75 217	88	80 335	46,3	81 605	83,6	155 622	93,6	62 535	65
- R.D.A.	-	-	-	-	-	-	2 143	-	-	-	5 930	-
- Tchécoslovaquie	-	-	2 990	-	-	-	-	-	184	-	2 248	-
- Pologne	-	-	6 098	-	-	-	6 834	-	6 379	-	17 720	-
Total Pays de l'Est	-	-	9 088	-	-	-	8 977	-	-	-	25 898	-
- Autriche	380	-	1 367	-	2 595	-	6 084	-	2 347	-	4 529	-
- Norvège	-	-	-	-	-	-	40	-	29	-	30	-
- Suède	-	-	-	-	435	-	776	-	1 257	-	3 004	-
- Suisse	-	-	299	-	23	-	48	-	36	-	65	-
- Finlande	40	-	-	-	-	-	-	-	-	-	183	-
Total	420	-	1 666	-	3 053	-	6 948	-	3 669	-	7 811	-
- Arabie Saoudite	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	34	-
- Jordanie	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	40	-
- Liban	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	37	-
Total	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	111	-
Autres pays	43	-	63	-	17	-	208	-	314	-	-	-
Importations	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

Source : Ministère de l'Agriculture. Banque Agricole. Office National de Statistiques.

ANNEXE IV.2.1. Graphique : BILAN DU MARCHÉ DES PÊCHES EN GRECE



Annexe IV.2.1. Tableau N° 8 : L'évolution des importations de pêches fraîches en R.F.A.

Pays d'origine	1971	1972	1973	1974	1975	1976
Italie	136 039	143 364	110 643	118 618	98 875	219 585
France	39 430	101 177	41 970	10 170	126	15 817
Grèce	55 708	70 092	75 629	77 962	125 717	60 090
Espagne	679	2 627	3 279	3 282	1 011	847
Total	231 856	226 265	231 521	210 032	225 729	296 339
% par rapport aux import. totales	95,3 %	94,2 %	98,4 %	98,6 %	98,2 %	99,6 %

Source : Agri-Méditerranée : Le marché commun des fruits et légumes
Eurostat

Annexe IV.2.1. Tableau N°9 : La consommation des pêches fraîches dans la CEE

Année	CEE 9	CEE 6 total	R.F.A.		France		Italie		N.L.		Bel.-Lu.		R.U.		Irl.-DK	
			Total	/tête	Total	/tête	Total	/tête	Total	/tête	Total	/tête	Total	/tête	Total	/tête
1957-60	-	-	115	-	-	-	310	-	2	-	-	-	24	-	-	-
1969-70	-	1018	135	2,2	337	6,7	522	9,7	7	0,5	17	1,8	21	0,4	-	-
1970-71	-	1184	220	3,6	338	6,6	597	11,1	11	0,8	23	2,3	34	0,6	-	-
1971-72	-	1234	223	3,7	313	6,1	563	12,2	13	1,0	22	2,2	38	0,7	-	-
1972-73	-	1236	210	3,8	363	7,0	624	11,4	15	1,1	24	2,4	-	-	-	-
1974-75	4,4	-	3,1	-	5	5,9	-	10,2	-	1	-	2,4	-	0,5	-	0,8

