

Spokesman's Group

INFORMATION MEMO

THE COMMON MARKET AND THE CONSUMER

Extract from the second General Report  
on the activities of the European Communities

-----

The Commission carried out work in three fields on the impact of the Common Market on consumers.

The research work of previous years into the trend of imports of about 300 consumer products was continued in 1967. At the same time the Commission, through consultations held with the government experts and trade and consumer representatives, analysed the figures it had collected for that year.

IFO, the economic research institute in Munich, which had been asked to make a study of the impact of the Common Market on domestic electric appliances, submitted its report. The institute made a similar study of the footwear market.

The Statistical Office of the European Communities continued work on the price survey. An analysis of the figures for April 1968 gives an idea of country-to-country disparities in absolute prices for about 250 articles of everyday consumption.

Trade in goods for private consumption

Effect of imports

From 1966 to 1967, imports of private consumer goods rose from 10 900 million u.a. to 11 200 million u.a., i.e. by 3%. Intra-Community trade accounted for 6 700 million u.a. or 60% of total imports in 1967. The remaining 40%, or 4 500 million u.a. only, were imports from non-member countries. At 3% the growth rate of total imports in 1967 was a great deal lower than the average annual growth over the years 1960-1966, which was about 15%. This is chiefly the result of the recession in 1967, which hit imports from non-member countries hardest. In the preceding years their growth rate was already constantly lagging behind that of intra-Community trade. In 1967, there was, for the first time, an actual decline, their total level being 2% lower than a year earlier. The share of the Yaoundé countries in this decline was considerable. Their exports to the Community were 18% lower than in the preceding year. Seen against this background, the 7% growth of intra-Community trade in 1967 can still be considered as being substantial. Since 1960,

intra-Community trade has risen by 200%, while imports from non-member countries have gone up by 75%. This constitutes incontrovertible proof that firms have been procuring more and more of their supplies from Community sources and have constituted their product ranges on the basis of what is offered by the European market.

The trend of Community imports was marked by differences from one member country to another. Related to the population of the Member States, imports of consumer goods per head in 1967 were 137 u.a. in the Netherlands, 134 u.a. in Belgium and 68 u.a. in Germany, while the figure for France was 51 u.a. and that for Italy 30 u.a.

TABLE 1

Imports of products for private consumption in 1967

(in million u.a.)

Origin	Germany	France	Italy	Nether-lands	BLEU	Community
Community	2 463	1 304	720	1 241	971	6 699
Non-member countries	1 613	1 234	831	481	357	4 516
of which:						
Associated overseas countries	21	303 <sup>1</sup>	29	11	2	366
Total	4 076	2 538	1 551	1 722	1 328	11 215

Source: SOEC, foreign trade statistics.

<sup>1</sup> Mainly foodstuffs.

From 1960 to 1967, total imports showed the sharpest rise in the Netherlands (increase of 188%); the second highest growth rate (158%) was registered by Italy. In 1967, Italy was the country where growth was most vigorous, while in the other countries it slackened and in Germany there was an actual decline.

Similar differences are discernible in the origin analysis of imports (whether from the Community or from non-member countries). From 1960 to 1967, France was the Community country which stepped up its imports from non-member countries most (325%).

TABLE 2

Growth rates of imports of consumer goods

(reference year = 100)

Origin	Germany		France		Italy		Netherlands		BLEU		Community	
	1960-1967	1966-1967	1960-1967	1966-1967	1960-1967	1966-1967	1960-1967	1966-1967	1960-1967	1966-1967	1960-1967	1966-1967
Community	+168	+1	+325	+15	+271	+20	+209	+ 5	+133	+ 5	+199	+ 7
Non-member countries	+ 74	-7	+ 45	- 7	+102	+10	+144	+ 7	+ 85	+ 5	+ 75	- 2
of which: Associated countries	+132	+5	- 34	-21	+ 70	-22	+10 000	+120	- 55	+50	- 25	-18
	+121	-2	+120	+ 3	+158	+15	+188	+ 5	+118	+ 5	+133	+ 3

As the figures enabling a calculation to be made of the share of imports in retail trade purchases are not available, it is not possible to provide exact information on the import element in overall private consumption of everyday consumer goods. Private consumption of goods (with services being excluded) may serve as a rough guide.

The data on imports for private consumption are difficult to compare, but if the working hypothesis is accepted that gross production of wholesalers and retailers represents 35% of retail sales, the share of imports in private consumption of goods is as set out in Table 3.

TABLE 3

Changes in the share of imports in private consumption of goods from 1960-1967, with purchase prices as basis

Year	(%)					
	Germany	France	Italy	Netherlands	BLEU	Community
1960	10.7	7.3	6.5	24.8	20.9	10.1
1967	15.2	9.9	8.9	32.9	29.0	14.0
	of which manufactured goods of Community origin					
1960	8.1	4.8	8.8	54.5	33.4	11.1
1967	17.0	13.5	13.3	57.0	44.7	20.2

.../...

Manufacturers and dealers believe that imports stimulate competition on a domestic market if their share in consumption moves above a threshold put at about 7-8%. As Table 3 shows, imports have exceeded this level in all member countries. The proportion is appreciably higher for some categories of manufactured products.

