

**COMMISSION DES COMMUNAUTÉS EUROPÉENNES**

**ETUDE SUR L'ÉVOLUTION  
DE LA CONCENTRATION DANS  
LES INDUSTRIES DES BOISSONS  
ET DES BOISSONS NON ALCOOLISÉES  
EN FRANCE**

**Décembre 1976**

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 agricoles, machines de bureau, machines textiles, matériel pour le génie civil, matériel de levage et de manutention, appareils électroniques – radio, TV, électroacoustique – appareils électrodomestiques, industries alimentaires et boissons).

Les objectifs, les critères et les principaux résultats de ces recherches sont exposés dans le document " Méthodologie de l'analyse de la concentration appliquée à l'étude des secteurs et des marchés " (réf. 8756), septembre 1976.

Le présent volume constitue une partie de la série d'études, mises en place par la Commission ayant pour objet plus particulièrement l'évolution de la concentration et de la concurrence dans les secteurs des boissons et des boissons non alcoolisées en France.

On rappellera également les autres volumes déjà publiés par la Commission, concernant l'évolution de la concentration dans l'industrie des boissons en France :

- Brasseries (n° doc. 8705) ;
- Champagne et mousseux (n° doc. 8752) ;
- Spiritueux (n° doc. 8751).

COMMISSION DES COMMUNAUTÉS EUROPÉENNES

**ETUDE SUR L'ÉVOLUTION  
DE LA CONCENTRATION DANS  
LES INDUSTRIES DES BOISSONS  
ET DES BOISSONS NON ALCOOLISÉES  
EN FRANCE**

par D. Boulet et J.P. Laporte  
INRA — Economie — Montpellier

Manuscrit terminé en décembre 1976

© Copyright CECA – CEE – CEEA, Bruxelles / Luxembourg, 1977  
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.

## 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.



TABLE DE MATIERES

P R E M I E R E P A R T I E

L'évolution de la concentration et de la concurrence dans  
le secteur des boissons en France

PRESENTATION DU SECTEUR . . . . .	13
CHAPITRE I - L'ECONOMIE DES BOISSONS EN FRANCE . . . . .	14
I - DONNEES GENERALES . . . . .	14
II - LES MARCHES . . . . .	15
III - LES PRODUITS . . . . .	18
CHAPITRE II - LES ENTREPRISES ET LA STRUCTURE DU SECTEUR . . . . .	20
I - DONNEES GLOBALES SUR LE SECTEUR . . . . .	20
1. Le potentiel global de production et sa situation par rapport aux IAA . . . . .	20
2. Les principaux sous-secteurs des boissons . . . . .	21
II - REPARTITION DES ENTREPRISES SELON LA TAILLE . . . . .	22
III - LA CONCENTRATION SUIVANT LES SOUS-SECTEURS . . . . .	24
CHAPITRE III - ANALYSE QUANTITATIVE DE LA CONCENTRATION . . . . .	29
I - L'ECHANTILLON DES FIRMES . . . . .	29
II - MESURE DE LA CONCENTRATION . . . . .	30
1. Concentration des structures . . . . .	30
2. Concentration des résultats . . . . .	37
3. Hiérarchie des variables . . . . .	41
III - ANALYSE DYNAMIQUE DE LA CONCENTRATION ET DE LA CONCURRENCE . . . . .	42
1. Analyse sur l'ensemble du secteur . . . . .	42
1.1. La dynamique de la structure . . . . .	43
1.2. La synthèse compensatoire . . . . .	43
2. Analyse au niveau des différents sous-secteurs . . . . .	43

CHAPITRE IV - ANALYSE QUALITATIVE DE LA CONCENTRATION . . . . .	46
I - NECESSITE DE RAISONNER EN TERME DE GROUPE DE DEVELOPPEMENT . . . . .	46
II - LE PROCESSUS DE CONCENTRATION CONCERNE PRINCIPALEMENT LES GROUPE DE DEVELOPPEMENT . . . . .	48
1. Le groupe PERNOD-RICARD . . . . .	48
2. Le groupe BSN-GERVAIS-DANONE . . . . .	50
3. Le groupe MARTINI-ROSSI . . . . .	53
4. Le groupe PERRIER . . . . .	53
5. Le groupe MOET HENNESSY . . . . .	54
III - LES AXES ET LES MODALITES DE LA CONCENTRATION. . . . .	55
1. La concentration par croissance interne . . . . .	55
2. La concentration par croissance externe . . . . .	55
2.1. La concentration horizontale . . . . .	55
2.2. La concentration par diversification des activités . . . . .	56
2.3. Intégration verticale . . . . .	56
3. Internationalisation du capital . . . . .	57
3.1. Les investissements étrangers en France . . . . .	57
3.2. Les investissements français à l'étranger . . . . .	59
IV - LES PERFORMANCES DES ENTREPRISES . . . . .	59
1. Le taux de valeur ajoutée par rapport au chiffre d'affaires . . . . .	60
2. Ratios de résultat . . . . .	60
3. Conclusion . . . . .	64
 CONCLUSION . . . . .	 65
 ANNEXES . . . . .	 67
 Annexe 1 : Données d'ensemble (tableau I à VII) . . . . .	 69
 Annexe 2 : Organigrammes financiers des 5 premiers groupes de développement . . . . .	 79
 Annexe 3 : Méthodologie de l'analyse économétrique de la concentration . . . . .	 87
 Annexe 4 : Tableaux de concentration . . . . .	 105

D E U X I E M E P A R T I E

L'évolution de la concentration et de la concurrence dans  
le secteur des boissons non alcoolisées en France

A. <u>ETUDE GENERALE DU SECTEUR</u> . . . . .	151
CHAPITRE PRELIMINAIRE - PRESENTATION DU SECTEUR . . . . .	153
CHAPITRE I - LES PRODUITS . . . . .	155
I - DEFINITION . . . . .	155
1. Eaux de boisson . . . . .	156
a) eau de source . . . . .	156
b) eau minérale . . . . .	156
c) eau minérale artificielle . . . . .	156
2. Boissons gazeuses . . . . .	157
a) les limonades . . . . .	157
b) les sodas . . . . .	157
c) les colas . . . . .	157
d) les tonics et les bitters . . . . .	157
3. Les sirops . . . . .	157
4. Les jus de fruits, jus de légumes, nectars . . . . .	158
a) les jus de fruits . . . . .	158
b) jus gazéifiés . . . . .	158
c) jus reconstitués . . . . .	158
d) pétillants de raisin . . . . .	159
e) nectars de fruits . . . . .	159
5. Boissons aux fruits . . . . .	159
II - PRESCRIPTIONS D'ORDRE GENERAL CONCERNANT LES BOISSONS SANS ALCOOL . . . . .	159
III - LA TECHNOLOGIE . . . . .	160
1. La technologie des produits . . . . .	160
2. La technologie du conditionnement . . . . .	161
a) les matériaux d'emballage . . . . .	161
b) les volumes de conditionnement . . . . .	163
CHAPITRE II - LES MARCHES . . . . .	164
I - LES EAUX MINERALES . . . . .	164
A. L'OFFRE . . . . .	164
1. L'offre intérieure . . . . .	164
2. Les importations . . . . .	166

B. LA DEMANDE . . . . .	168
1. La demande intérieure . . . . .	168
a) évolution de la consommation individuelle . . . . .	168
b) répartition de la consommation individuelle selon quelques critères socio-économiques . . . . .	170
c) les principaux facteurs d'évolution de la consommation des eaux minérales . . . . .	171
2. La demande externe . . . . .	175
II - JUS DE FRUITS, NECTARS ET BOISSONS AUX FRUITS . . . . .	177
A. LES JUS DE FRUITS . . . . .	177
1. Remarques méthodologiques . . . . .	177
2. Le bilan du marché . . . . .	177
- l'offre intérieure . . . . .	177
- les importations . . . . .	179
- la demande sur le marché intérieur . . . . .	179
- les exportations . . . . .	181
- le bilan du commerce extérieur . . . . .	181
3. Le marché des concentrés de jus de fruits . . . . .	181
B. LES NECTARS DE FRUITS . . . . .	183
C. LES BOISSONS AUX FRUITS . . . . .	183
D. LES CONDITIONS D'EVOLUTION DU MARCHE DES JUS DE FRUITS, DES NECTARS ET DES BOISSONS FRUITEES . . . . .	185
III - LES SOFT DRINKS : LIMONADES, SODAS, BITTERS, TONICS, COLAS, SIROPS . . . . .	186
1. Le marché intérieur . . . . .	186
2. Le commerce extérieur . . . . .	190
IV - DONNEES GLOBALES SUR LES BOISSONS NON ALCOOLISEES . . . . .	191
A. EN VOLUME . . . . .	191
1. Place des boissons non alcoolisées dans l'ensemble des boissons . . . . .	191
2. Evolution du marché par groupes de produits . . . . .	195
B. LES FLUX EN VALEUR . . . . .	195
1. Place des boissons non alcoolisées dans l'ensemble des boissons . . . . .	195
2. Evolution du marché par groupes de produits . . . . .	196
3. Le commerce extérieur . . . . .	197
C. LES FACTEURS D'EVOLUTION DE LA CONSOMMATION DES BOISSONS NON ALCOOLISEES . . . . .	199
1. Les facteurs rationnels . . . . .	199
2. Les facteurs irrationnels . . . . .	200
a) les facteurs irrationnels d'ordre affectif . . . . .	200
b) les facteurs irrationnels d'ordre symbolique . . . . .	201

CHAPITRE III - LES PRIX . . . . .	202
I - L'EVOLUTION DES PRIX DES BOISSONS NON ALCOOLISEES . . . . .	202
II - LA STRUCTURE DES PRIX ET LA REMUNERATION DES ENTREPRISES . . . . .	204
1. Marges commerciales sur les boissons non alcoolisées . . . . .	204
2. La structure du prix des eaux minérales . . . . .	210
CHAPITRE IV - LES ENTREPRISES ET LA STRUCTURE DU SECTEUR . . . . .	211
I - CHAMP D'ANALYSE . . . . .	211
II - PLACE DES BOISSONS NON ALCOOLISEES DANS L'ENSEMBLE DES BOISSONS ET DANS LES IAA . . . . .	212
1. Le secteur . . . . .	212
2. La branche . . . . .	215
III - REPARTITION DES ENTREPRISES SELON LA TAILLE . . . . .	216
B. <u>ANALYSE DE LA CONCENTRATION ET DE LA CONCURRENCE</u> . . . . .	219
CHAPITRE V - ANALYSE QUANTITATIVE DE LA CONCENTRATION . . . . .	221
I - L'ECHANTILLON DES FIRMES . . . . .	221
II - MESURE DE LA CONCENTRATION : LES COURBES STRUCTURELLES DE LINDA . . . . .	223
A. LA MESURE DE LA CONCENTRATION . . . . .	223
1. La concentration des structures . . . . .	223
2. La concentration des résultats . . . . .	230
3. La hiérarchie des variables . . . . .	230
B. ANALYSE DYNAMIQUE DE LA CONCENTRATION ET DE LA CONCURRENCE : L'EVOLUTION DE LA SYNTHESE COMPENSATOIRE . . . . .	234
CHAPITRE VI - ANALYSE QUALITATIVE DE LA CONCENTRATION . . . . .	236
I - LA DYNAMIQUE DES ENTREPRISES ET LA CONSTITUTION DES "GROUPES DE DEVELOPPEMENT" . . . . .	236
1. Le groupe PERRIER . . . . .	236
2. Le groupe BSN . . . . .	240
3. Le groupe NESTLE . . . . .	242
4. Le groupe PERNOD-RICARD . . . . .	245
II - LA LOGIQUE FONDAMENTALE D'EVOLUTION DES ENTREPRISES DU SECTEUR	248
CONCLUSION . . . . .	251
ANNEXES : Tableaux I à X et Tableaux de concentration . . . . .	253



P R E M I E R E   P A R T I E

L'évolution de la concentration et de la concurrence dans  
le secteur des boissons en France



### PRESENTATION DU SECTEUR

Le secteur des boissons que nous prenons en compte dans cette étude de synthèse regroupe les sous secteurs suivants :

- le sous secteur des champagnes et mousseux
- le sous secteur des spiritueux
- le sous secteur de la brasserie
- le sous secteur des boissons non alcoolisées (non compris le lait, le thé, le café, la chicorée, et les infusions).

Chacun de ces sous secteurs a été présenté et analysé en détail dans les rapports spécialisés. C'est la raison pour laquelle nous n'aborderons pas de façon systématique l'étude des caractéristiques des produits et des marchés traités dans chacun de ces rapports.

