

Ventes à perte et maintien des prix de revente

Gilles Desrochers

Volume 31, numéro 2, juillet–septembre 1955

URI : <https://id.erudit.org/iderudit/1002622ar>

DOI : <https://doi.org/10.7202/1002622ar>

[Aller au sommaire du numéro](#)

Éditeur(s)

HEC Montréal

ISSN

0001-771X (imprimé)

1710-3991 (numérique)

[Découvrir la revue](#)

Citer cet article

Desrochers, G. (1955). Ventes à perte et maintien des prix de revente. *L'Actualité économique*, 31(2), 288–294. <https://doi.org/10.7202/1002622ar>

à l'aide d'un personnel compétent et suffisamment rémunéré, problème qu'on semble avoir relégué au second plan pour l'instant. Pourtant c'est bien là que réside le nœud de l'efficacité de nos institutions culturelles et sociales, beaucoup plus que dans une pénurie de locaux. Or l'avenir immédiat ne semble pas offrir beaucoup de promesses sur ce point.

Sur les prévisions budgétaires pour 1955-56, nous préférons nous abstenir de commentaires, pour les raisons données plus haut. Il est vain, en effet, de discuter des chiffres donnés par le ministre, l'exemple du passé nous montrant leur peu de réalisme. Qu'il suffise de dire que l'on prévoit des recettes à peu près équivalentes aux résultats effectifs de l'année précédente (331.9 millions) et des dépenses fixées à un niveau tel (331.2 millions) que l'équilibre est réalisé: il fallait s'y attendre. On ne saura vraiment à quoi s'en tenir que lors de la présentation du prochain budget.

Roland PARENTEAU

Ventes à perte et maintien des prix de revente Cette question a fait l'objet depuis plusieurs années d'une enquête approfondie de la part du gouvernement fédéral, aboutissant récemment à la publication d'un savant rapport sur les ventes à perte (*loss-leader selling*)¹. Nous nous proposons d'analyser brièvement dans une première partie le contenu du rapport lui-même, pour étudier ensuite les relations entre le problème des ventes à perte et celui du maintien des prix de revente.

Avant d'entreprendre l'examen du rapport proprement dit, il peut être utile d'en rappeler la genèse. En juin 1950, le Comité d'étude de la législation sur les ententes, mieux connu sous le nom de Comité Mac Quarrie, fut créé par le gouvernement afin d'étudier la législation canadienne en matière de coalitions et de proposer, s'il y avait lieu, des amendements aux lois existantes. En octobre 1951, le Comité publia un rapport intérimaire consacré à l'étude de la question du maintien des prix de revente². Le problème des ventes à perte fut soulevé mais reporté à plus tard³. *Le Rapport du Comité d'Étude de la législation sur les ententes*, publié en mars

1. Restrictive Trade Practices Commission, *Report on an Inquiry into Loss-Leader Selling*, Department of Justice, Ottawa 1955, 278 pages.

2. *Rapport du Comité d'étude de la législation sur les ententes et Rapport intérimaire sur le maintien des prix de revente*, Ottawa 1952, pp. 61-83.

3. *Ibid.* p. 83.

1952 sous sa forme définitive, renfermait, en effet, une recommandation à cet effet: «Nous recommandons donc que le ministre demande à l'organisme d'enquête et de recherche, et à la Commission que nous proposons, d'étudier soigneusement la pratique des «ventes à perte» afin d'en déterminer l'étendue et les effets, et de recommander au besoin un amendement à la loi à ce sujet»¹. Le Directeur des recherches et des enquêtes entreprit immédiatement de colliger des renseignements sur les ventes à perte et les présenta à la Commission sous forme de rapport, connu sous le nom de *Livre vert (Green Book)*². La Commission entreprit ensuite son enquête en expédiant des questionnaires et en tenant des séances publiques à travers tout le pays. C'est son rapport qui a été publié cette année³.

Cette enquête, d'envergure nationale, s'adressait à tous les secteurs commerciaux, à tous les stades de la distribution, du manufacturier au consommateur, en passant par le grossiste, le revendeur et le détaillant.