The growing importance of intra-Community trade has had the following results:

- (i) Imports from other Community countries have strengthened the position of dealers and more particularly wholesale dealers vis-à-vis native industries in the individual countries. This should constitute an incentive to manufacturers to streamline their operations and should hold down prices.
- (ii) The flow of imports seems to be leading to specialization beyond the frontiers, with markets being allocated among the various countries on the basis of price or quality and producers showing a stronger tendency to work to the customer's specifications or transfer their own production units abroad.
- (iii) Dealers have developed co-operation beyond the frontiers.
- (iv) The effect on prices is appreciable for consumer goods but almost negligible for luxury goods.

Effect by commodity group

In 1967, 45% of total Community imports were foodstuffs and 55% manufactured goods. For manufactured goods, the share of intra-Community trade is 75%. The tariff reductions probably contributed to this high percentage.

Foodstuffs

The rise in incomes, the increase in travel between the Community countries and dealers' sales drives stimulated demand for imported foodstuffs. The constant increase in these imports meant a very wide range of choice for the consumer.

The criticism of the joint market organizations voiced in the past few years by representatives of the distribution trades weakened appreciably. The fact, however, that changes in the target prices are often not announced in good time was considered to place dealers at a disadvantage. Obstacles to trade still existing (for instance, veterinary or health regulations) continued to impede the free movement of goods.

In the meat sector, the rise in beef and veal prices in all the countries boosted demand for pigmeat and poultrymeat. The abundant supply of pigmeat in all countries and increasing imports of this type of meat, particularly in France, together with the rising production of poultry farms - in most cases operating along industrial lines - made it possible to offer the consumer these two types of meat

at prices which were mostly stable if not actually declining. For eggs, too, heavy imports coupled with an expansion of production forced prices down in all Community countries. Particularly heavy trade in cheese enabled consumers in the six countries to choose from a wider range. In Germany, there was for the first time a genuine cheese market, as French and Italian cheeses, previously sold in delicatessen shops only, were being offered in all food shops in a wide variety. Lively trade in chocolate and biscuits brought with it a very wide range of choice for the consumer, which, together with overproduction in some countries, enabled prices to be kept stable or even brought well down, despite rising consumption.

Dealers again confirmed the particularly favourable influence exerted in the fruit and vegetable sector by the joint market organizations and especially the quality standards they enforce. These standards enabled a better comparison to be made of supply from abroad and helped ensure constant quality. Consumers would like to see other quality standards (taste and consistency) added to the standards governing mere external form (size) that have been laid down so far. Imports of fruit and vegetables are as a general rule effected when there is no internal supply, the aim being to offer consumers a continuous supply of fruit and vegetables throughout the year. Seasonal variations apart, there was no significant change in prices.

#### Manufactured goods

The import "growth leaders" were clothing, knitwear, footwear, washing machines, domestic electric appliances and motor-cars.

The general comments made above on the effect of imports on the internal European market hold good for all sectors. Imports affected prices in the following ways:

- (i) There were genuine price reductions (e.g., for washing machines).
- (ii) The range of products was widened, the result being that the price spread widened, particularly for low-priced fashion articles ("democratization" of fashion, e.g., clothing).
- (iii) The rise in internal prices was slowed down.

As has been pointed out before, distribution experts consider that the technical and administrative obstacles still maintained by the Member States in numerous fields (e.g., the differing safety regulations applying to domestic electric appliances) constitute an impediment to the free movement of goods among the six countries.

The studies carried out on the Commission's behalf by the IFO economic research institute provided interesting details on the effects of the Common Market. The main conclusions are set out below.

### Study of the footwear market

Production of footwear developed along differing lines in the various countries. In the Benelux countries and Germany, production of footwear rose slightly between 1958 and 1966. A growing proportion of domestic demand in these countries was met from imports. French and especially Italian producers stepped up appreciably their sales to the other Community countries. Italy's footwear industry in particular made spectacular progress. In 1966, Italy and France were the largest producers of footwear in the Common Market.

There was a tendency for the various member countries to specialize in specific types of footwear and in specific qualities and price categories. The improved division of labour will certainly be reflected in the next few years in production costs and manufacturers' sales prices. Differing production conditions (including know-how) moreover led firms to set up manufacturing subsidiaries in the other member countries. Amalgamation and co-operation agreements are less frequent in the footwear industry than in other industries of the Common Market, doubtless owing to the structure of this industry, which consists in the main of small firms and family workshops. Valuable outlets are, however, available to firms co-operating at both national and international level, as is the case for orders for work carried out to customer specification in an international framework. The development of distribution networks abroad is another important means of adapting to the new marketing conditions in the Common Market.

Since the entry into force of the Common Market, the growing pressure of competition among manufacturers has led to a distinct reduction in manufacturers' sales prices and has also contributed to an improvement in quality, to greater uniformity in fashion and an expansion of the range of products manufactured.

The very substantial tariff cuts (for leather footwear, for instance, in 1958 a cut ranging from 12 to 20% according to country, and on 1 July 1968 complete abolition of intra-Community duties) have appreciably stimulated trade within the Community. From 1958 to 1966, total intra-Community trade in footwear went up by 650%. Apart from tariff cuts, the decisive factors here, particularly in respect of footwear of Italian and French origin, were quality, shape, colour and price.