Dans la présente étude ne figurent pas les vins autres que les champagnes et mousseux bien qu'ils restent les principales boissons alcoolisées consommées en France (environ 60 % des achats de boissons alcoolisées en valeurs). En effet, selon les conventions de la comptabilité nationale le secteur de la transformation et de la distribution des vins ne fait pas partie des Industries Agricoles et Alimentaires (seule y figure l'activité de champagnisation) et n'a donc pu être intégré dans le champ de l'étude pour des raisons méthodologiques.

Ce rapport sera centré sur l'analyse de la concentration et de la concurrence au sein du secteur des boissons et de leur évolution, selon la méthodologie utilisée dans les rapports sectoriels et figurant en annexes.

Un tel travail doit permettre de situer le secteur des boissons dans l'ensemble des Industries Agricoles et Alimentaires (IAA), et de saisir son évolution structurelle en prenant en compte la dynamique des entreprises et des marchés.

## CHAPITRE I : L'ECONOMIE DES BOISSONS EN FRANCE

### I - DONNEES GENERALES

Il est de plus en plus communément admis que la compréhension des transformations affectant l'agriculture française (et plus généralement celles des pays industriels avancés) passe par la connaissance de la dynamique du secteur des Industries Agricoles et Alimentaires (IAA).

En effet la branche agriculture vend 45 % de sa production aux I.A.A. et réciproquement 79 % des approvisionnements des industries alimentaires sont assurés par l'agriculture.

Pour beaucoup de chercheurs, le processus d'asservissement de l'agriculture à la logique capitaliste passe principalement (mais non exclusivement) par le biais des IAA.

Dans l'ensemble de l'économie agro-alimentaire, le secteur des boissons a, à plusieurs égards un statut original et important :

- Représentant en 1972, 15 % du chiffre d'affaires des IAA, le secteur des boissons y occupe une place grandissante en raison d'un taux de croissance plus élevé que l'ensemble des IAA.

- Cette évolution ne recouvre, en fait, qu'une partie de la réalité de l'économie des boissons puisque la principale boisson en France (le vin), n'est pas comptabilisée dans les IAA, mais dans le commerce (cf présentation du secteur).

- Si l'on considère donc l'ensemble du secteur des boissons, les deux faits marquants des 20 dernières années, sont :

- d'une part la substitution tendancielle de boissons industrielles ou semi-industrielles (spiritueux, eaux minérales, soft drinks, bière) aux boissons agricoles (vin, cidre).

- d'autre part la régression des boissons moyennement alcoolisées (vin, cidre) au profit soit de boissons très alcoolisées (spiritueux), soit de boissons faiblement alcoolisées (bière) ou non alcoolisées (eaux minérales, soft drinks).

- Compte tenu de cette double mutation on constate que la stratégie des firmes du secteur s'oriente plus vers les boissons de loisirs que vers les boissons d'accompagnement du repas.

De ce point de vue le secteur des boissons peut être un indicateur de l'évolution du comportement alimentaire du consommateur, et plus généralement de l'évolution de son mode de vie.

- Le processus de concentration des entreprises est très intense, et son étude sur la période 1968-1975 permet d'en dégager la logique.

## II - LES MARCHES

### Le marché français :

Le tableau 1 retrace l'évolution des achats de boissons par les ménages pour la consommation à domicile (les consommations hors domicile : cafés, restaurants, cantines, sont difficiles à connaître et à mesurer, car dans les prix sont incorporés des services, ce qui fausse les comparaisons).

On retiendra les observations suivantes :

- en Francs constants, le marché des boissons, qui représente environ 15 % de l'ensemble des dépenses d'alimentation, a connu une croissance de 55 % soit un taux annuel moyen de 3,7 %.

- la part des boissons non alcoolisées est passée de 7,3 à 13,4 % alors que dans le même temps le vin régressait de 69,5 à 53,8 %.

- la croissance du marché des spiritueux est la plus forte, avec un taux global de 170 % (11 % par an en moyenne). Ils représentent en 1973, un quart de l'ensemble des dépenses de boissons, alors que le vin de table ne représente plus qu'un tiers (les vins de qualité par contre passent de 15,4 à 21 %).

En volume (cf tableau 2) les achats annuels de boissons par personne sont passés de 225 litres en 1960 à 234 litres en 1970 (les prévisions 1980 sont de 287 litres). Il paraît incontestable que ce développement se fait au détriment de l'eau du robinet. Une preuve indirecte en est fournie par le fait que les boissons non alcoolisées sont passées au cours de la même période de 31 litres à 61 litres (prévisions 1980 : 120 litres).

On constate par ailleurs que la consommation annuelle d'alcool par tête est légèrement décroissante, passant de 25 litres d'A.P. en 1957 à 22 litres en 1973. Cette baisse se fait d'ailleurs surtout au détriment de l'auto-consommation (vin, cidre) qui ne représente plus que 15 % en 1973 contre 21,4 en 1957).

La combinaison de ces diverses tendances permet de résumer les principaux traits de la dynamique du marché des boissons en France :

1. Forte croissance de la consommation marchande de boissons au détriment de l'eau du robinet

2. Régression en volume et en valeur des boissons traditionnelles d'accompagnement du repas : vin ordinaire et cidre (il en est de même pour la bière de table qui est remplacée par la bière de luxe)

3. Très forte croissance en volume des boissons non alcoolisées, et moindre en valeur

4. Très forte progression en valeur, des achats de boissons fortement alcoolisées (spiritueux, champagne vins A.O.C.)

TABLEAU 1

Evolution de la structure de la consommation de boisson en France

(Achats des ménages pour la consommation à domicile)

Coefficients budgétaires et Francs constants 1972

Unité : millions de F

	1959	1965	1973	Variation 1959-73 base 100 en 1959
Vin dont (vin de table)	69,5 (54,1)	63,5 (43,5)	53,8 (32,7)	120 (94)
Spiritueux	14,3	19,4	24,8	270
Bière	6,8	6,2	7,0	158
Cidre	1,9	1,3	1,0	79
<hr/> Total boissons alcoolisées	<hr/> 92,7	<hr/> 90,4	<hr/> 86,6	<hr/> 145
Eaux minérales	5,3	6,1	8,9	260
Soft drinks	2,0	3,5	4,5	351
<hr/> Total boissons n.a.	<hr/> 7,3	<hr/> 9,6	<hr/> 13,4	<hr/> 286
%	100	100	100	
Total boissons valeur	13 335	15 700	20 695	155
Total alimentation	87 737	116 050	146 136	166
Part des boissons dans l'alimentation %	15,2	13,5	14,2	

TABLEAU 2

Evolution de la structure de la consommation commercialisée de boissons en France

Données en volume

(consommation annuelle par personne)

unités : l

	1960		1966		1973		Evolution 1960-73 base 100 = 1960	
	cons/ tête	%	cons/ tête	%	cons/ tête	%	volume global	volume/ tête
	<u>Boissons alcoolisées (AP) (1)</u>	19,3	100	19,5	100	19,0	100	114
Vins	15,3	79,5	14,4	74,7	12,8	67,7	99	84
vins de table	14,0		12,7		11,1		94	79
vins d'appellation	1,3		1,7		1,7		152	131
Bière	2,2	9,8	2,6	13,1	3,0	15,8	161	136
Cidre	0,3	1,8	0,2	1,2	0,2	0,8	66	67
Spiritueux	1,5	8,9	2,2	11,0	3,0	15,7	226	200
dont								
apéritif base de								
vin	0,3		0,4		0,4		170	133
d'alcool	0,4		0,9		1,5		402	275
eaux de vie	0,75		0,7		0,8		129	107
liqueurs	0,06		0,15		0,23		473	383
<u>Boissons non alcoolisées</u>	30,6	100	47,0	100	84,4	100	313	276
eaux minérales	20,3	66,3	30,5	64,9	55,5	65,8	310	273
soft Drinks	9,5	31,0	14,4	30,6	27,1	32,1	322	285
jus de fruits	0,8	2,6	2,1	4,5	1,8	2,1	254	225

(1) consommation par tête des personnes de plus de 14 ans (pour les boissons alcoolisées seulement).

Les échanges extérieurs :

La structuration du commerce extérieur des boissons est indiquée ci-dessous :

IMPORTANCE DES ECHANGES EXTERIEURS (1974) PAR  
RAPPORT AU CHIFFRE D'AFFAIRES DES SECTEURS

Exportations	Faibles 10 %	Moyennes 10 à 20 %	Elevées 20 à 40 %	Très élevées > 40 %
Importations				
Faibles 10 %	Eaux minérales Apéritifs à base de vin. Bière. Soft drinks. Bois- sons non alcoolisées		Spiritueux vins A.O.C.	Champagne- Mousseux
Moyennes 10 à 20 %	Vins de table			eaux de vie
Elevées		Jus de fruits		

La variable "extérieur" est un élément important de la dynamique du secteur et de la stratégie des firmes.

III - LES PRODUITS

La classification réglementaire des produits présente l'avantage de fournir une définition stricte des secteurs d'activité et de faciliter les raccordements entre données de firmes et Comptabilité Nationale.

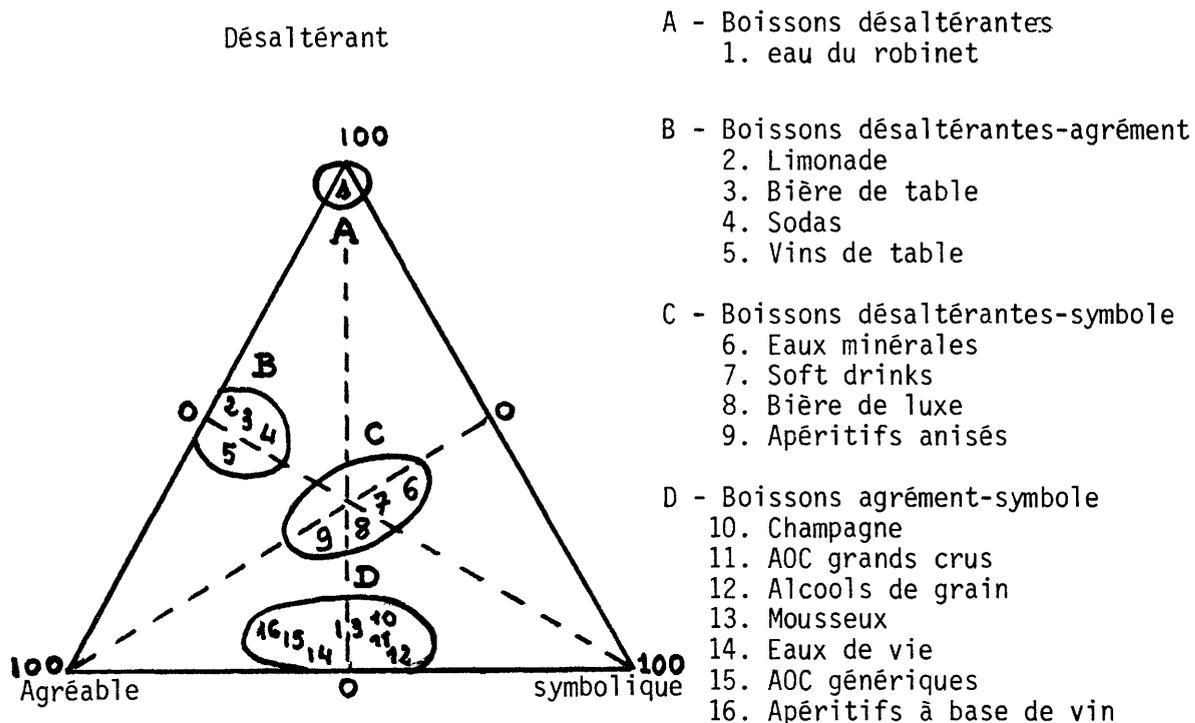
Mais pour la recherche des lois d'évolution de la sphère agro-alimentaire dans le cadre de la logique capitaliste il convient de considérer les boissons comme des marchandises dont la valeur d'usage (utilisé pour le consommateur) n'est que le médiateur pour réaliser la valeur d'échange (vente et réalisation du profit).

De ce point de vue et compte tenu des observations concernant les modifications récentes de la structure des marchés des boissons, il est intéressant de classer celles-ci en fonction des trois composantes de la valeur d'usage :

- fonction physiologique : désaltérer

- fonction organoleptique : être agréable
- fonction psycho-sociologique : avoir une valeur de signe

Selon l'influence qu'exercent ces trois fonctions dans le choix du consommateur (influence consciente ou inconsciente, que l'on ne peut quantifier, mais que l'on peut cerner par une batterie d'indices et notamment le contenu des messages publicitaires) on peut répartir les diverses boissons dans un diagramme triangulaire.