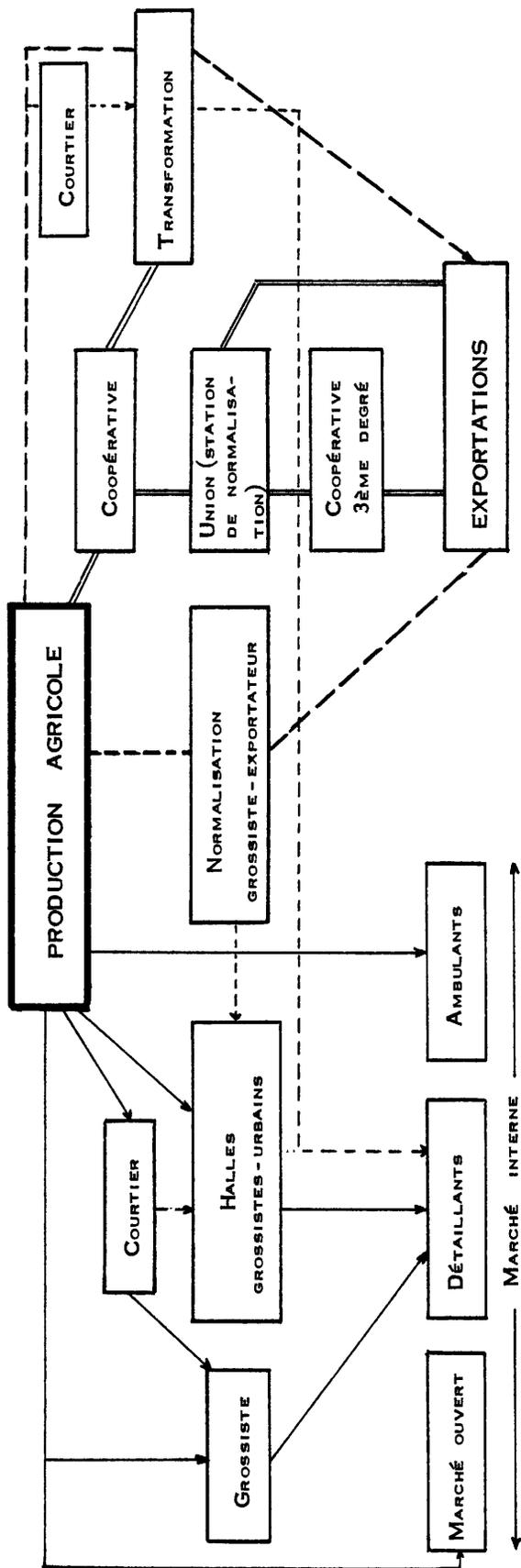
Consommation totale en milliers de tonnes

Consommation par tête en kg

Source : Eurostat, Yearbook of Agricultural Statistics

Agri-méditerranée : le marché commun des fruits et légumes.

Annexe IV.2.1. LES CIRCUITS DE COMMERCIALISATION DANS LA FILIERE "PECHES"



ANNEXE IV.2.2. PECHES TRANSFORMEES

Annexe IV.2.2. Tableau 1 : Oreillons de pêches au sirop - Enquête
Juillet 1978 - Prix de détail

Annexe IV.2.2. Tableau 2 : Oreillons de pêches au sirop - Enquête
Janvier 1979 - Prix de détail

Annexe IV.2.2. Tableau 3 : Oreillons de pêches au sirop - Marks-up -
Enquête Juillet 1978 et Janvier 1979

Annexe IV.2.2. Tableau 4 : Principales firmes de transformation des
pêches.

ANNEXE IV.2.2. Tableau 3 : OREILLONS DE PECHES AU SIROP - MARKS-UP - ENQUETES JUILLET 1978 ET JANVIER 1979

J u i l l e t 1 9 7 8

Marques	Points de vente		00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	
	4/4 480*	4/4 480**																					
1. VERMION NAOYSSA	4/4 480*	4/4 480**	-	28 45,6	46 45,6	-	41,2 42,6	32 34,7	28	-	-	-	36 34,7	40 43,4	32	47,2	-	30 29,5	-	-	43,4	-	32 34,7
2. WHITE TOMER	4/4 480*	4/4 480**	-	-	7,1	25	-	21,4	-	-	-	-	14,2	21,4	28,5	25	-	28,5	17,8	-	41	21,4	

Marques	Points de vente		20	21	22	23	24	25	26	27	N° d'obs.		Marges moyennes	
	4/4 480*	4/4 480**												
1. VERMION NAOYSSA	4/4 480*	4/4 480**	27,6	-	28 25,2	30 29,5	-	28	30 29,5	26 30,4	17	16	33	35,4
2. WHITE TOMER	4/4 480*	4/4 480**	19,6	-	23,2	28,5	-	-	28,5	17,8	17	17	23,3	

J a n v i e r 1 9 7 9

Marques	Points de vente		00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	
	4/4 480*	4/4 480**																					
1. VERMION NAOYSSA	4/4 480*	4/4 480**	-	40	46	-	-	32 34,7	28	-	-	28 25,2	47,8	32	02	47,2	44 43,4	30	-	-	-	24 26	32 34,7
2. WHITE TOMER	4/4 480*	4/4 480**	-	21,4	28,5	-	-	21,4	-	-	-	28,5	21,4	21,4	17,1	27,8	-	28,5	23,2	-	41	21,4	