Independent specialized wholesale trade, which previously played a very minor role in the marketing of footwear, has gained in importance in the Member States (Italy being the only exception to the rule) since the establishment of the Common Market. Its share in footwear trade has gone up mainly as a result of the considerable

emphasis it places on imports, a policy which has enabled it to improve its competitive position in relation to the home footwear industries. It exerts heavy pressure on manufacturers' prices. The purchasing co-operatives of footwear retailers have also strengthened their position on the Community market and have in their turn exerted an influence on manufacturers' sales prices. Independent specialized wholesale trade and retailers' purchasing co-operatives consider co-operation as the best means of adapting to the new conditions of competition in the Common Market. There is, incidentally, already a very high degree of international co-operation among purchasing co-operatives. Today, footwear retailers offer their customers a much wider range of fashion articles, and the price spread has appreciably widened, especially at the cheaper end of the range, because of the success of Italian products. The expansion of imports has, however, not engendered a very sharp increase in competition in retail trade; there has, on the contrary, been a tendency for competition to weaken, with retailers benefiting in terms of prices and profit margins.

Study of the domestic electric appliances market

The First General Report gave a detailed account of the impact of the Common Market on the production of domestic electric appliances. It had been found that, under the influence of a considerable increase in production on the one hand and vigorous rationalization efforts on the other, the advent of the Common Market had entailed an intensification of competition, with lower prices and production costs.

The IFO trade surveys during the year under review confirmed quite generally that the more the Common Market developed the keener was competition at both wholesale and retail level. During the past few years competition and, as a consequence, the downward pressure on prices have increased for refrigerators, washing machines, television sets, radio sets and record players. Wholesale and retail dealers adapted to keener competition through co-operation arrangements, particularly on the procurement side. Other adaptation measures were often taken, for instance in the form of exclusive selling for certain manufacturers or in the form of efforts by dealers to create brands of their own.

It must in this connection be emphasized that in Germany and the Netherlands wholesale trade played a much greater role in the marketing of domestic electric appliances than in other countries, e.g. France and Italy.

As a result of the pressure exerted by competition in the field of domestic electric appliances, radio sets and record players, the retail prices of these products have in the past few years not followed the general upward trend: most of them have either marked time or actually fallen. The prices of a few articles were increased slightly. All in all, purchasers of domestic electric appliances in the Community have over the past ten years benefited appreciably from the impact of the Common Market.

The level of prices for domestic electric appliances nevertheless continues to vary from one country to another. There are considerable differences in the prices charged in the various countries for one and the same product: for example, it pays to buy domestic electric appliances in Germany rather than elsewhere: in France these products often cost 50% more; in Belgium, too, they are much more expensive. The IFO research institute explains these price differences at retail level as follows: "Germany commands a highly rationalized trading system and modern methods and systems of distribution which help keep costs down. There is, moreover, very keen competition among trading firms, particularly among specialized dealers, mail order houses, large department stores, discount houses and self-service shops. The low prices offered by modern firms of these types often determine the general price level for a given product. With the exception of the Netherlands, the trading structure in the other countries is in comparison antiquated. Neither in France's nor in Belgium's retail trade in domestic electric appliances do modern distribution methods as yet play the same role as in Germany. Of late, however, rational selling methods have begun to gain ground. In Italy, the industry manufacturing electric household appliances is still forced to maintain a costly army of agents to prospect the market at retail level. The lack of a functional wholesale trade entails higher costs. Dealers are reluctant to pass on to consumers the cost reductions which the industry achieves through large-scale production and rationalization and which find their practical expression in declining producer prices." Other factors may moreover be operative in this field (for instance, the difference in tax systems), but they are bound to disappear as economic union is being completed.

Comparison of prices in the various member countries

Since 1966, the Statistical Office of the European Communities has, in April and October of each year, carried out a survey of the actual prices of about 250 items in the six Community countries. The survey is to provide a reply to the following question: "How much must a consumer pay if he wants to buy the same product in the six Community countries? Is this amount the same in all countries or do the prices of certain products differ from one country to another?"<sup>1</sup>

The latest figures available (April 1968) show that prices were particularly low for the following products: in Luxembourg for meat; in France for foodstuffs and black-and-white film; in the Netherlands for textiles, household goods and petrol; in Germany for domestic electric appliances, radio sets, motor-cars and petrol; in Italy for washing machines and refrigerators; in Belgium for photographic apparatus and supplies. Prices were, by contrast, comparatively high in Germany for foodstuffs, cleaning products, beauty and

.../...

---

<sup>1</sup> See First General Report (1967), sec. 96.



toilet preparations and pharmaceuticals; in France, for textiles, domestic electric appliances, radio and television sets and petrol; in the Netherlands, for motor-cars and photographic apparatus and supplies; in Italy, for foodstuffs and petrol.

The differences between the country with the lowest and that with the highest prices were sometimes wide. The maximum price difference<sup>1</sup> for the average of the products considered fell from 59% in April 1967 to 54% in April 1968. A comparison of the mean price difference, by contrast, shows that from April 1967 to April 1968 there was no uniform tendency towards price alignment for the different product groups.

If the index 100 is assigned to the country with the lowest price level for the product group considered, the mean price differences in April 1968 for the different product groups are as set out in Table 4.

TABLE 4  
Mean price difference by product group  
(April 1968)

Product group	Germany	France	Italy	Nether-lands	Belgium	Luxembourg
Foodstuffs	110	102	118	102	105	100
Textiles	104	129	112	100	117	117
Household goods	117	115	118	100	108	112
Domestic electric appliances	100	140	115	112	119	115
Radio and television sets	100	151	133	133	141	131
Cleaning products	122	116	115	100	115	108
Paper goods	100	113	107	111	112	110
Photographic apparatus and supplies	110	109	110	111	100	112
Motor-cars	100	118	113	123	111	105
Petrol	100	129	129	100	113	107

Source: Price survey carried out in April 1968 by the Statistical Office of the European Communities.