Cette approche du concept de boisson permet de mettre en relation les groupes de produits ainsi définis, et la dynamique des marchés.

La possibilité pour les firmes de maîtriser tout ou partie des trois fonctions définissant la valeur d'usage sera à la base, à la fois de leur stratégie de croissance et d'innovation sur les produits.

CHAPITRE II : LES ENTREPRISES ET LA STRUCTURE DU SECTEUR

Dans ce chapitre il s'agit, d'abord de caractériser le potentiel de production du secteur, en le situant dans l'ensemble des IAA, puis de tenter une première esquisse de mesure de la concentration et de son évolution par l'étude de la structure du secteur.

Nous nous attacherons à souligner la diversité de ces évolutions en fonction des différents sous-secteurs.

I - DONNEES GLOBALES SUR LE SECTEUR

1 - Le potentiel global de production et sa situation par rapport aux IAA

L'évolution du potentiel de production, et sa situation par rapport aux IAA, sont résumés dans le tableau ci-après.

Source : SCEES - Enquête directe

Variables	années							Variation 1968-70
	1968	1969	1970	1971	1972	1973 (2)	1974 (2)	
Nombre d'entreprises (1)	529	508	490	488	483	477	454	86
% IAA	10,6	10	10,3	10,4	10,7	11,3	11,1	
CA secteur (TTC10 <sup>6</sup> F)	7786	9117	10725	13349	15222	16823	17350	223
% variation annuelle	-	+17	+17,6	+24,5	+14	+10,5	+3,1	
% IAA	12,3	13,9	14	15,1	15,8	14,4	12,4	
Nombre de salariés	56239	57947	58526	60644	60546	58399	56517	100
% IAA	15,6	15,7	14,9	14,6	15,8	14,4	14,3	
CA moyen par entreprise								
Boissons(10 <sup>6</sup> F)	14,7	17,9	21,9	27,4	31,5	35,2	38,2	260
IAA	12,7	15,1	16	18,9	21,5	27,5	33,7	265
CA moyen boissons CA moyen IAA	1,16	1,19	1,37	1,45	1,47	1,28	1,13	
Nombre moyen de salariés par entreprise								
Boissons	106	114	119	124	125	122	124	117
IAA	73	76	82	86	85	90	95	130

- (1) Nous considérons comme une entreprise unique tout groupe d'entreprises à raisons sociales distinctes rattachées à un même centre de décision.  
(2) Résultats provisoires et estimations

. Le nombre d'entreprises (entreprises de plus de 5 salariés permanents) ou de groupes d'entreprises décroît sensiblement sur la période ( - 4 %). La disparition de firmes se fait sensiblement au même rythme que dans les IAA, la part secteur boissons dans l'ensemble des IAA restant voisine sur la période de 10 - 11 %.

.. Le nombre de salariés après une croissance assez forte entre 1968 et 1971 (+ 8 % sur la période) se stabilise aux environs de 60 000, puis décroît pour retomber au niveau de 1968. Cette baisse récente est due à une baisse des effectifs dans les sous secteurs de la brasserie et des eaux minérales. Globalement, l'évolution du nombre des salariés du secteur suit celle de l'ensemble des IAA, soit environ 15 % des 380 000 à 400 000 salariés que comptent les IAA sur la période 1969-74.

... La croissance du chiffre d'affaires est soutenue jusqu'en 1973 (entre 10, 5 et 24, 5 % d'augmentation annuelle). Ce taux de croissance étant supérieur à celui des IAA (sauf en 1973 et 1974) la part des boissons dans celles-ci s'est régulièrement accrue de 1968 à 1972, année pour laquelle elle atteint 15,8 %; il s'agit donc d'un secteur en expansion rapide qui reste néanmoins sensible à la conjoncture économique comme l'indiquent les résultats de 1973 et surtout 1974 (en tous cas pour certains sous secteurs).

Cette forte augmentation du chiffre d'affaires sur la période 1968-73 (+ 116 %) associée à une faible croissance du personnel salarié (+ 4 %) dénote un accroissement important de la productivité apparente du travail en valeur. En fait, les gains de productivité réelle, en volume, sont plus faibles et vraisemblablement très variables selon les secteurs en raison de la hausse des prix. La simple hausse générale des prix (inflation) ramène la hausse réelle au chiffre d'affaires global du secteur (en francs constants) à 55 % (au lieu de 123 %).

.... L'évolution du chiffre d'affaires moyen par entreprise confirme la tendance à la concentration du secteur observée à travers la diminution du nombre des entreprises.

## 2- Les principaux sous secteurs des boissons

Le tableau ci après présente la ventilation des principales variables structurelles entre les différents sous secteurs des boissons.

% de variables	1968			1974		
	Nbre entreprises	CA	salariés	Nbre entreprises	CA	Salariés
Sous secteurs						
Champagnes et mousseux	20,6	13,8	15	27,5	13,7	16,1
Alcools de bouche	18,5	12,9	8,6	19,8	18,4	10,6
Apéritifs et liqueurs	15,9	30,9	18,8	14,8	28,5	18
Bière	16,7	21,7	32	9,7	19,1	27,7
Boissons non alcoolisées	28,9	20,7	25,6	28,2	20,3	27,6
Boissons	100	100	100	100	100	100

On note :

. une inégale importance des différents sous secteurs quelle que soit la variable prise en compte

.. pour un même sous secteur sa part relative varie pour une même année, selon la variable, ce qui signifie compte tenu des variables prises en compte (nombre d'entreprises, chiffre d'affaires, nombre de salariés) que la concentration et la productivité apparente du travail sont variables (cf supra).

... Durant la période 1968-74 on note une évolution de la part relative de chacun des sous secteurs, ce qui traduit des taux de croissance différents en fonction des marchés.

#### EVOLUTION DU CHIFFRE D'AFFAIRES GLOBAL DES SOUS SECTEURS

	Indice 1974 base 100 : 1968	Accroissement annuel moyen
Alcools de bouche	304	+ 34 %
Champagnes et mousseux	221	+ 20 %
Boissons non alcoolisées	218	+ 20 %
Apéritifs et liqueurs	206	+ 17 %
Brasserie	163	+ 10, 5 %

Ces modifications relatives de la structure productive du secteur ont nécessité des changements au sein de l'appareil de production de chacun des sous secteurs qui ont affecté l'état initial de la concentration.

#### II - REPARTITION DES ENTREPRISES SELON LA TAILLE

Le tableau 3 permet de comparer la répartition des entreprises (ou groupes d'entreprises) par tranches de dimension (exprimées en nombre de salariés) entre 1968 et 1972 et apporte ainsi quelques données caractéristiques du processus de concentration en cours.

L'évolution du nombre d'entreprises par tranche de dimension n'apporte pas d'information très importante sur ce processus. On note néanmoins un renforcement des structures artisanales (6 à 9 salariés) qui passent en valeur relative de 13, 2 % à 17, 6 % (de 70 à 85 entreprises en valeur absolue) et des entreprises moyennes (50 à 99 salariés) qui passent de 11, 9 % à 15, 7 % (de 63 à 76 entreprises).



Pour ce qui concerne les grandes entreprises ou groupes (  $\geq$  à 1 000 salariés) leur importance s'accroît légèrement en valeur relative mais se maintient à 9 firmes en valeur absolue.

.. Par contre l'évolution de la distribution des salariés et du chiffre d'affaires permet de caractériser beaucoup plus nettement le processus de concentration.

On note, en effet, pour ces variables, un renforcement quasi exclusif (en particulier pour le chiffre d'affaires) de la part des grandes entreprises et groupes de plus de 1 000 salariés. Celle-ci est passée de 38, 2 à 46, 2 % pour le chiffre d'affaires et de 34, 4 à 44, 5 % pour les salariés.

C'est ainsi que 9 firmes, soit moins de 2 % de l'ensemble des entreprises du secteur traitent près de 50 % de l'activité. L'oligopolisation du secteur déjà marquée en 1968 s'est accentuée jusqu'en 1972. Les tendances encore observées récemment accentuent le processus.

... L'évolution du chiffre d'affaires moyen fait apparaître les taux de croissance les plus élevés pour le groupe des très grandes entreprises et pour le groupe des entreprises moyennes ayant entre 200 et 500 salariés, voire petites (moins de 50 salariés).

Dans le premier cas il révèle la constitution d'entreprises et de groupes de plus en plus puissants par croissance interne mais aussi externe ( fusions, absorptions prises de participation).

Dans le second cas il résulte du renforcement de ces structures intermédiaires dans les secteurs en pleine expansion (boissons non alcoolisées, alcools de bouche, champagne).

.... L'observation du chiffre d'affaires moyen par salarié, qui mesure la productivité apparente du travail, montre sous les réserves exprimées précédemment, que la meilleure productivité est obtenue par les unités situées aux extrêmes du point de vue de leur dimension (unités artisanales et grandes firmes). En 1972 la structure intermédiaire de 200 à 499 salariés a obtenu des gains de productivité importants.

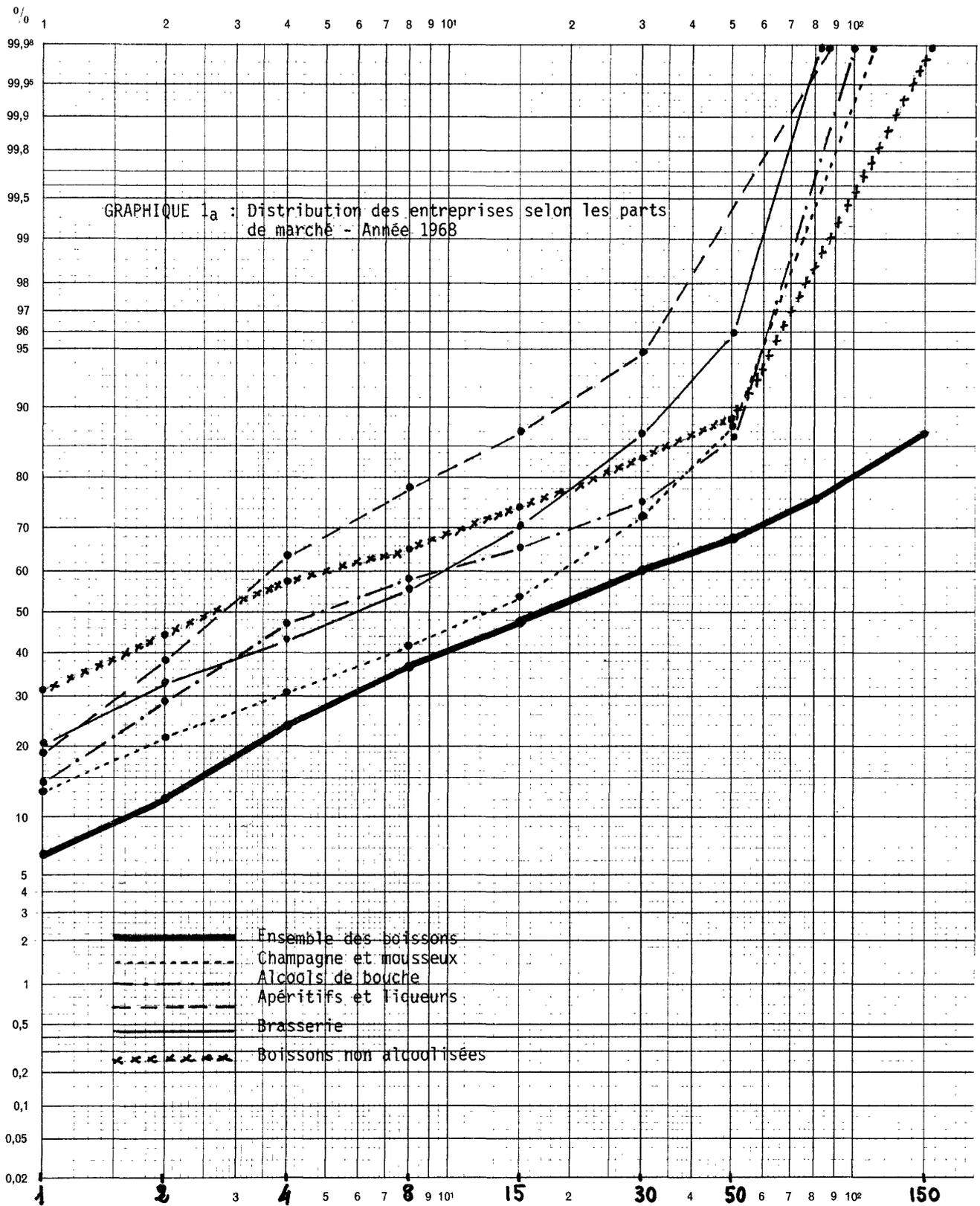
Toutes ces évolutions globales relèvent souvent d'évolutions non homogènes voire divergeantes, suivant les sous secteurs.