Le premier problème, celui de la définition de la vente à perte, parut insoluble pratiquement. Les individus et les organismes qui ont soumis des témoignages verbaux ou écrits ont défini la vente à perte d'aussi diverses façons qu'il y avait de situations où il semblait s'agir d'une telle pratique.

Les deux définitions extrêmes recueillies par les enquêtes, entre lesquelles toutes les autres peuvent s'intercaler, sont les suivantes:⁴

- 1) Une pratique de vente en-dessous du coût, dans le but de restreindre la concurrence ou d'éliminer un concurrent;
- 2) Toute vente en-deçà du prix établi ou suggéré par le manufacturier.

Remarquons que dans la première définition, la composition du coût renfermant plusieurs éléments qui varient d'une entreprise, d'un produit, d'un moment à l'autre rend toute norme de référence (v.g. un coût moyen du normal) extrêmement précaire. La seconde a semblé, au contraire, plus facilement contrôlable.

1. Ibid. pp. 54 et 55.

2. Restrictive Trade Practices Commission, *Material collected by Director of Investigation and Research in Connection with an Inquiry into Loss-Leader Selling*, Department of Justice, Ottawa 1954, 308 pp.

3. Voir note 1, page 1.

4. *Report on an Inquiry into Loss-Leader Selling*, op. cit., p. 20.

C'est d'ailleurs de celle-ci que se rapprochaient implicitement ou explicitement la plupart des autres. La Commission, cependant, a fait remarquer que la définition littérale de l'expression «vente à perte» renferme deux éléments:¹ a) l'article doit être vendu à un prix tel que le vendeur encoure une perte; b) une telle pratique doit tendre à attirer la clientèle dans l'établissement du vendeur afin qu'il en résulte des ventes supplémentaires d'autres produits.

C'est à l'aide de ces deux critères que la Commission a étudié la nature et les effets des pratiques qui lui furent soumises sous l'étiquette «vente à perte». Le second chapitre du Rapport est donc une discussion de ce problème de la définition.

Le corps de l'ouvrage se compose des chapitres troisième et quatrième. Le troisième étudie les facteurs concurrentiels dans l'établissement des prix. Il s'agit en vérité d'une étude des changements survenus depuis la fin de la guerre dans la structure du marché et le mode de distribution des appareils électriques en particulier et, dans une certaine mesure, des produits du tabac, des produits alimentaires et de quelques autres. Cette étude du *marketing* des biens de consommation révèle que la plupart des cas de ventes à perte sont en réalité profitables à cause:

1. de la modification du mode de distribution des produits, qui permet l'achat en grandes quantités et la vente à faible marge de profit d'un nombre de plus en plus considérable de produits par les magasins à rayons et succursales multiples;
2. du resserrement de la concurrence depuis que l'offre a dépassé la demande;
3. de la suppression, en décembre 1951, de la pratique monopolistique du maintien des prix de revente par les manufacturiers ou les distributeurs.

Cette partie est donc la plus intéressante du Rapport parce qu'elle scrute les raisons économiques à l'origine des perturbations du marché des biens de consommation.

Le chapitre suivant relève une série de témoignages sur les effets que produisent les ventes à perte ou à faible marge de bénéfice. La Commission montre que ces arguments, la plupart du

1. *Ibid.* p. 16.

temps fondés sur des observations partielles, donnent lieu à des conclusions à priori, souvent erronnées ou très subjectives.

Au chapitre septième, le cas des magasins à succursales multiples est examiné en ce qui a trait à la vente du pain et des cigarettes. L'enquête a révélé qu'il ne s'agissait aucunement de ventes à perte généralisées. Comme dans le commerce des appareils électriques et du tabac, les ventes effectuées à des prix inférieurs au prix coûtant furent extrêmement rares et peu importantes. La baisse des prix fut partout causée par l'abaissement des coûts attribuable à l'achat en grandes quantités et permettant l'obtention de prix spéciaux, et la compression des frais de vente, deux facteurs qui favorisent la réduction des marges de profit brut.