.../...

<sup>1</sup> See First General Report (1967), sec. 96, footnote p.106.

Price differences for foodstuffs have become smaller for two reasons. Meat prices went up in Luxembourg, where they had been lowest. In Italy, by contrast, where the level had been highest, prices of some products declined, while the increase in others was weaker than in the other countries. Prices in this field therefore moved towards the average. The same was true for textiles and clothing. In the Netherlands, where the price level had been lowest, prices for certain articles increased more than in France, which registered the highest prices. For other articles, the prices charged in France were lower in April 1968 than in April 1967. In domestic electric appliances, price differences widened from April 1967 to April 1968. This is due to the fact that in Germany, the country with the lowest price level, they declined more than in the other countries. For radio and television sets, there were signs of an alignment on the lowest level, since prices fell throughout the Community. As the decline was sharper in France than in Germany, the price difference as between France and Germany was in April 1968 smaller than the 59% registered in April 1967. There was little if any change in the differences in motor-car prices between April 1967 and April 1968. In the Netherlands, motor-cars were still 23% more expensive than in Germany. With regard to petrol prices, price differences narrowed as part of a general levelling up: in the countries where petrol costs most, prices remained unchanged, while there was an increase in the countries where they had been lowest (Germany, Netherlands).

The Commission's efforts to establish the reasons for price differences have so far been confined to the studies made by IFO. The surveys carried out by the consumer organizations, notably on seven consumer articles, have yielded virtually no results. The Commission is, however, determined to establish - using new methods - the reasons for price differences between the six countries of the Community.

-----

NOTE D'INFORMATION

LES EFFETS DU MARCHÉ COMMUN SUR LES CONSOMMATEURS

Extrait du 2ème Rapport général sur les activités des Communautés européennes.

Les travaux de la Commission relatifs aux répercussions du Marché commun sur les consommateurs se situent dans trois domaines.

Les recherches menées les années précédentes sur l'évolution des importations d'environ 300 produits de consommation en 1967 ont été poursuivies. En même temps, la Commission s'est employée, par le truchement de consultations tenues avec des experts gouvernementaux et des représentants du commerce et des consommateurs, à analyser des données qu'elle a rassemblées pour cette année.

Les travaux que la Commission avait confiés à l'Institut de recherches économiques I.F.O. de Munich sur les répercussions du Marché commun dans le domaine des appareils électro ménagers ont été terminés. Cet institut a fait en outre une étude semblable sur le marché de la chaussure.

L'O.S.C.E. a poursuivi l'enquête sur les prix. Une analyse des résultats en avril 1968 donne un aperçu des écarts de prix absolus qui existent pour environ 250 articles de consommation courante entre pays membres.

Les échanges de produits destinés à la consommation privée

Remarques sur l'effet des importations

Les importations de produits destinés à la consommation privée dans la Communauté ont atteint 11,2 milliards U.C. en 1967, contre 10,9 milliards U.C. en 1966, soit un accroissement de 3%. La part du commerce intracommunautaire dans ces importations s'est élevée à 6,7 milliards U.C., soit à 60%. Les 40% restants ont concerné les importations en provenance des pays tiers qui n'ont atteint que 4,5 milliards U.C. Avec 3%, le taux de croissance de l'ensemble des importations a été en 1967 nettement en retrait par rapport à la croissance annuelle moyenne des années 1960-1966 qui s'élevait à environ 15%. Ceci est essentiellement imputable à la récession de l'année 1967. Les importations en provenance des pays tiers ont été particulièrement affectées par cette évolution. Leur taux était les années précédentes déjà constamment inférieur à l'évolution des échanges intracommunautaires. Pour la première fois, leur montant a connu un recul, qui a été de 2% en 1967. La part des pays associés africains et malgache à cette réduction a été importante. Leurs importations sont restées inférieures de 18% aux importations de l'année précédente. Dans cette optique, la croissance de 7% des échanges intracommunautaires en 1967 peut être encore considérée comme importante. Ils avaient

connu depuis 1960 une progression de 200% contre 75% pour les importations en provenance des pays tiers. Ceci prouve de façon évidente que les entreprises commerciales se sont approvisionnées dans une mesure de plus en plus large dans la Communauté, et ont effectué leurs assortiments sur la base de ce qui est offert par le marché européen.

Cette évolution des importations de la Communauté a été marquée par des différences intéressant les divers pays membres. Rapportées à la population des Etats membres, les importations de produits de consommation par habitant se sont élevées en 1967 à 137 U.C. aux Pays-Bas, à 134 U.C. en Belgique et à 68 U.C. en Allemagne. Ce chiffre s'est établi à 51 U.C. pour la France et à 30 U.C. pour l'Italie.

TABLEAU 1

Importations de produits destinés à la consommation privée 1967  
(en millions d'unités de compte)

Provenance	Allemagne (R.F.)	France	Italie	Pays-Bas	U.E.B.L.	Communauté
Communauté	2 463	1 304	720	1 241	971	6 699
Pays tiers	1 613	1 234	831	481	357	4 516
dont :						
Etats associés d'Outre-mer	21	(1) 303	29	11	2	366
Total	4 076	2 538	1 551	1 722	1 328	11 215

Source : Statistiques du commerce extérieur - O.S.C.E.