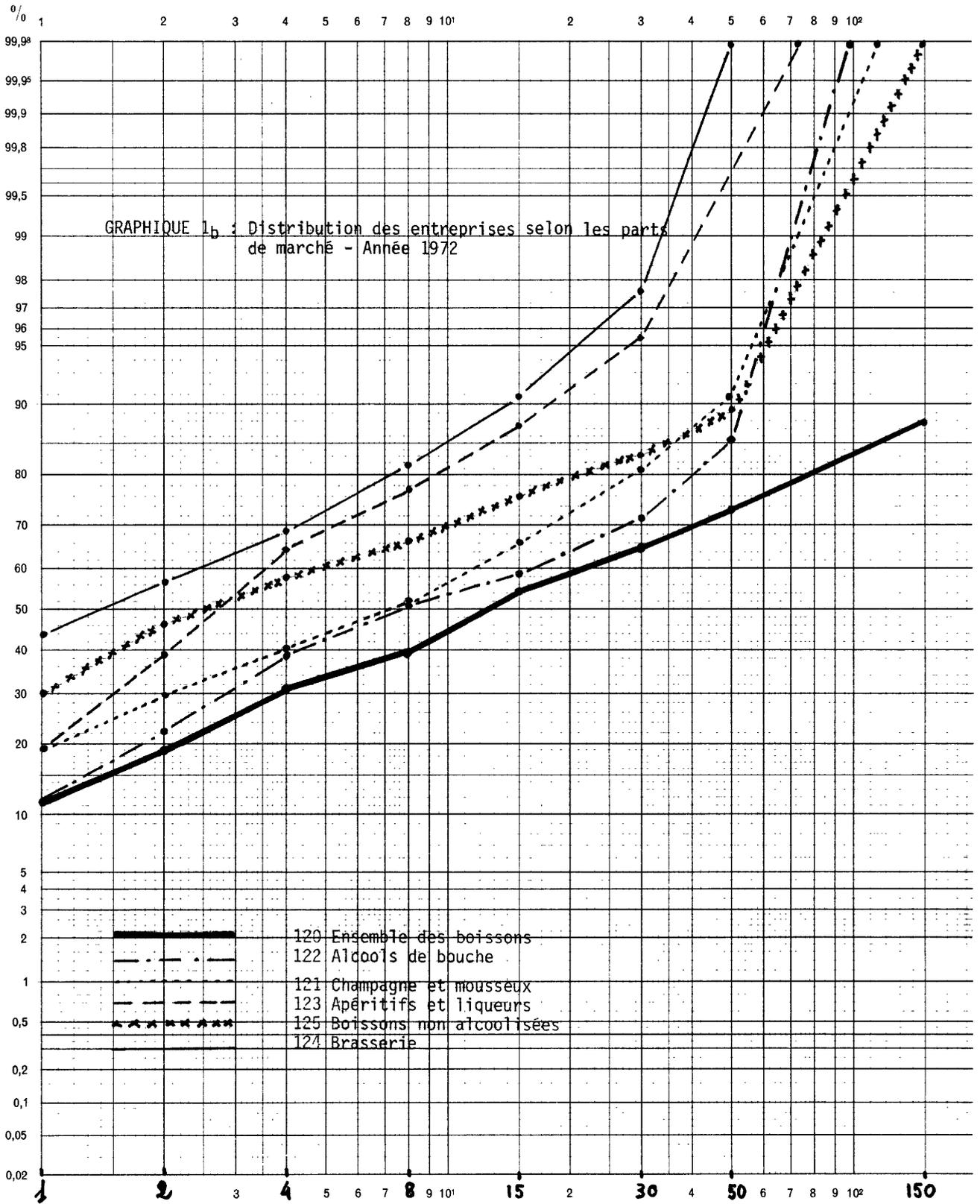
Les graphiques 1a et 1b permettent de suivre l'évolution différentielle de chacun des sous secteurs.

### III - LA CONCENTRATION SUIVANT LES SOUS-SECTEURS

Les courbes du graphique 1 nous permettent une comparaison de la concentration relative (exprime la répartition des forces à l'intérieur d'un ensemble donné) entre les divers sous-secteurs à deux époques différentes.

Si on considère la part des quatre premières entreprises de chacun des sous-secteurs on constate la hiérarchie suivante dans la concentration des secteurs en 1968 et 1974 :





Rang	1968		1974	
	Sous secteurs	Part des 4	Sous secteurs	Part des 4
1	Apéritifs et liqueurs	64 %	Apéritifs et liqueurs	77,5 %
2	Boissons non alcoolisées	58	Bière	63,2
3	Alcools de bouche	47	Boissons non alcoolisées	59,6
4	Bière	44	Champagnes et mousseux	42,5
5	Champagnes et mousseux	31	Alcools de bouche	38,4

De plus, sur la période 1968-1974, on note une évolution différentielle de la part des 4 premières entreprises dans leurs secteurs respectifs et donc de la concentration relative.

Les secteurs des Apéritifs et Liqueurs, de la brasserie, des champagnes et mousseux, se sont fortement concentrés, celui des boissons non alcoolisées s'est maintenu, alors que celui des alcools de bouche s'est au contraire déconcentré (c'est à dire que la croissance des 4 premières firmes est inférieure à celle du secteur).

Le degré de concentration des secteurs paraît lié à la dimension du marché intérieur et au degré d'indépendance du secteur par rapport aux fournisseurs de matière première.

Il ne semble pas que la dimension du marché extérieur soit un facteur de concentration. D'ailleurs les secteurs les plus fortement exportateurs (alcools de bouche, champagnes et mousseux) sont les moins concentrés. Les marchés d'exportation ne sont pas suffisamment stables pour asseoir les entreprises de très grande dimension. Il faut noter aussi que ces deux secteurs ne sont pas totalement affranchis du secteur agricole qui leur fournit le produit de base.

Si l'on raisonne en termes de concentration absolue (grandeur des unités économiques) on constate que les plus grandes entreprises sont situées sur les marchés les plus importants (Bière, spiritueux, eaux minérales). Cette observation confirme donc que la dimension des marchés intérieurs constitue un facteur important de concentration des structures.

Par comparaison à l'ensemble des Industries Agricoles et Alimentaires le secteur des boissons présente un degré de concentration très poussé. Par référence à une grille de mesure de la concentration des secteurs décrite dans le rapport IAA du VIème plan, on constate qu'en 1974 les cinq sous secteurs des boissons étudiés sont considérés comme très concentrés, alors que l'ensemble des IAA apparaît comme peu concentré (cf tableau 4).

TABLEAU 4 : Classement des secteurs selon l'importance de la concentration  
(part des 8 premières firmes dans le C.A. du secteur)

	<u>1968</u>		<u>1974</u>	
1. Apéritifs et liqueurs	78 %	} Très concentré > 50 %	1. Apéritifs et liqueurs	90 %
2. Boissons n.a.	67 %		2. Brasserie	75 %
3. Alcools de bouche	63 %		3. Boissons n.a.	67 %
4. Brasserie	58 %		4. Champagne, mousseux	52 %
			5. Alcool de bouche	51 %
5. Champagne et mousseux	43 %	} moyennement concentré 20 à 50 %	} 6. Ensemble boissons	49,8 %
6. Ensemble boissons	35,4 %			
7. IAA	13,6 %	} peu concentré 10 à 20 %	} 7. Ensemble IAA	19,6 %
		Dispersé < 10 %		

CHAPITRE III - ANALYSE QUANTITATIVE DE LA CONCENTRATION

Il s'agit ici d'affiner l'analyse précédente concernant la structure du secteur et son évolution. L'utilisation des indices et des courbes de LINDA nous permet la mesure de la concentration. Cette analyse est basée sur l'individualisation et la hiérarchisation des firmes (cf méthodologie de l'indice en annexe).

Dans notre étude nous considérons comme une entreprise unique le groupe économique constitué, dans le secteur, par toutes les entreprises rattachées à un même centre de décision. Les critères d'agrégation utilisés ne correspondent pas à une norme fixe de pourcentage de participation, mais utilisent un faisceau d'éléments divers permettant d'apprécier le degré réel d'autonomie des firmes.

I - L'ECHANTILLON DES FIRMES

Nous avons suivi sur la période 1968-1974 l'échantillon des 30 à 32 premières entreprises du secteur par leur chiffre d'affaires.

La représentativité de l'échantillon s'améliore sur la période puisqu'il permet de saisir au fil des années une part croissante de la valeur des variables.

REPRESENTATIVITE DE L'ECHANTILLON

Pourcentage de chaque variable du secteur detenu par les firmes de l'échantillon

	1968		Nbre	1970		1972		1974	
	Nbre	% échantillon		% échantillon	Nbre	% échantillon	Nbre	% échantillon	
Chiffre d'affaires	32	61, 5	32	65, 5	30	65	30	71	
Nbre de salariés	32	57, 1	32	62, 7	30	63	30	69	
Bénéfice net	32	(1)	32	(1)	30	(1)	30	(1)	
Cash Flow	32	(1)	32	(1)	30	(1)	30	(1)	
Capitaux propres	32	(1)	32	(1)	30	(1)	30	(1)	
Valeur ajoutée	32	(1)	32	(1)	30	(1)	30	(1)	

(1) Les données relatives aux variables correspondantes ne sont pas disponibles pour l'ensemble du secteur. On admettra que la représentativité de l'échantillon pour ces variables est comparable à celle des autres.

## II - MESURE DE LA CONCENTRATION : les courbes structurelles de LINDA

Les variables retenues pour la mesure de la concentration peuvent être regroupées selon leur nature en deux catégories :

- les variables de structure : chiffre d'affaires, effectifs, valeur ajoutée, capitaux propres, qui sont caractéristiques de la structure d'un secteur et généralement liées entre elles.
- les variables de résultat : cash flow, bénéfice net, qui mesurent les performances des entreprises.

Nous étudierons successivement la concentration au niveau des deux types de variables.

Les principaux éléments d'analyse de la concentration sont donnés dans le tableau 5, et les graphiques des courbes structurelles de LINDA

### 1 - La concentration des structures

En 1968 :

. L'arène oligopolistique est large et pratiquement confondue avec l'échantillon. Pour les capitaux propres néanmoins l'arène est plus limitée et ne comporte que 24 entreprises ( $n_m = 24$ ).

.. Les courbes sont en décroissance assez régulière à partir de  $L_n = L_2$  compris entre 0,50 et 0,60 jusqu'à des valeurs  $L_n$  inférieures à 0,15. Ces allures de courbe avec ces faibles valeurs de  $L$  sont caractéristiques d'une arène équilibrée composée d'entreprises dont l'importance décroît assez régulièrement.

Les deux observations ci-dessus indiquent que le secteur est à cette époque assez proche d'une situation de concurrence classique.

Au niveau du chiffre d'affaires on note néanmoins une rupture de la courbe après la 5ème entreprise ; la 6ème entreprise : EVIAN est de 60 % inférieure à la 5ème : STE EUROPEENNE DE BRASSERIE (SEB). Ces cinq premières entreprises : PERRIER, RICARD, PERNOD, MARTINI-St-RAPHAEL, SEB, traitent 28 % du marché, soit chacune entre 6,5 et 4,5 %. A noter que trois d'entre elles exercent leur activité dans les spiritueux.