Marques	Points de vente		20	21	22	23	24	25	26	27	N° d'obs.		Marges moyennes	
	4/4 480*	4/4 480**												
1. VERMION NAOYSSA	4/4 480*	4/4 480**	27,6	-	28 25,2	30 29,5	-	28	30 29,5	26 30,4	19	12	32,3	36
2. WHITE TOMER	4/4 480*	4/4 480**	-	-	28,5	28,5	-	-	28,5	17,8	17	17	25,6	

* Variété Industrielle (pâviés)
** Variété non Industrielle (en principe Elberta)

ANNEXE IV. 3. ALIMENTS POUR BEBES

Annexe IV.3. Tableau 1 : Aliments pour bébé - Enquête Juillet 1978 -
Prix de détail

Annexe IV.3. Tableau 2 : Aliments pour bébé - Enquête Janvier 1979 -
Prix de détail

Annexe IV.3. Tableau 3 : Aliments pour bébé - Mark-up - Enquêtes
Juillet 1978 et Janvier 1979

ENQUETE IV.3. Tableau 3 : ALIMENTS POUR BEBES - MARKS UP - ENQUETES JUILLET 1978 ET JANVIER 1979

/ Juillet 1978 /

Code du magasin	00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17		
GERBER PM 213 g PM 134 g	-	12,5 10,2	23,2 22,8	-	11,3 14,9	13,7 14,1	24,4 22	16,7 16,5	14,9 6,2	11,3 9,4	17,8 9,4	17,2 14,1	6,6 12,5	17,8 17,3	27,3 18,1	14,9 14,9	18,4 18,1	-		
	-	12,5 3	-	-	17,5 12,3	13,7 6,1	-	21,8 13,8	17,5 13,8	17,5 6,1	-	-	-	12,5 6,1	18,1 9,2	-	17,5 13,8	2,5 15,3	-	
Code du magasin																				
	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	Nbre d'observ.		Margees moy.							
GERBER PM 213 g PM 134 g	16,1 21,2	13,7 14,1	14,3 17,3	11,3 14,1	11,3 9,4	14,9 14,9	- 10,2	12,5 11,8	14,9 14,9	12,5 14,1	23 24	15,5 14,5								
	18,7 3,8	13,7 6,1	15 6,1	12,5 11,5	15 6,1	17,5 13,8	-	15 15,3	17,5 13,8	- 3,8	17 18	16,2 9,2								

/ Janvier 1979 /

Code du magasin	00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17		
GERBER PM 213 g PM 134 g	-	12,5 10,2	23,2 22,8	-	11,3 17,3	13,7 14,1	24,4 22	16,7 15,7	14,9 14,9	11,3 9,4	17,8 9,4	17,2 14,1	27,8 14,9	17,8 14,1	27,3 18,1	14,9 14,9	18,4 18,1	-		
	-	5,8 3	-	-	- 12,3	7 -	-	15,8 13,8	16,4 13,8	-	-	-	-	26,4 10,7	17 14,6	16,4 13,8	17,6 15,3	-		
Code du magasin																				
	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	Nbre d'observ.		Margees moy.							
GERBER PM 213 g PM 134 g	17,2 18,1	13,7 14,1	14,3 14,1	-	11,3 9,4	14,9 14,9	12,5 10,2	12,5 11,8	14,9 14,9	12,5 14,1	24 24	16,6 14,1								
	16,4 15,3	7 11,5	13,5 11,5	-	-	16,4 13,8	-	-	16,4 13,8	5,8 11,5	14 14	14,1 12,3								