(1) Essentiellement produits alimentaires

De 1960 à 1967, les importations totales des Pays-Bas ont connu la plus forte croissance (augmentation de 188%), celles de l'Italie viennent en seconde position (accroissement de 158%). En 1967, la croissance par rapport à 1966 a été plus marquée en Italie, alors que les autres pays ont été en retrait et que l'Allemagne a même enregistré une diminution.

Des divergences semblables apparaissent lorsque l'on considère les importations selon leur provenance (Communauté ou pays tiers) (tableau 2). Les importations de la France en provenance de la C.E.E. ont connu de 1960 à 1967 la plus forte progression (accroissement de 325%).

TABLEAU 2

Les taux de croissance des importations pour les biens de consommation

Provenance	Allemagne (R.F.)		France		Italie		Pays-Bas		U.E.B.L.		Communauté	
	1960-1967	1966-1967	1960-1967	1966-1967	1960-1967	1966-1967	1960-1967	1966-1967	1960-1967	1966-1967	1960-1967	1966-1967
Communauté	+168	+ 1	+325	+ 15	+271	+ 20	+209	+ 5	+133	+ 5	+199	+ 7
Pays-tiers	+ 74	- 7	+ 45	- 7	+102	+ 10	+144	+ 7	+ 85	+ 5	+ 75	-
dont :												
Etats associés	+132	+ 5	- 34	- 21	+ 70	- 22	+10000	+120	- 55	+ 50	- 25	- 18
	+121	- 2	+120	+ 3	+158	+ 15	+ 188	+ 5	+118	+ 5	+133	+ 3

Les données permettant de calculer la part des importations dans les achats du commerce de détail n'étant pas disponibles, il n'est pas possible de fournir d'informations précises sur l'importance que représentent les importations pour la consommation globale des ménages en biens de consommation courante. Un ordre de grandeur peut être fourni par la consommation privée de produits (c'est-à-dire sans les services).

Les données relatives aux importations de consommation privée sont difficilement comparables; mais, si l'on admet comme hypothèse de travail que la production brute du commerce de gros et de détail représente 35% du chiffre d'affaires du commerce de détail, la part des importations dans la consommation privée de produits s'établirait comme indiqué au tableau 3.

TABLÉAU 3

Evolution de la part des importations dans la consommation privée de produits sur la base des prix d'achat 1960-1967

Année	Allemagne (R.F.)	France	Italie	Pays-Bas	U.E.B.L.	Communauté
1960	10,7	7,3	6,5	24,8	20,9	10,1
1967	15,2	9,9	8,9	32,9	29,0	14,0
dont : Provenance Communauté - produits manufacturés						
1960	8,1	4,8	8,8	54,5	33,4	11,1
1967	17,0	13,5	13,3	57,0	44,7	20,2

Selon les milieux commerciaux, les importations ont un caractère d'incitation à la concurrence sur le marché intérieur lorsque leur part dans la consommation dépasse un seuil qui se situerait aux alentours de 7-8%. Comme l'indique le tableau 3, les importations ont dépassé ce seuil dans tous les pays. Cette proportion est sensiblement plus élevée pour une partie des produits manufacturés.

L'importance croissante du commerce intracommunautaire a eu les conséquences suivantes :

- Les importations en provenance des pays de la Communauté ont renforcé la position du commerce et plus spécialement du commerce de gros par rapport à l'industrie du pays considéré. Un effet de rationalisation et une pression sur les prix en découleraient pour l'industrie.
- Le courant d'importations tendrait à une spécialisation au delà des frontières, d'une part, à une répartition des marchés entre les différents pays selon les critères de prix ou de qualité et, d'autre part, à un renforcement de la tendance des producteurs à recourir au travail à façon ou à transférer leurs propres unités de production à l'étranger.
- Le commerce a développé sa coopération au delà des frontières.
- L'action sur les prix se manifeste de façon prononcée pour les biens de consommation, de façon à peine sensible pour les produits de luxe.

.../...

### Remarques par groupes de produits

En 1967, 45% de l'ensemble des importations ont porté sur les produits alimentaires, 55% sur les produits manufacturés. Dans le cas des produits manufacturés, la part du commerce intracommunautaire représente environ 75%. Cette forte proportion a probablement été accentuée par le désarmement douanier.

#### Produits alimentaires

La croissance des revenus, l'intensification des voyages dans les pays de la Communauté ainsi que les campagnes de promotion de ventes lancées par le secteur commercial ont stimulé la demande de produits alimentaires importés. L'augmentation constante de ces importations a été à l'origine d'une très large différenciation de l'offre pour le consommateur.

Les critiques exprimées ces dernières années par les représentants du commerce à l'égard des organisations communes de marchés se sont considérablement atténuées. Cependant, la publication souvent tardive des modifications des prix indicatifs a été jugée défavorable au commerce. Les entraves aux échanges encore existantes (par exemple prescriptions vétérinaires ou en matière d'hygiène) ont encore restreint la libre circulation des marchandises.