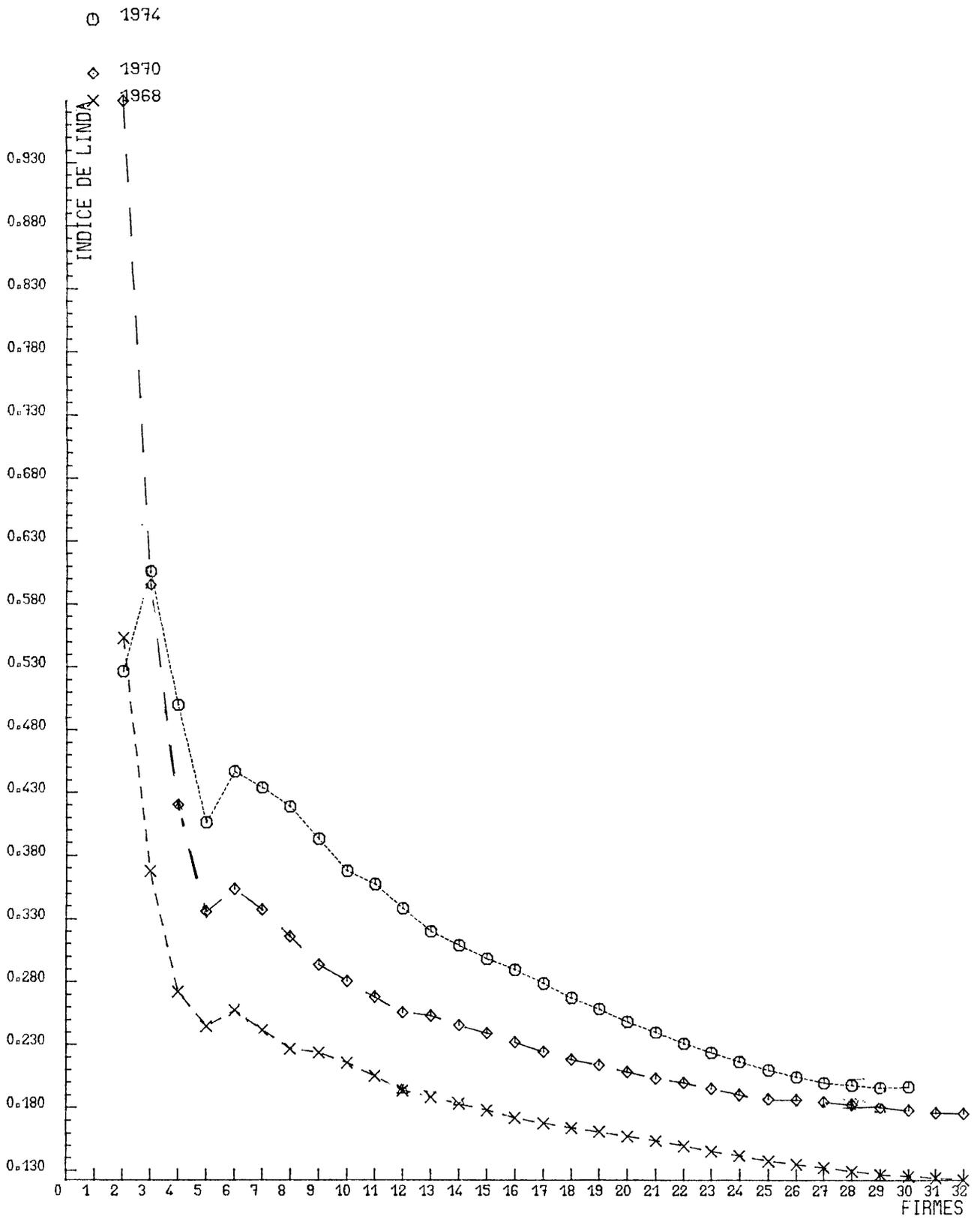
En 1971 :

.L'arène oligopolistique bien qu'en légère regression reste relativement large. Pour la variable capitaux propres elle se limite à 17 entreprises, ce qui indique une oligopolisation des moyens techniques de production (qui est fonction notamment du type de produits fabriqués) supérieure aux autres critères de mesure.

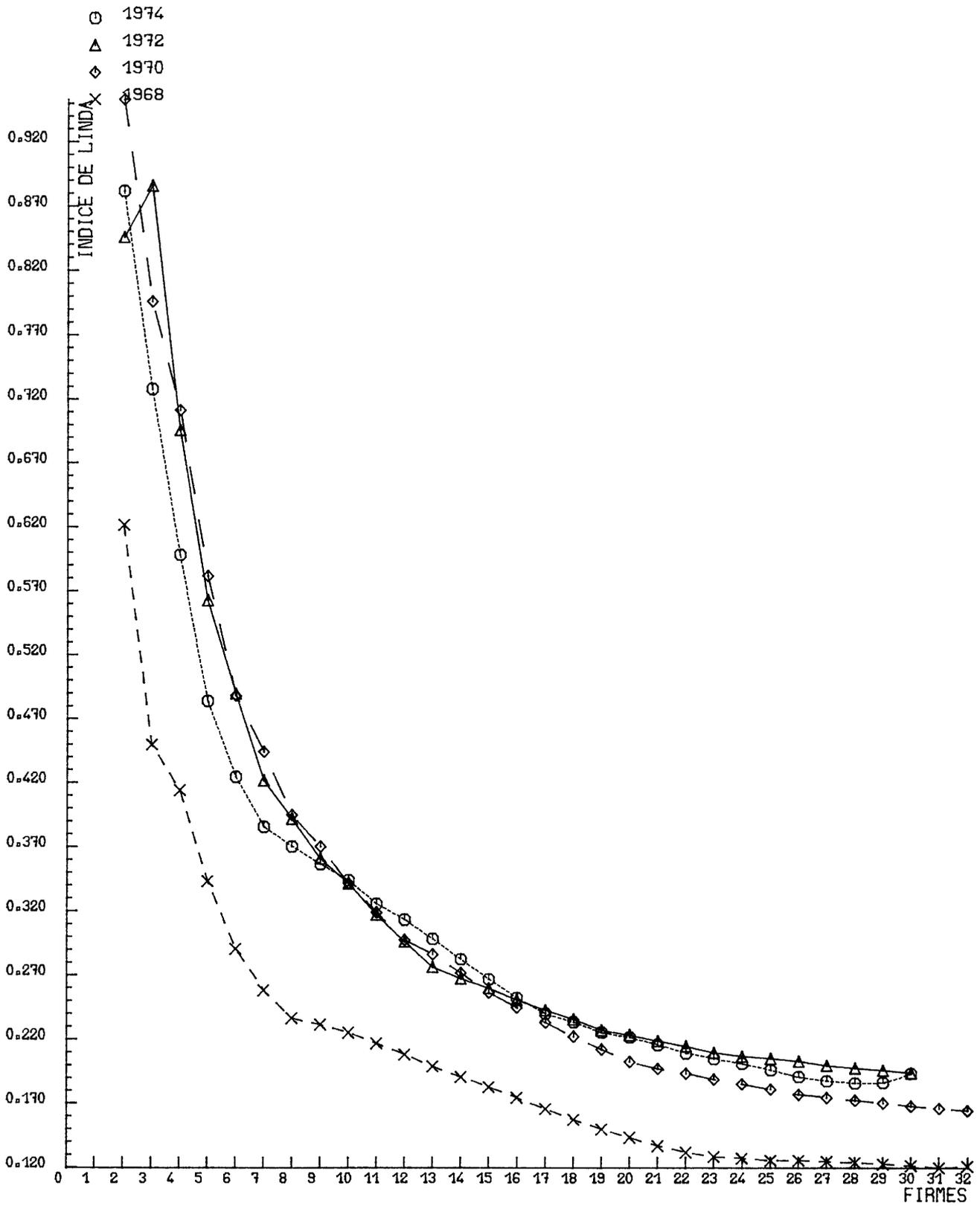
TABLEAU 5 - Indices caractéristiques de la concentration des structures et des résultats

	n		n <sub>m</sub>		Ln m		n <sub>h</sub>		Ln h		L <sub>S</sub>						
	1968	1971-1974	68	71	74	68	71	74	68	71	74	68	71	74			
Chiffre d'affaires	32	30	32	29	29	0,12	0,19	0,20	2	2	3	0,55	0,94	0,60	0,19	0,28	0,32
Nbre de salariés	32	30	31	30	28	0,12	0,19	0,19	2	3	2	0,62	0,82	0,89	0,21	0,33	0,34
Capitaux propres	32	30	24	17	20	0,12	0,23	0,25	2	2	2	0,55	0,88	0,54	0,21	0,40	0,31
Valeur ajoutée	32	30	28	27	29	0,13	0,19	0,19	2	2	2	0,61	1,22	0,85	0,23	0,33	0,33
Bénéfice net	32	30	17	19	9	0,14	0,21	0,30	2	2	2	0,62	0,53	0,76	0,23	0,26	0,38
Cash flow	32	30	24	27	26	0,12	0,23	0,23	2	2	3	0,60	1,27	0,54	0,21	0,37	0,35