ANNEXE IV.3. Tableau 1 : ALIMENTS POUR BEBE - ENQUETE JUILLET 1978 - PRIX DE DETAIL

PRODUIT ET MARQUE	GPE	TYPE DE MARQUE	ORIGINE	NATURE DU FABRIQUE	CODE DU MAGASIN POIDS OU QUANTITE	24	25	26	27	Nombre d'observations	MAXIMUM				MOY-ENNE	ERP								
											I	II	III	IV										
ALIMENTS POUR BEBES purée de pommes de terre pot en verre GERBER	EMF	0	1	USA	Pot PW 213gr	19	20,8	18,8	19,2	21	19,7	19,4	18,8	19,9	19,8	18	19,6	19,2	19,3	18,8	18,8			
					" " PW 134gr	14	15,6	14,6	14,5	15,5	14,8	13,5	13,9	14,3	14,9	15	14,6	15	14,5	14,9	14,5	13,9		
					" " PW 213gr	18		18,8	18,2		19,5	18,8	18,8		14,8	14,8	13,8	13,8	14,2	13,5	13,8	13,8	14,4	18,4
					" " PW 134gr	13,4		14,6	13,8		14,8	14,8	13,8		14,8	14,8	13,8	13,8	14,2	13,5	13,8	13,8	14,4	18,4
ALIMENTS POUR BEBES purée de pommes de terre pot en verre GERBER	EMF	1	1	USA	Pot PW 213gr	19	20,8	18,8	19,2	21	19,7	19,4	18,8	19,9	19,8	18	19,6	19,2	19,3	18,8	18,8			
					" " PW 134gr	14	15,6	14,6	14,5	15,5	14,8	13,5	13,9	14,3	14,9	15	14,6	15	14,5	14,9	14,5	13,9		
					" " PW 213gr	18		18,8	18,2		19,5	18,8	18,8		14,8	14,8	13,8	13,8	14,2	13,5	13,8	13,8	14,4	18,4
					" " PW 134gr	13,4		14,6	13,8		14,8	14,8	13,8		14,8	14,8	13,8	13,8	14,2	13,5	13,8	13,8	14,4	18,4

ANNEXE IV.3. Tableau 2 : ALIMENTS POUR BEBE - ENQUETE JANVIER 1979 - PRIX DE DETAIL

MARQUE ET QUANTITE	00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23
GERBER PN 213gr	19	20,8			18,8	19,2	21	19,7	17,4	18,8	19,9	19,8	21,5	19,9	21,5	19,4	20	19,8	19,2	19,3				
PN 134gr	14	15,6			14,6	14,5	15,5	14,7	14,6	13,9	13,9	14,5	14,6	14,5	15,0	14,6	15	15,0	14,5	14,5				
BEECH-NUT PN 213gr	18					18,2		19,7	19,8				21,5	19,9		19,8	20	19,8	18,2	19,3				
PN 134gr	13,4				14,6			14,8	14,8				14,4	14,9		14,8	15	15,0	14,5	14,5				

MARQUE ET QUANTITE	24	25	26	27	Nombre d'obser- vations	MAXIMUM				MOY- ENNE	E PRE	
						I	II	III	IV			
GERBER PN 213gr	19	19	19,4	19	24	21,5	21	20,8	20	18,8	19,6	14,3
PN 134gr	14	14,2	14,6	14,5	24	15,6	15,5	15	14,6	13,9	14,5	12,2
BEECH-NUT PN 213gr			19,8	18	14	21,5	20	19,9	19,8	18	19,4	19,4
PN 134gr			14,8	14,5	14	15	14,5	14,8	14,6	13,4	14,6	12

Communautés européennes — Commission

Etude sur la concentration, les prix et les marges dans le complexe agro-alimentaire grec

par G. Ghersi, L. Bontosoglou, V. Bontosoglou et A. Bouratsis

Luxembourg: Office des publications officielles des Communautés européennes

1980 — 496 p. — 21 x 29,7 cm

Collection Etudes: Série Evolution de la concentration
et de la concurrence — 1980 — 50

FR

ISBN 92-825-1675-X

N° de catalogue: CB-NU-79-050-FR-C

BFR 415	DKR 80	DM 25,60	FF 60	IRL 7
LIT 11900	HFL 28,30	UKL 6.50	USD 15	

La Commission a lancé en 1970 un programme de recherches sur l'évolution de la concentration et de la concurrence dans plusieurs secteurs et marchés de l'industrie manufacturière dans les différents pays membres (textile, papier, pharmaceutique, photographique, cycles et motocycles, machines de bureau, machines textiles, matériel pour le génie civil, matériel de lavage et de manutention, appareils électroniques — radio, TV, électro-acoustique, appareils électrodomestiques, industries alimentaires et boissons).

Les objectifs, les critères et les principaux résultats de ces recherches sont exposés dans les volumes suivants:

- 1) « Méthodologie de l'analyse de la concentration appliquée à l'étude des secteurs et des marchés » par Remo LINDA (réf. 8756, septembre 1976).
- 2) « A study of the concentration, prices and mark-ups in the distribution of food products: Volume 1: General Approach and methodology for the analysis of price structures » par Remo LINDA — décembre 1978 — Série: Evolution de la concentration et de la concurrence — 1978 — n° A/24.

Le présent volume constitue une partie de la série d'études mises en place par la Commission, et il a pour objet plus particulièrement la structure de la production, de la distribution et des prix des produits alimentaires et des boissons en Grèce. La présente recherche a été réalisée en prévision de l'entrée de ce pays dans la Communauté.