Pour prévenir les ventes à perte, ou ce qu'on imaginait comme tel, la plupart des organismes ont suggéré des mesures de contrôle étatique ou monopolistique: la restauration de la pratique de la fixation des prix de revente, le contrôle du *mark-up* minimum, etc. Les plus réalistes, comme l'Association des Consommateurs, ayant reconnu la difficulté sinon l'impossibilité de définir pratiquement la vente à perte se sont opposés à toute législation qui compliquerait davantage le problème.

Un résumé du Rapport ainsi que les conclusions de la Commission sont contenus dans le dernier chapitre. La plupart des cas étudiés, conclut-on, n'étaient que des formes variées de rabais ou de rajustements de prix dus à des modifications des conditions du marché ou bien des formes plus ou moins déguisées de publicité frauduleuse, ces dernières pouvant faire l'objet de poursuites judiciaires, selon le Code criminel. Les cas de ventes à prix inférieurs au prix coûtant, peu fréquents, furent sans conséquences durablement nocives pour le marché. À partir de ces constatations, la Commission n'a pas cru opportun de suggérer des mesures législatives propres à enrayer une pratique quasi inexistante, pour le moins mal définie et causée par l'action des forces concurrentielles du marché en présence de modifications survenues dans la distribution des produits et en réaction contre les méthodes traditionnelles ou monopolistiques d'opérations commerciales.

Le ton des deux paragraphes suivants révèle l'esprit qui anima la Commission dans l'interprétation des faits et la formulation des conclusions:

«On doit se rappeler qu'en économie libre, la concurrence est la grande force régulatrice qui opère en faveur de l'intérêt public, obligeant les producteurs, manufacturiers et marchands à améliorer leurs méthodes de production et de distribution, afin que les prix et la qualité des produits attirent l'acheteur. Toute intervention législative réduisant la libre concurrence doit être justifiée par la gravité du mal qu'elle désire rectifier.» «Jusqu'au moment de l'enquête, les exemples qui pourraient être considérés comme étant des cas graves de ventes à perte ont été exceptionnels et insuffisants pour justifier une législation nouvelle de suppression ou de contrôle. Il n'a pas été prouvé, non plus, que l'abolition de la pratique du maintien des prix de revente ait entraîné des pratiques, telles que la vente à perte, funestes au bien commun, comme l'avait pensé la Commission Mc Quarrie.»¹

* * *

En dépit de la diversité des définitions de la vente à perte, il semble que la plus généralement acceptée désigne la vente qui s'effectue à un prix inférieur au prix suggéré par le fournisseur, i.e. le manufacturier dans la majorité des cas. Cette définition soulève le problème de la fixation des prix de revente par le fabricant. Dans quelle mesure la suppression de cette pratique commerciale a-t-elle favorisé les ventes à perte définies plus haut? Le plus grand nombre des témoignages a attribué les ventes à perte à cette prohibition. Et parmi les mesures législatives suggérées à la Commission pour combattre les ventes à perte, le retour à la liberté pour le fabricant de fixer les prix de revente a été recommandé comme le remède tout indiqué par la majorité des plaignants.

Lorsque l'on considère comme vente à perte celle qui s'opère à un prix inférieur au prix suggéré, il est certain que la prohibition de la fixation des prix de revente a favorisé la généralisation des rabais. Mais de là à définir ces rabais comme des pertes, il y a une marge difficile à accepter sans examen plus approfondi. Ces ventes à réduction étaient malgré tout profitables puisqu'elles laissaient un bénéfice rémunérateur. Les achats en grandes quantités, les ventes massives accentuant la vitesse de rotation des stocks, les économies sur les frais permettent d'abaisser les prix de vente. Un profit unitaire minime maintes fois répété est souvent préférable à un profit unitaire élevé mais peu fréquent. C'est un fait de constatation courante. Dans cette perspective, il est évident que le maintien des prix de revente favorisait un niveau élevé et

1. *Ibid.* pp. 265-66.

rigide des prix. La Commission a noté que l'abolition de cette situation a favorisé le rajustement des prix de plusieurs produits aux conditions nouvelles du marché et le retour des prix concurrentiels.