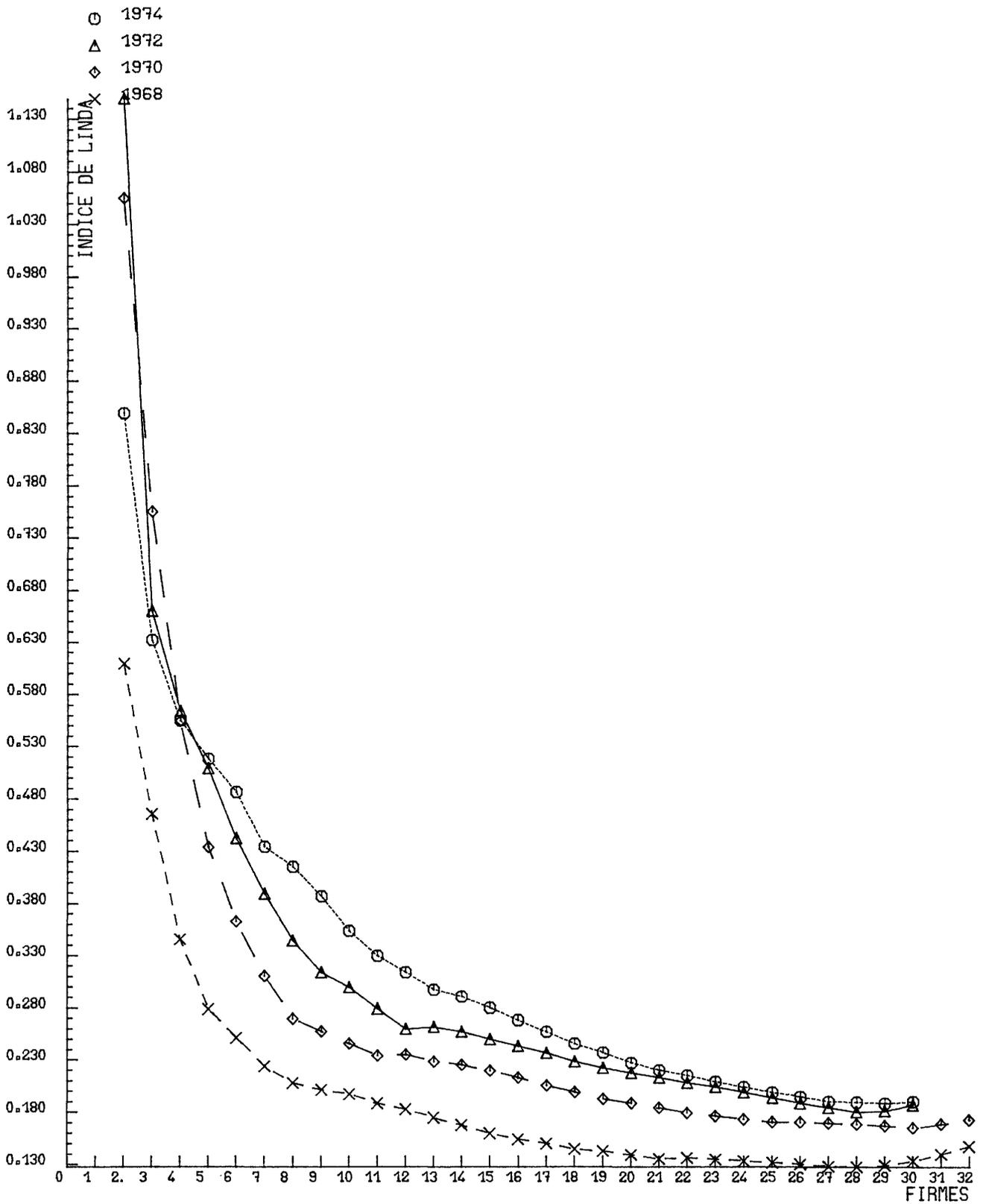
# CHIFFRE D AFFAIRE



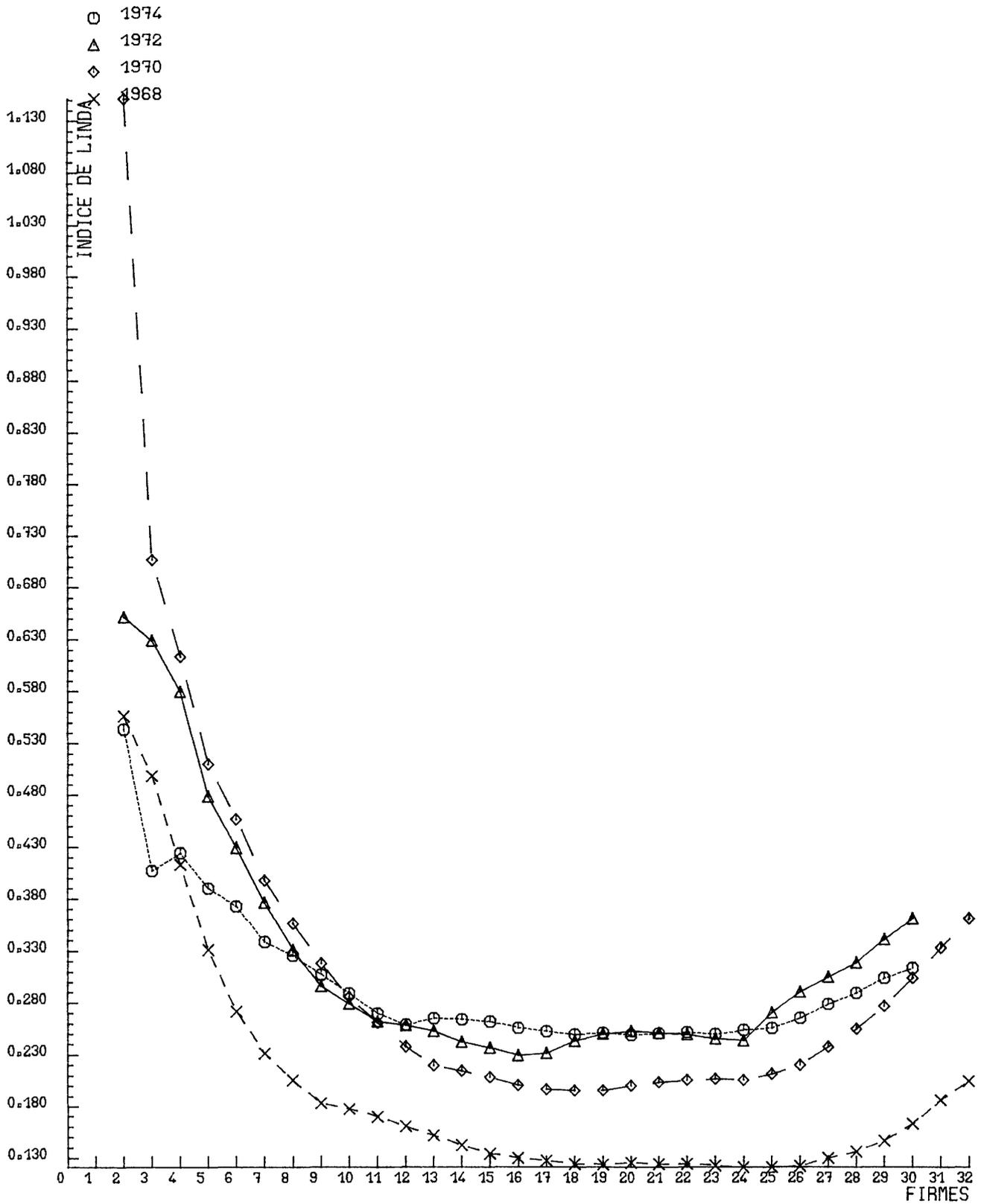
# EFFECTIF SALARIES



# VALEUR AJOUTEE



# CAPITAUX PROPRES



.. Par rapport à 1968 on note une translation des courbes vers le haut. La valeur moyenne de  $L_s$  s'est élevée assez fortement ( $0,28 \leq L_s \leq 0,40$ )  $L_{nh}$  est toujours supérieur à 0,80 ( $0,82 \leq L_{nh} \leq 1,22$ ). Ces courbes expriment une évolution de la structure de l'arène vers un déséquilibre de plus en plus marqué, en particulier entre la 1<sup>er</sup> entreprise (ou les deux premières pour la variable nombre de salariés) et ses (ou leurs) suivantes. Ce déséquilibre au sein de l'arène résulte des fusions-absorptions qui se sont déroulées sur la période 1968-71 (fusions intra-sectorielles très intenses dans le secteur brassicole, ou inter-sectorielles quoique moins nombreuses : bière, eau minérale, champagne, alcools de bouche).

Si on observe la structuration de l'arène oligopolistique pour le chiffre d'affaires on constate que celle ci est composée de 3 catégories de firmes :

1. un groupe dominant : BSN boissons, à peu près deux fois supérieur à la 2<sup>ème</sup> entreprise (PERRIER) et qui traite 12 % du marché. (1)

Ce groupe créé en 1970 est issu du regroupement de cinq entreprises brassicoles dont Ste EUROPEENNE de BRASSERIE et KRONENBOURG et de EVIAN.

Notons que pour la variable salariés on trouve deux entreprises en position dominante : BSN et PERRIER (+ de 14 000 salariés à elles deux  $n_h = 3$ ). Le décrochement de la courbe après ces deux entreprises est lié à la nature des produits traités. En effet, ces deux entreprises produisent des boissons à faible valeur unitaire (bière, eau minérale) dans des conditions techniques données alors que les firmes suivantes sont spécialisées dans les spiritueux dont le prix unitaire est très élevé et selon d'autres procédés ; ainsi à chiffre égal la main d'oeuvre utilisée est très différente. A titre d'exemple en 1972 le chiffre d'affaires par salarié est de 160 000 francs pour PERRIER et de 500 000 pour RICARD (soit 3 fois plus).

2. Un ensemble de 5 entreprises de taille voisine : PERRIER, RICARD, PERNOD, MARTINI et MOET HENNESSY. Les 4 premières figuraient dans le groupe de tête en 1968, quant à MOET HENNESSY elle est issue de la fusion de MOET et CHANDON (ayant en 1969 absorbé MERCIER) et de JAS HENNESSY, entreprises qui se situaient immédiatement après le premier peloton en 1968. Ces cinq firmes réalisent 29 % de l'activité du secteur.

3. Le groupe des entreprises dont le chiffre d'affaires est d'au moins 60 % inférieur à la dernière du 2<sup>ème</sup> groupe et dont chacune réalise entre 2,8 et 0,4 % du marché.

On note donc en 1972 un renforcement de l'activité du secteur autour des firmes déjà leader en 1968. Les six firmes de tête réalisent 41 % du secteur.

En 1974 :

. L'arène reste large sauf pour les capitaux propres; ceci n'apporte pas de bouleversements par rapport aux années précédentes.

---

(1)  $L_2 = 0,94$ ,  $L_2 = 1/2 \frac{a_1}{a_2}$ , soit  $a_1 = 2 L_2 a_2$  ou  $a_1$  et  $a_2$  sont les parts de la variable détenues par la première et la seconde entreprise.

.. Les valeurs  $L_s$  et  $L_n$  sont également proches de celles observées en 1971. Néanmoins, par rapport à cette dernière période, on note des valeurs  $L_n$  et par suite des allures de courbes, assez différentes en fonction de la variable de structure prise en compte. La structuration de l'arène selon les variables est la suivante :

\_ Pour la variable chiffre d'affaires on note un rééquilibrage au niveau des deux groupes de tête ( $L_2 = 0,53$ ). La fusion de PERNOD et de RICARD a permis au nouveau groupe de se porter au niveau de BSN, chacun d'eux traitant environ 13 % du marché.

On trouve ensuite les trois autres groupes du peloton des seconds en 1971 : PERRIER, MARTINI et MOET HENNESSY réalisent ensemble 17 % des ventes.

L'activité du secteur se polarise donc autour de 5 groupes qui réalisent 43 % de la production du secteur et 61 % de celle de l'arène.

\_ Pour la variable capitaux propres, qui est un indicateur des moyens de production mis en oeuvre par les entreprises on constate également un rééquilibrage des forces entre les deux premières entreprises du fait de la fusion indiquée ci-dessus. On remarquera aussi, située à un même niveau de capital, MOET HENNESSY ( $L_3 = 0,40$ ). Ces 3 entreprises centralisent 48 % des capitaux propres de l'arène.

La présence de MOET HENNESSY dans ce groupe, alors que son chiffre d'affaires est de moitié inférieur, provient de la nature des produits qu'elle traite (champagne, cognac) et de l'importance de ces actifs immobilisés (stocks, actifs immobiliers).

\_ Pour les effectifs et la valeur ajoutée (variables liées car les salaires représentent une part importante de la valeur ajoutée) on note un maintien du déséquilibre entre la première et la seconde pour les raisons que nous avons évoquées précédemment (chiffre d'affaires par salarié différent). Le chiffre d'affaires par salarié de BSN est de 268 000 francs alors que celui de PERNOD - RICARD est de 715 000 (CA .TTC).

Sur la période 1968-1974 on note une tendance très marquée à l'oligopolisation du secteur autour de cinq groupes qui dominent respectivement un ou plusieurs sous secteurs.

## 2 - La concentration des résultats

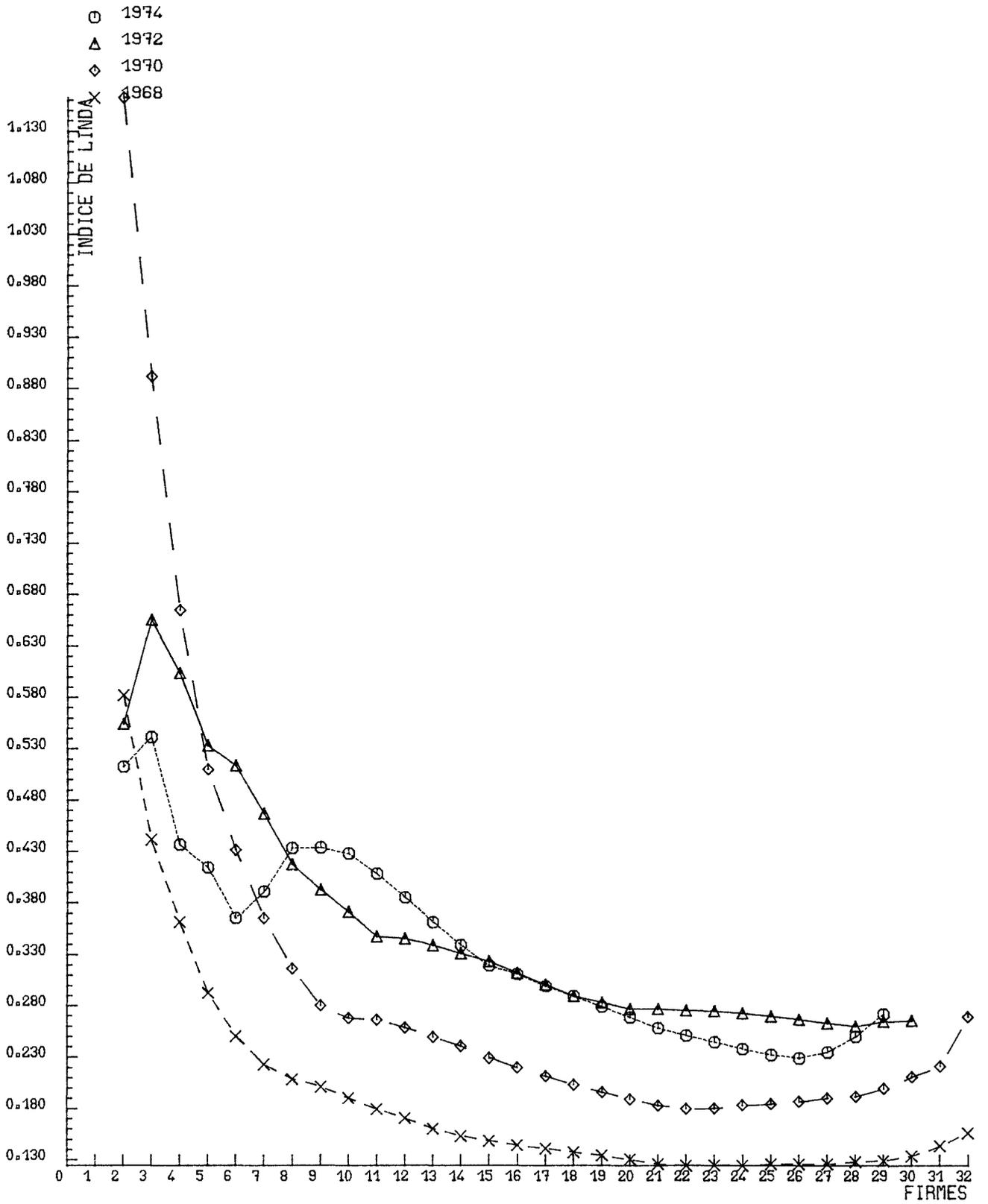
En 1968 :

. L'arène est limitée à 17 et 24 entreprises respectivement pour le bénéfice net et le cash flow, ce qui dénote une concentration des résultats légèrement plus forte que la concentration des structures (surtout pour le bénéfice net).