**Salgs- og abonnementskontorer · Vertriebsbüros · Sales Offices
Bureaux de vente · Uffici di vendita · Verkoopkantoren**

Belgique - België

Moniteur belge — *Belgisch Staatsblad*
Rue de Louvain 40-42 —
Leuvensestraat 40-42
1000 Bruxelles — 1000 Brussel
Tél. 512 00 26
CCP 000-2005502-27
Postrekening 000-2005502-27

Sous-dépôts — *Agentschappen*:

Librairie européenne — Europese
Boekhandel
Rue de la Loi 244 — Wetstraat 244
1040 Bruxelles — 1040 Brussel

CREDOC

Rue de la Montagne 34 - Bte 11 —
Bergstraat 34 - Bus 11
1000 Bruxelles — 1000 Brussel

Danmark

J.H. Schultz — *Boghandel*

Møntergade 19
1116 København K
Tlf. (01) 14 11 95
Girokonto 200 1195

Underagentur:

Europa Bøger
Gammel Torv 6
Postbox 137
1004 København K
Tlf. (01) 14 54 32

BR Deutschland

Verlag Bundesanzeiger

Breite Straße — Postfach 10 80 06
5000 Köln 1
Tel. (0221) 21 03 48
(Fernschreiber: Anzeiger Bonn
8 882 595)
Postscheckkonto 834 00 Köln

France

*Service de vente en France des publica-
tions des Communautés européennes*

Journal officiel
26, rue Desaix
75732 Paris Cedex 15
Tél. (1) 578 61 39 — CCP Paris 23-96

Sous-agent

D.E.P.P. — Maison de l'Europe
37, rue des Francs-Bourgeois
75004 Paris
Tél.: 887 96 50

Ireland

Government Publications

Sales Office
G.P.O. Arcade
Dublin 1

or by post from

Stationery Office

Beggar's Bush
Dublin 4
Tel. 68 84 33

Italia

Libreria dello Stato

Piazza G. Verdi 10
00198 Roma — Tel. (6) 8508
Telex 62008
CCP 1/2640

Agenzia

Via XX Settembre
(Palazzo Ministero del tesoro)
00187 Roma

**Grand-Duché
de Luxembourg**

*Office des publications officielles
des Communautés européennes*

5, rue du Commerce
Boîte postale 1003 — Luxembourg
Tél. 49 00 81 — CCP 19190-81
Compte courant bancaire:
BIL 8-109/6003/300

Nederland

Staatsdrukkerij- en uitgeverijbedrijf

Christoffel Plantijnstraat, 's-Gravenhage
Tel. (070) 62 45 51
Postgiro 42 53 00

United Kingdom

H.M. Stationery Office

P.O. Box 569
London SE1 9NH
Tel. (01) 928 69 77, ext. 365
National Giro Account 582-1002

United States of America

*European Community Information
Service*

2100 M Street, N.W.
Suite 707
Washington, D.C. 20 037
Tel. (202) 862 95 00

Schweiz - Suisse - Svizzera

Librairie Payot

6, rue Grenus
1211 Genève
Tél. 31 89 50
CCP 12-236 Genève

Sverige

Librairie C.E. Fritze

2, Fredsgatan
Stockholm 16
Postgiro 193, Bankgiro 73/4015

España

Librería Mundi-Prensa

Castelló 37
Madrid 1
Tel. 275 46 55

Andre lande · Andere Länder · Other countries · Autres pays · Altri paesi · Andere landen

Kontoret for De europæiske Fællesskabers officielle Publikationer · Amt für amtliche Veröffentlichungen der Europäischen Gemeinschaften · Office for Official Publications of the European Communities · Office des publications officielles des Communautés européennes · Ufficio delle pubblicazioni ufficiali delle Comunità europee · Bureau voor officiële publikaties der Europese Gemeenschappen

Luxembourg 5, rue du Commerce Boîte postale 1003 Tél. 49 00 81 · CCP 19 190-81 Compte courant bancaire BIL 8-109/6003/300

BFR 415 DKR 80 DM 25,60 FF 60 IRL 7 LIT 11900 HFL 28,30 UKL 6.50 USD 15



OFFICE DES PUBLICATIONS OFFICIELLES
DES COMMUNAUTÉS EUROPÉENNES

ISBN 92-825-1675-X

Boîte postale 1003 – Luxembourg

N° de catalogue: CB-NU-79-050-FR-C