Le maintien des prix de revente, plutôt que de tendre à réduire les éléments de concurrence imparfaite, tendait au contraire à les exagérer. Par exemple, si un produit se vend obligatoirement 10 dollars par tous les marchands, celui qui réalisera la plus forte marge de bénéfice cherchera par des moyens coûteux (primes, cadeaux, emballage, etc.) à s'attirer la clientèle, au lieu de le faire par le moyen le plus efficace pour l'économie et le consommateur, c'est-à-dire en diminuant son prix de vente. Le prix de revient du contrôle imposé par le manufacturier sur le prix fixé est au surplus un autre élément d'inefficacité économique qui tend à maintenir des éléments de concurrence imparfaite, comme par exemple la réputation d'un produit. General Electric et d'autres firmes ont dépensé plusieurs centaines de milliers de dollars en une année pour s'assurer que les prix fixés pour leurs produits étaient respectés sans qu'il y eut, de leur propre aveu, des résultats encourageants¹.

La prolifération aux États-Unis des «discount houses»² est une réaction contre la fixation des prix de revente laquelle favorise des prix et des profits élevés. Réduit à sa plus simple expression, le *discount house* est un établissement qui vend à prix réduit grâce aux économies effectuées sur les frais de vente, d'entreposage, de crédit, de livraison, etc. En résumé, le prix des services afférents à la vente est économisé et défalqué du prix du produit, au bénéfice du consommateur. Ce dernier se trouve alors en mesure de choisir entre un prix bas sans services ou élevé avec services.

À mesure que le consommateur peut et consent à assumer de plus en plus lui-même ces services, le prix de l'objet acheté diminue. L'usage de l'automobile par exemple, l'auto-service et le paiement comptant permettent au consommateur de se passer des services de livraison, de vente et de crédit que le petit marchand consent à fournir, mais moyennant rémunération. Ce type de détaillant demeurera tant que les préférences des consommateurs justifieront

1. R.-S. Alexander et R.-M. Hill, «What to do about the Discount House», *Harvard Business Review*, janv.-fév. 1955, pp. 53-65.

2. *Ibidem*.

économiquement son existence ou que lui-même s'adaptera aux conditions changeantes de la consommation et de la distribution.

Les faits étudiés prouvent donc que le maintien des prix de revente favorise la hausse des prix ou du moins un niveau général élevé et une structure de prix rigides, ce qui est contraire au mécanisme naturel en économie de libre concurrence. La flexibilité de la structure des prix dans ce régime n'empêche pas le niveau général de demeurer stable, par des hausses et des baisses compensatoires des prix individuels à l'intérieur même de la structure générale. En définitive, ce qu'on a considéré comme vente à perte dans un climat de prix rigides est en réalité un rajustement d'un prix individuel causé par les réactions du marché aux forces concurrentielles qui le modifient.

Accuser la législation prohibant le maintien des prix de revente, d'avoir causé les ventes à perte, c'était ignorer l'équivoque entretenue au sujet de la définition de la vente à perte.

Celle-ci n'existant pas, ou très peu, on a étudié les pseudo-ventes à perte qui n'étaient que des ventes à prix de concurrence. La présente enquête a prouvé que le problème n'existait que dans la pensée de ceux qui croyaient que le prix courant véritable était celui fixé par le fabricant. Le maintien des prix de revente est en réalité la défense de celui qui craint la libre concurrence; la vente à perte, que nous devrions appeler vente à rabais ou vente pure et simple est la défense de celui qui craint le monopole. L'option entre la liberté ou le contrôle économique est une fois de plus, on le voit, à l'origine d'un conflit.

Gilles DESROCHERS

Les salaires dans la province de Québec L'irritant problème de la disparité des salaires entre la province de Québec et l'Ontario a donné lieu, ces derniers temps, à des polémiques violentes, qui ont surtout porté sur

le fait lui-même sans jamais aller jusqu'aux causes qui pourraient l'expliquer. Nous ne continuerons pas ici la discussion sur la ligne où elle se trouve actuellement engagée, car nous croyons, après bien d'autres, qu'il faut éviter de confondre le «langage de la pensée» avec le «langage de l'action». Ce qui ne signifie pas, cependant, qu'on doive abandonner la question là où elle en est