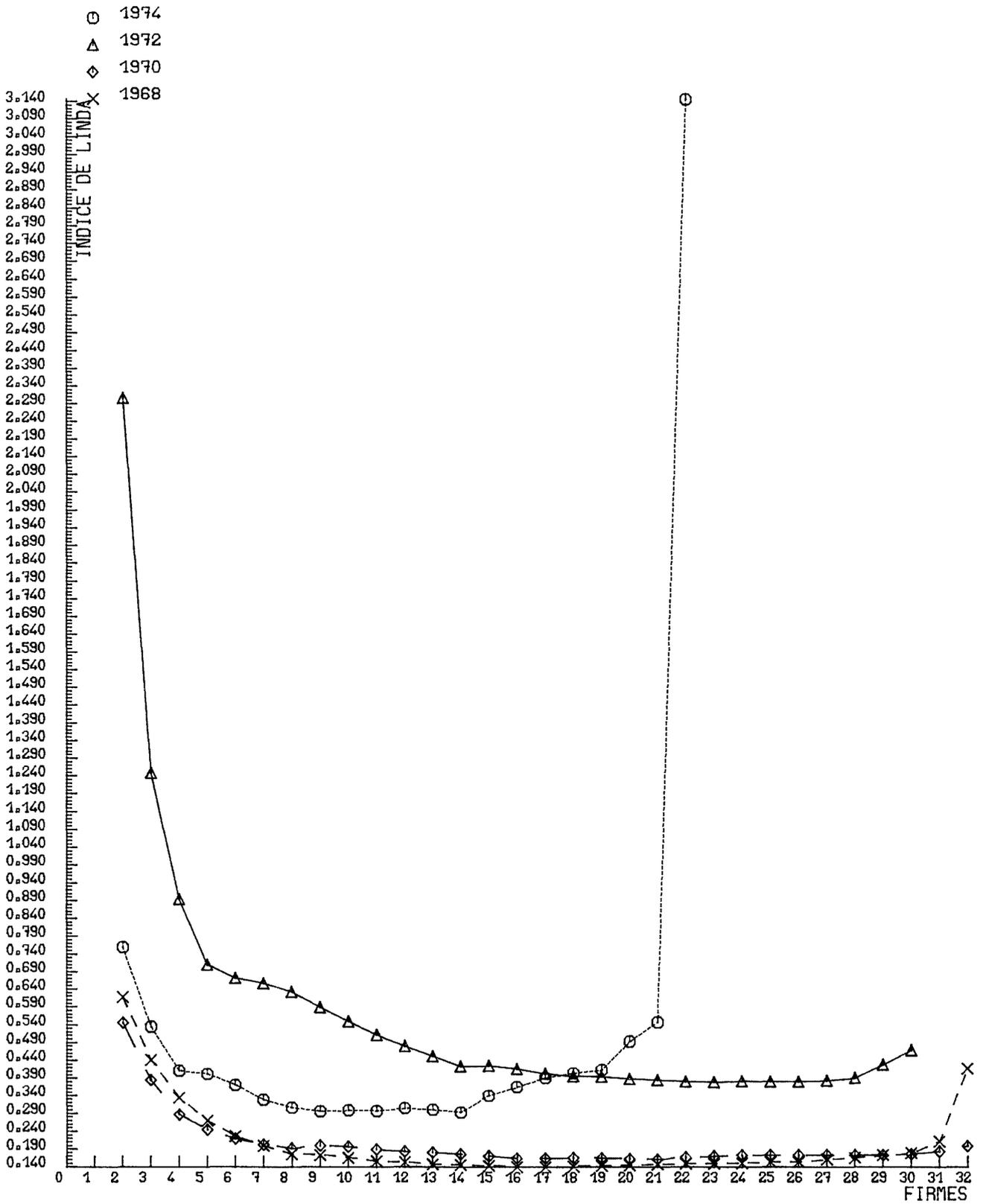
.. Comme pour les variables de structure à la même date, l'arène est relativement équilibrée :  $0,21 \leq L_s \leq 0,23$ . Les courbes décroissent régulièrement à partir de  $L_{n_1} \approx 0,60$  à  $L_n \approx 0,13$ .

... Le rang des firmes pour les deux variables de résultat ne concorde pas forcément car si le cash flow mesure l'enrichissement réel des entreprises et des actionnaires, le bénéfice net est plus lié à la politique de l'entreprise en matière de distribution de dividendes.

# CASH FLOW



# BENEFICE NET



.... Il faut aussi signaler que le rang des firmes pour les variables de résultats ne correspond pas non plus obligatoirement au rang des firmes du point de vue de leur dimension. On remarquera que le groupe MARTINI situé au 4ème rang pour le chiffre d'affaires se situe au 9ème et 13ème rang pour le bénéfice et le Cash flow. Par contre des entreprises qui se situent en dehors du peloton de tête pour le chiffre d'affaires sont dans les 5 premières pour les résultats : EVIAN et KRONENBOURG pour le Cash flow, MOET et CHANDON et HENNESSY pour le bénéfice net.

En 1971 :

. On note un léger élargissement de l'arène entre 1968 et 1971

.. L'observation des courbes montre aussi un déséquilibre assez marqué de la structure de l'arène

Pour le Cash flow le groupe BSN accumule 27 % de l'ensemble et les 11 premières qui constituent un sous groupe dominant dans l'arène bloquent 81 % de celle-ci. Ce groupe comprend les 6 firmes dominantes du point de vue du chiffre d'affaires.

Pour le bénéfice net on note la part privilégiée de 8 entreprises qui regroupent 76 % du bénéfice de l'arène. Le groupe MARTINI et ROSSI pourtant 5ème pour le chiffre d'affaires ne figure pas dans cette frange ; il est un groupe non coté en bourse, donc non astreint à afficher et distribuer des profits à peu près constants pour attirer les capitaux boursiers, et de plus filiale d'un groupe étranger (ce qui suppose l'exportation d'une partie des bénéfices).

En 1974 :

On observe pour le bénéfice net un rétrécissement très important de l'arène qui ne se compose plus que de 9 entreprises, alors qu'elle se maintient pour le Cash flow.

Cette réduction de l'arène par le bénéfice net est due en cette année de crise aux mauvais résultats (souvent négatif) d'un grand nombre d'entreprises (8 sur les 23 premières du secteur ont un résultat négatif). Signalons néanmoins que les 5 premières pour le chiffre d'affaires quoiqu'ayant des résultats en baisse ont bien passé le cap de 1974 et réalisent 76 % de l'ensemble des bénéfices nets des firmes de l'arène.

Pour le Cash Flow, si l'arène reste large on note néanmoins une concentration des résultats sur deux groupes d'entreprises en position dominante : les deux firmes leaders du secteur, BSN et PERNOD qui détiennent 38 % du Cashflow de l'arène et le groupe des 4 suivantes qui en absorbe 32 % (PERRIER, MOET HENNESSY, COURVOISIER MARTINI) soit pour les six premières 70 %.

On peut donc remarquer qu'en règle générale les firmes leaders supportent mieux les aléas de la conjoncture que les firmes moyennes. De ce fait, il en résulte une concentration accrue des résultats sur les entreprises leader. Ainsi toute crise semble être un élément supplémentaire de renforcement des résultats des firmes leader, et par suite de leur domination. La récente prise de contrôle par PERNOD RICARD de CUSENIER et des DISTILLERIES REUNIES (firmes moyennes) va donc dans le sens indiqué ci-dessus.

### 3 - Hiérarchie des variables

Nous donnons dans le tableau ci-dessous les résultats de l'analyse hiérarchique des variables, selon la méthode de LINDA.

HIERARCHIE DES VARIABLES

VARIABLES	CLASSEMENT DES VARIABLES						
	1968	1969	1970	1971	1972	1973	1974
Chiffre d'affaires	6	6	5	4	6	2	5
Nbre de salariés	3	5	4	5	3	1	1
Capitaux propres	5	4	2	3	5	6	6
Valeur ajoutée	2	1	3	2	2	5	3
Bénéfice net	1	3	6	6	1	3	2
Cash flow	3	1	1	1	4	4	4

La hiérarchie des variables à partir du maximum de  $L$  ( $Ln_h$ ) et de la moyenne des  $L$  ( $L_s$ ), permet de comparer en valeur ordinale, le degré de déséquilibre structurel de l'arène selon la variable prise en compte. Plus une variable se rapproche du début du classement et plus l'inégalité de sa distribution dans l'arène oligopolistique est forte. En particulier, des valeurs élevées de  $Ln_h$  et de  $L_s$  indiquent la présence de une ou plusieurs entreprises ayant un pourcentage élevé de la variable considérée, et donc une structure à tendance duopolistique, voire monopolistique sur cette variable.

Ce tableau permet de suivre la concentration relative par rapport aux différentes variables, année par année. Ainsi, le fait qu'une variable régresse dans le classement ne signifie pas que la centralisation de cette variable a diminué.

On notera la forte concentration de la variable Cash flow jusqu'en 1972, ce qui est conforme aux observations précédentes.

A partir de 1972 on remarque, avec la concentration de la variable bénéfice net, le fort déséquilibre dans la répartition des variables de structure : nombre de salariés et valeur ajoutée, (variables d'ailleurs liées). La forte centralisation de ces deux variables à partir de cette date provient de la nature des techniques utilisées (nécessité d'une intensité de travail élevé) par la firme de tête du fait des produits traités.

### III - ANALYSE DYNAMIQUE DE LA CONCENTRATION ET DE LA CONCURRENCE

Cette étude vise à obtenir une interprétation synthétique de la structure et de la dynamique concurrentielle du secteur et est donc complémentaire de la précédente.

Cette analyse passe par trois approches successives :

- mesure de la concentration et de son évolution à partir des courbes structurelles de LINDA. Cette analyse a été réalisée

- mesure de la dynamique de la structure par l'indice F (évolution de la structure à travers l'évolution de chacune des firmes prises individuellement)

- la synthèse compensatoire (rapport entre l'état de la structure et sa dynamique).

Pour toutes les précisions méthodologiques, se reporter à l'annexe.

Nous raisonnerons sur la variable "chiffre d'affaires" considérée, comme représentative de la concentration et de la concurrence en termes de parts de marchés, comme le résultat du jeu concurrentiel.

#### 1 - Analyse sur l'ensemble du secteur

Les données nécessitées par cette étude sont retracées dans le tableau ci-après. Ces mesures sont effectuées sur l'arène oligopolistique qui donne une bonne image de la dynamique globale du secteur, puisqu'elle prend en compte une part très importante de celui-ci.

#### Etude de la synthèse compensatoire sur la variable chiffre d'affaires

Années	$N_m$	$A_n$	$L_n$	$L_s$	$F_n$	$\lambda$
1968	32	61, 5	0, 12	0, 19	3, 31	0, 05
1969	31	64	0, 13	0, 18	7, 70	0, 03
1970	32	65, 5	0, 18	0, 26	3, 30	0, 08
1971	29	66	0, 19	0, 28	1, 70	0, 15
1972	29	65	0, 19	0, 26	2, 24	0, 11
1973	31	69	0, 18	0, 26	3, 50	0, 09
1974	29	71	0, 20	0, 32		

### 1.1. La dynamique de la structure

La dynamique de la structure de l'oligopole mesurée par l'indice  $F_{n_m}$  est relativement élevée ( $F_{n_m}$  toujours supérieur à 1). Cette dynamique résulte essentiellement des opérations de fusion, absorption qui se sont produites dans les différents sous secteurs et de sous secteurs à sous secteurs.

### 1.2. La synthèse compensatoire

La synthèse compensatoire résultant du rapport entre  $L_s$  et  $F_{n_m}$  a des valeurs très faibles (toujours inférieures à 0, 6). De telles valeurs sont caractéristiques selon R. LINDA d'une structure où existe une concurrence très intense.

En fait, le jeu concurrentiel a pour résultat une centralisation croissante des structures (par fusion, prise de participation) traduite au niveau des  $L_s$  ( $L_s$  s'accroît sur la période). En conséquence, cette dynamique est plus la manifestation du pouvoir de domination de certains groupes de développement sur les firmes de l'arène que le résultat d'une concurrence concrète. A terme on peut penser qu'elle conduira à une rigidité importante de la structure du secteur, comme c'est déjà le cas pour la plupart des sous secteurs (cf infra).

## 2 - Analyse au niveau des différents sous-secteurs

Cette approche permet de compléter l'analyse du chapitre II (section III) concernant la concentration selon les sous secteurs en incluant quelques éléments de mesure de la concurrence et de son dynamisme. Ces éléments de mesure sont retracés dans le tableau 6. Ils concernent uniquement l'évolution des parts du marché des firmes de l'arène.

La structure concurrentielle, à partir de l'évolution des parts de marchés, des différents sous-secteurs a évolué de façon très diverse. Nous donnons les grandes tendances pour chacun des sous-secteurs.