Dans le secteur de la viande, les prix en hausse de la viande de boeuf dans tous les pays ont produit un effet de substitution en faveur de la viande de porc ou de la volaille. L'abondance de la viande de porc dans tous les pays et des importations croissantes de cette viande, surtout en France, ainsi que la production croissante des fermes avicoles, le plus souvent industrialisées, ont permis d'offrir au consommateur ces deux sortes de viande à des prix le plus souvent stables, voire en baisse. De même pour les oeufs, de fortes importations liées à une extension de la production ont eu pour conséquence une baisse des prix dans tous les pays de la Communauté. Les échanges commerciaux particulièrement intenses ont eu pour effet dans les six pays d'offrir au consommateur une plus large variété de choix en matière de fromages. En Allemagne, on a parlé pour la première fois d'un marché du fromage, les fromages français ou italiens vendus jadis dans les seuls magasins de luxe se trouvant offerts sous forme d'assortiments variés dans tous les magasins d'alimentation. Des actions de promotion des ventes en faveur de "fromage de la Communauté" ont fortement fait progresser la consommation. Des échanges commerciaux actifs dans le domaine du chocolat et de la biscuiterie ont entraîné dans tous les pays une très forte différenciation de l'offre, ce qui, lié à une surproduction dans certains pays, a permis de maintenir la stabilité des prix, ou même une forte baisse de ceux-ci malgré une consommation croissante.

Le commerce confirme à nouveau l'influence particulièrement favorable dans le secteur des fruits et légumes des organisations communes de marchés, c'est-à-dire des normes de qualité. Celles-ci ont eu pour effet de rendre plus comparables les offres en provenance de l'étranger et de garantir des qualités constantes. A côté des purs critères de forme (calibrage) fixés jusqu'ici, on souhaiterait du côté des consommateurs la fixation de critères de qualité (goût et consistance). Les importations de fruits et légumes ont généralement lieu au moment où il n'existe pas d'offre intérieure, de façon à fournir au consommateur un approvisionnement continu de fruits et légumes pendant toute l'année. En dehors des variations saisonnières, les prix n'ont pas changé de façon notable.

## Produits manufacturés

Les produits qui ont le plus bénéficié de l'accroissement des importations sont les vêtements, la bonneterie, les chaussures, les machines à laver, les appareils électroménagers et les automobiles.

Les remarques d'ordre général exposées ci-dessus sur les effets des importations sur le marché intérieur européen sont valables pour tous les secteurs. Les importations ont influé sur les prix de la façon suivante :

- réelles baisses de prix (par exemple machines à laver);
- élargissement de l'assortiment avec la conséquence que l'éventail des prix s'est élargi et cela plus spécialement pour les catégories bon marché d'articles de mode (démocratisation de la mode, par exemple vêtements);
- freinage de la montée des prix intérieurs.

Le commerce considère, comme indiqué, que les entraves techniques et administratives nationales existant encore dans de nombreux domaines (par exemple prescriptions de sécurité différentes pour les appareils électroménagers) constituent des obstacles à la libre circulation des marchandises entre les six pays.

Les études effectuées pour le compte de la Commission par l'Institut de recherches économiques I.F.O. ont fourni des observations intéressantes sur les effets du Marché commun. Leurs conclusions essentielles sont reprises ci-dessous.

### Etude sur la chaussure

La production de chaussures a évolué de façon différente dans les Etats membres du Marché commun. Dans les pays du Benelux et en Allemagne fédérale, la production de chaussures a légèrement augmenté pendant la période 1958-1966. Une part croissante de la demande intérieure y a été couverte par les importations. Les producteurs français, et surtout les producteurs italiens, ont pu augmenter sensiblement leurs ventes dans les autres Etats membres de la Communauté. L'industrie italienne de la chaussure a notamment connu un essor spectaculaire. En 1966, l'Italie et la France étaient les plus gros producteurs de chaussures du Marché commun.

Une tendance à la spécialisation par type de chaussures ainsi que par catégories de qualité et de prix s'est manifestée dans les Etats membres. Cette division croissante du travail aura sans doute des effets favorables sur les coûts de production et les prix de vente des producteurs au cours des prochaines années. En outre, des conditions de production différentes (y compris le know-how) ont incité les entreprises à créer des filiales de production dans les pays partenaires. Les accords de concentration et de coopération sont moins fréquents dans l'industrie de la chaussure que dans les autres secteurs industriels du Marché commun, en raison sans doute de la structure de cette industrie qui se compose essentiellement de petites entreprises et d'ateliers familiaux. Des débouchés intéressants s'ouvrent néanmoins à la coopération tant nationale qu'internationale comme c'est le cas par exemple pour les commandes à façon exécutées dans un cadre international. Par ailleurs, le développement des réseaux de distribution à l'étranger constitue un autre moyen important d'adaptation aux nouvelles conditions de commercialisation dans le Marché commun.

Depuis la mise en vigueur du Marché commun, la pression accrue de la concurrence au niveau de la production a entraîné une nette compression des prix de vente du producteur et a contribué de surcroît à l'amélioration de la qualité, à l'uniformisation de la mode et à l'extension de la gamme des produits.

Le désarmement douanier très important (par exemple, pour les chaussures de cuir, de 12 à 20%, selon les pays, en 1958, et abolition totale des droits intracommunautaires le 1er juillet 1968) a sensiblement stimulé les échanges à l'intérieur de la Communauté. De 1958 à 1966, les importations totales intracommunautaires de chaussures se sont accrues de 650%. Outre l'abaissement des droits d'entrée, la qualité, la forme, la couleur et le prix ont joué un rôle décisif dans cet accroissement notamment pour les chaussures d'origine italienne et française.

Le commerce de gros indépendant spécialisé, qui ne jouait auparavant qu'un rôle médiocre dans la vente des chaussures, a gagné en importance dans les Etats membres. (l'Italie exceptée) depuis la mise en oeuvre du Marché commun. Sa participation dans le commerce des chaussures a surtout augmenté en raison de son activité considérable dans le domaine des importations, ce qui lui a permis d'améliorer sa position concurrentielle vis-à-vis des industries nationales de la chaussure. Il exerce une forte pression sur les prix des producteurs. Les coopératives d'achat du commerce de détail de la chaussure ont également pu développer leur position sur le marché de la Communauté et ont exercé de leur côté une influence sur les prix de vente des producteurs. Le commerce de gros indépendant spécialisé et les coopératives d'achat des détaillants de chaussures voient dans la coopération le meilleur moyen de s'adapter aux nouvelles conditions de la concurrence dans le marché commun. La coopération internationale est d'ailleurs déjà très développée entre les coopératives d'achat. Le commerce de détail de la chaussure présente aujourd'hui au consommateur un assortiment beaucoup plus vaste d'articles de mode, l'éventail des prix s'étant sensiblement élargi vers le bas en raison de l'attrait exercé par l'offre italienne. Le développement des importations n'a cependant pas foncièrement accru la concurrence dans le commerce de détail où elle tend au contraire plutôt à s'atténuer, ce dont les détaillants ont su tirer profit dans la fixation de leurs prix et de leurs marges bénéficiaires.

#### Etude sur les appareils électroménagers

Le "Premier Rapport général des Communautés" a rendu compte en détail des effets du marché commun sur la production des appareils électroménagers.) On avait constaté que sous l'effet d'une augmentation considérable de la production allant de pair avec une rationalisation poussée, le marché commun avait entraîné une intensification de la concurrence, assortie d'une baisse des prix et des coûts de production.

Les enquêtes effectuées par l'IF.O. dans le secteur commercial au cours de l'année de référence ont confirmé d'une manière générale qu'au fur et à mesure du développement du marché commun la concurrence s'intensifiait tant au niveau du commerce de gros qu'au niveau du commerce de détail. Au cours des dernières années, la concurrence et, de ce fait, la pression sur les prix se sont accentuées pour les réfrigérateurs, les machines à laver, les appareils de télévision, les postes de radio et les électrophones. A ces deux stades de la commercialisation, le commerce s'est adapté au renforcement de la concurrence par des mesures de coopération, surtout dans le domaine des achats. D'autres mesures d'adaptation ont souvent été prises, comme par exemple, la vente exclusive pour certains fabricants et la création de marques de commerce.



Il convient de souligner à cet égard que, selon l'enquête citée, le commerce de gros a participé beaucoup plus à la commercialisation des appareils électroménagers dans la République fédérale et aux Pays-Bas que dans d'autres pays, en France et en Italie, par exemple.

En raison de la pression exercée par la concurrence dans le secteur des appareils électroménagers, des postes de radio et des électrophones, les prix de vente au détail de ces produits n'ont pas suivi la hausse générale au cours des dernières années. Les prix de ces appareils ont même baissé pour la plupart ou sont restés très largement stables. De légères hausses sont toutefois intervenues, mais sont restées limitées à quelques articles. Au total, les consommateurs de la Communauté ont, au cours des dix dernières années, bénéficié d'avantages notables en matière de prix dans le secteur électroménager.

Pourtant le niveau des prix des articles électroménagers varie encore d'un pays à l'autre. Des écarts considérables existent entre les prix que le consommateur doit payer dans les différents pays pour le même article. Il est avantageux d'acheter des appareils électroménagers en Allemagne. Par contre, en France leur prix est souvent supérieur de 50% à celui pratiqué en Allemagne, en Belgique la différence est également très grande. L'institut d'études I.F.O. explique ces écarts de prix au niveau du commerce de détail de la façon suivante : "L'Allemagne dispose d'un appareil commercial très rationalisé, des modes et des systèmes de distribution modernes qui empêchent un gonflement des coûts. De plus, la concurrence est très vive entre les entreprises commerciales, notamment entre le commerce spécialisé, les maisons de vente par correspondance, les grands magasins, les magasins de vente au rabais ainsi que les magasins de libre service. Les prix avantageux qu'offrent ces types d'entreprises modernes déterminent souvent le niveau des prix d'un produit. Comparativement, les structures commerciales des autres pays membres, abstraction faite des Pays-Bas, sont désuètes. Ni en France, ni en Belgique, les modes de distribution modernes ne jouent encore le même rôle qu'en Allemagne fédérale au stade du commerce de détail de l'électroménager. Néanmoins, des techniques de vente rationnelles commencent à s'imposer depuis peu. En Italie, l'industrie électroménagère est encore obligée d'entretenir une coûteuse armée de représentants qui font de la prospection au niveau des détaillants. L'absence d'un commerce de gros fonctionnel entraîne une majoration des coûts. Les économies de coûts réalisées par l'industrie grâce à la production en grande série et à la rationalisation, et concrétisées dans des prix à la production en baisse, ne sont répercutées qu'avec réticence par les commerçants sur les prix à la consommation." Il se peut en outre que, dans ce domaine, d'autres facteurs interviennent (comme par exemple la disparité des systèmes fiscaux), mais ils sont appelés à disparaître au fur et à mesure que se réalisera l'union économique.

#### Comparaison des prix entre les pays membres

Depuis 1966, l'Office statistique des Communautés européennes a effectué, en avril et en octobre de chaque année, dans les six pays de la Communauté, un relevé des prix en valeur absolue pour environ 250 articles. Cette enquête a pour objet de répondre à la question suivante : "Quelle est la somme que doit payer un consommateur s'il désire acheter le même produit dans les six pays de la Communauté ? Cette somme est-elle la même dans tous les pays, ou les prix de certains produits diffèrent-ils d'un pays à l'autre" (1)

(1) Premier Rapport général des Communautés n° 96

Il ressort des données disponibles les plus récentes (avril 1968) que les prix étaient particulièrement avantageux pour les produits suivants : au Luxembourg pour la viande; en France pour les produits alimentaires et les pellicules photographiques en noir et blanc; aux Pays-Bas pour les textiles, les articles de ménage et l'essence; en Allemagne pour les appareils électroménagers, les récepteurs de radio, les automobiles et l'essence; en Italie pour les machines à laver et les réfrigérateurs; en Belgique pour les articles de photo. En revanche, les prix étaient relativement élevés en Allemagne pour les produits alimentaires, les produits d'entretien, de beauté et de toilette, ainsi que pour les produits pharmaceutiques; en France pour les textiles, les appareils électroménagers, les récepteurs de radio et de télévision et l'essence; aux Pays-Bas pour les automobiles et les articles de photo; en Italie pour les produits alimentaires et l'essence.

Les écarts de prix entre les deux pays extrêmes étaient quelquefois assez importants. L'écart maximum de prix (1) pour la moyenne des articles considérés est passé de 59% en avril 1967 à 54% en avril 1968. La comparaison de l'écart moyen de prix ne révèle pas, au contraire, de tendance homogène à l'alignement des prix dans les diverses catégories d'articles d'avril 1967 à avril 1968.

Si l'on affecte l'indice 100 au pays dont le niveau de prix est le plus bas pour la catégorie d'articles considérée, l'écart moyen de prix en avril 1968 se présente comme indiqué au tableau 4 pour les diverses catégories.

TABLERAU 4  
Taux moyen de prix par catégorie de produits  
(avril 1968)

Catégorie de produits	Allemagne (R.F.)	France	Italie	Pays-Bas	Belgique	Luxembourg
Produits alimentaires	110	102	118	102	105	100
Textiles	104	129	112	100	117	117
Articles ménagers	117	115	118	100	108	112
Appareils électroménagers	100	140	115	112	119	115
Récepteurs de radio et de télévision	100	151	133	133	141	131
Produits d'entretien	122	116	115	100	115	108
Articles de papeterie	100	113	107	111	112	110
Articles de photo	110	109	110	111	100	112
Automobiles	100	118	113	123	111	105
Essence	100	129	129	100	113	107

Source : Enquête de prix effectuée en avril 1968 par l'O.S.C.E.

Le rapprochement des prix des produits alimentaires résulte d'un double phénomène. Les prix de la viande ont augmenté au Luxembourg, où ils étaient déjà le plus bas. Par contre, en Italie, où les prix étaient les plus élevés, certains articles ont diminué, tandis que l'augmentation d'autres a été plus faible que dans les autres pays. Il s'est produit dans ce secteur un alignement vers un niveau moyen. Dans le textile et l'habillement, l'évolution a été analogue. Aux Pays-Bas, où le niveau de prix était le plus bas, les prix ont davantage augmenté pour certains articles qu'en France, qui connaît les prix les plus élevés. Pour d'autres articles, les prix pratiqués en

(1) Premier Rapport général des Communautés n° 96, note 2

France ont diminué en avril 1968 par rapport à avril 1967. Dans le secteur des appareils électroménagers, les écarts de prix se sont accrus d'avril 1967 à avril 1968. Ceci s'explique par le fait que l'Allemagne, avec le niveau de prix le plus bas, a enregistré un mouvement de baisse plus prononcée que les autres pays. Pour les récepteurs de radio et de télévision, un alignement vers les prix les plus bas s'est dessiné du fait que les prix ont diminué dans tous les pays. Comme la diminution était plus forte en France qu'en Allemagne, l'écart de la France de 59% en avril 1967 s'est réduit en avril 1968. En ce qui concerne les automobiles, l'écart de prix n'a guère varié entre avril 1967 et avril 1968. Aux Pays-Bas, les prix des automobiles étaient toujours supérieurs de 23% aux prix en Allemagne. Quant à l'essence, une réduction de l'écart par alignement vers le prix le plus élevé s'est produite. Dans les pays où l'essence était la plus chère (France, Italie), les prix sont restés stables, tandis qu'ils ont augmenté dans les pays où ils étaient les moins élevés (Allemagne, Pays-Bas).

Les travaux que la Commission a menés jusqu'ici pour déceler les raisons des différences de prix se sont limités aux études entreprises par l'institut de recherches économiques I.F.O. Les enquêtes menées par les organisations de consommateurs, notamment sur sept produits de consommation, n'ont pratiquement conduit à aucun résultat. La Commission est cependant fermement décidée à chercher par de nouvelles voies les raisons des écarts de prix existant entre les six pays de la Communauté.