### a) Les secteurs des boissons non alcoolisées et des apéritifs et liqueurs

Sur la période 1968-72 le jeu concurrentiel (variation des parts de marché des firmes de l'arène) ne s'est que très peu manifesté (  $\wedge$  est presque toujours supérieur à 5 : caractéristique selon R. LINDA d'une structure où le risque d'élimination de la concurrence se dessine ).

Ce sont deux secteurs qui déjà en 1968 étaient très concentrés. L'arène oligopolistique est réduite à 3 entreprises sur la période (équilibrée pour les apéritifs et liqueurs, PERNOD = RICARD = MARTINI, déséquilibrée pour les boissons non alcoolisées (PERRIER, (30 %), EVIAN (16 %), VITTEL (10 %)).

La dynamique des secteurs est très réduite ( $F_{n_m}$  est presque toujours inférieur à 0, 30).

Durant cette période il n'y a pas eu de mouvement de concentration dans le secteur à l'initiative des firmes de l'arène oligopolistique (sinon quelques prises de participation de petites entreprises dans le secteur d'apéritifs et liqueurs). La croissance externe s'est opérée dans d'autres secteurs.

TABLEAU 6 - Dynamique structurelle (à partir des parts de marchés) dans les différents sous-secteurs des boissons

	n					n <sub>m</sub>					LS					Fn <sub>m</sub>					A				
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
1968	109	97	84	85	160	10	6	3	10	3	0,45	0,40	0,42	0,57	1,05	0,34	0,46	0,04	1,5	0,17	1,35	0,80	10,7	0,33	6,45
1969	107	102	74	70	152	10	5	3	10	3	0,46	0,37	0,43	0,50	1,06	1,29	0,60	0,06	2,40	0,31	0,52	0,62	7,3	0,44	2,23
1970	100	94	82	63	151	10	6	3	10	3	0,68	0,37	0,44	1,05	0,69	0,06	0,35	0,09	0,30	0,09	11,2	1,14	4,7	3,8	8,06
1971	114	90	74	54	150	12	6	3	9	3	0,67	0,42	0,42	1,11	0,75	0,40	0,17	0,03	0,15	0,16	1,6	2,4	14,3	7,0	5,62
1972	116	97	74	50	148	12	6	3	10	3	0,63	0,40	0,43	1,04	0,91										
1973					135					3					0,91					0,21					4,33
1974					128					3					0,89					0,02					43,6

1. Champagne et Mousseux
2. Alcools de bouche
3. Apéritifs et Liqueurs
4. Brasserie
5. Boissons non alcoolisées

Cette situation se maintient après 1972 pour les boissons non alcoolisées, par contre au niveau des firmes des apéritifs un intense processus de concentration horizontale s'est opéré autour des sociétés PERNOD et RICARD. Le dynamisme récent de la structure qui accroît les tendances oligopolistiques du secteur ne peut qu'accentuer les tendances passées.

b) Le secteur de la brasserie = secteur concurrentiel qui a subi en 1968-69 une transformation structurelle (forte concentration horizontale par croissance externe) tendant à l'oligopolisation du secteur voire la monopolisation (BSN = 42 % du secteur) qui entraîne une augmentation de la rigidité du secteur à partir de 1969, caractéristique d'une diminution de la concurrence (ou tout au moins de sa neutralisation).

Le nombre de firmes du secteur diminue fortement (- 41 % en 5 ans). L'arène oligopolistique bien que comportant le même nombre d'entreprises sur la période devient fortement déséquilibrée à partir de 1970 ( $L_s > 1$ ).

c) Le secteur des champagnes et mousseux

C'est un secteur assez particulier, compte tenu de la nature des produits traités et de l'organisation des marchés, où la concurrence semble s'exercer, sauf en 1972, assez convenablement.

C'est le secteur le moins concentré en 1968 qui a connu quelques opérations de concentration horizontale importantes par prises de participations des groupes leaders (MOET et CHANDON, MUMM, PIPER HEIDSIECK). Cette restructuration alliée à la croissance interne des firmes donne au secteur un niveau de dynamisme le plus souvent "normal".

L'arène reste relativement large, mais se déséquilibre assez fortement à partir de 1970 ( $L_s > 0,60$ ).

d) Le secteur des alcools de bouche

Le secteur paraît relativement concurrentiel sur la période ( $\wedge$  toujours inférieur à 2,5). La tendance semble néanmoins traduire l'apparition de restrictions à la concurrence. En effet, la dynamique de la structure décroît sur la période.

L'arène oligopolistique relativement équilibrée se compose de six entreprises détenant une part du marché relativement limitée eu égard à d'autres secteurs (3 firmes : HENNESSY, COURVOISIER, MARTELL détiennent chacune environ 10 % du marché, les 3 autres, 5 % environ). C'est le secteur le moins concentré des boissons (8 entreprises réalisent 51 % du chiffre d'affaires du secteur en 1974) qui s'est même déconcentré par rapport à 1968 (date à laquelle les huit premières entreprises détenaient 63 %).

D'une façon générale on peut noter une tendance générale à la rigidité des structures qui est le résultat de la concentration croissante des entreprises. Cette rigidité traduit une atténuation de la concurrence même si dans certains cas il ne s'agit que de sa neutralisation.

Il est remarquable de constater que l'analyse de la concentration et de la concurrence, selon qu'elle est effectuée au niveau de l'ensemble du secteur boissons, ou au niveau de chacun des sous secteurs spécialisés n'aboutit pas aux mêmes conclusions.

En fait, la situation relativement peu déséquilibrée qui semble caractériser l'ensemble du secteur n'est qu'apparente : le processus de concentration et d'oligopolisation, limitant la concurrence, se manifeste sur chaque marché d'un groupe de produits homogènes.

#### CHAPITRE IV - ANALYSE QUALITATIVE DE LA CONCENTRATION

Les mouvements que l'on constate sur le marché des boissons :

- restructuration du marché des boissons alcoolisées
- développement du marché des boissons non alcoolisées

vont se répercuter au niveau des firmes, qui vont d'adapter aux modifications des marchés, voire pour les firmes les plus importantes provoquer des évolutions de la demande dans le sens le plus favorable à leurs intérêts.

Cette dynamique des firmes va se traduire par un processus de restructuration des entreprises, dont l'aspect le plus évident est la tendance marquée à la concentration du secteur, c'est à dire l'oligopolisation voire à la monopolisation au niveau de certains sous secteurs (cf tableau 7). C'est la logique de cette concentration que nous tenterons de mettre en évidence dans ce qui suit.

#### I - LA NECESSITE DE RAISONNER EN TERME DE GROUPE DE DEVELOPPEMENT (1)

La concentration du secteur et des sous secteurs est surtout une concentration financière. En effet, si la concentration par croissance interne (croissance qui résulte du développement des activités propres à l'entreprise par l'investissement productif) est réelle, la concentration par croissance externe est la plus importante (croissance qui résulte du développement des activités par investissement financier : fusions, absorptions, prises de participation).

Les recensements réalisés chaque année par le service d'Etudes d'Agra-Alimentation montrent l'importance des opérations financières dans le secteur des boissons.

En 10 ans sur la période 1965-74 on a pu recensé suivant les sous secteurs et le type d'accords, les opérations suivantes :

	Absorption fusion	Prises de participation	TOTAL
Vins et spiritueux	24	63	87
Brasserie	28	17	45
Boissons non alcoolisées	2	10	12
Ensemble	54	90	144
IAA	276	352	628
% boissons dans IAA	19,5	25,5	23

Ainsi, la concentration ne s'opère plus uniquement par diminution et disparition d'entreprises, mais également et de plus en plus par les liaisons financières au sein de groupes. D'où la nécessité de raisonner en terme de groupes économiques ou financiers (ou encore groupes de développement) pour rendre compte de la concentration réelle des secteurs.

-----  
(1) par référence à l'analyse de R. LINDA : cf annexe

TABLEAU 7 : L'évolution de la concentration dans le secteur des boissons entre 1968 et 1974 (vin non compris)

Les parts de marchés des premières firmes

1 9 6 8		F I R M E S					1 9 7 4					
Bras- serie	Alcools de bouche	Apéritif liqueur	Boissons non alcooli- sées	Champa- gne Mousseux	Ensemble boissons	Ensemble boissons	Ensemble boissons	Champa- gne Mousseux	Boissons non alcooli- sées	Apéritif liqueur	Alcools de bouche	Brasse- rie
1-20,6 2-12,6			2-13,6		5-4,5 7-2,7 6-2,8 3-5,8 2-5,9 1-6,5	S.E.B. Kronenbourg } B.S.N.boissons Evian Pernod } Pernod-Ricard Ricard } Perrier Moet et Chandon } Moët Hen- nessy Hennessy } Martini } Vittel } Brasserie Phénix } Brasserie Comète } Union de Union de Brasse- } rie } CDC Martell Courvoisier Berger Mumm Cusentier Bardinet Motte-Cordonnier Péllican-Pelforth Espérance-Albra	1-13,6 2-12,9 4-5,4 5-5,2 3-6,0 6-2,5		3-10,8 4-7,5 1-26,7	1-40,0		1-41,9
3-5,0 4-4,3 5-4,1	1-14,6	3-18,6	3-8,2	1-12,7	10-1,8 9-2,0 4-5,7 12-1,7 17-1,1 19-0,9 19-0,9			1-22,8	2-12,2	2-21,2	3-11,0	2-11,9
		4-8,1			8-2,5 10-1,8 13-1,4 14-1,3 15-1,2 15-1,2 18-1,0				3-6,5	2-9,4 1-10,5		
	2-13,6 3-10,7	5-4,3		2-8,9				2-10,1		4-4,6		
6-3,9 7-3,7 8-3,6	4-8,0	6-3,9								5-3,7	4-7,5	3-4,9 4-4,5 5-4,5
8-57,3 1689	4-46,9 1049	6-72,7 2399	3-53,4 1613	2-21,6 1080	20-52,7 7786	16-60,3 17352	2-32,9 2388	4-57,2 3514	5-76,0 4948	4-38,4 3195	5-67,7 3307	
85	97	84	153	109	528	459	125	129	70	90	45	

Un groupe désigne l'ensemble formé par une société mère (prenant généralement la forme holding) et les sociétés filiales placées sous son contrôle. La société mère est donc le plus souvent un centre de décision financière, alors que les sociétés placées sous leur contrôle ne sont que des sociétés exploitantes.

On peut d'ailleurs noter dans certains groupes l'engagement direct (minoritaire), au delà du simple appui bancaire, des grandes banques d'affaires (SUEZ, PARIBAS, WORMS, Banque de l'UNION EUROPEENNE). On remarquera en particulier les participations non négligeables du groupe SUEZ, dans la brasserie et les spiritueux (d'abord dans CUSENIER et les DISTILLERIES REUNIES, puis à la suite de l'OPE de PERNOD-RICARD, dans cette dernière).

## II - LE PROCESSUS DE CONCENTRATION CONCERNE PRINCIPALEMENT LES GROUPES DE DEVELOPPEMENT

La restructuration du secteur et des sous secteurs des boissons étudiées sur la période 1968-74 s'est polarisée autour des firmes leaders des différents sous secteurs (PERNOD, RICARD, MARTINI et ROSSI, Sté EUROPEENNE de BRASSERIES, KRONENBOURG, UNION DE BRASSERIES, MOET et CHANDON, HENNESSY, PERRIER, EVIAN) et de quelques firmes de taille moyenne dont la plupart sont situées sur des marchés en expansion (COINTREAU, MARIE BRIZZARD, BARDINET, REMY-MARTIN, MUMM, Veuve CLICQUOT PONSARDIN, PIPER HEIDSIECK, BRASSERIE MOTTE CORDONNIER, BRASSERIE DE L'ESPERANCE, BRASSERIE PELICAN).

Ainsi, une vingtaine de firmes sont à l'origine de la quasi-totalité des opérations financières du secteur.

En 1975, on trouve cinq firmes assez largement en tête du secteur parmi lesquelles les cinq firmes leader de chacun des sous secteurs :

PERNOD RICARD  
BSN (Boissons)  
MARTINI et ROSSI  
MOET HENNESSY  
PERRIER

Ces cinq entreprises se classent parmi les 20 premières européennes du secteur (cf tableau 8) mais toujours assez loin derrière les puissants groupes anglais.

### Emergence de six pôles de développement de dimension internationale

Nous ne reprendrons pas dans le détail l'historique de la constitution de ces groupes, nous donnons seulement quelques éléments caractéristiques de leur dimension actuelle (1).

#### 1 - Le groupe PERNOD-RICARD

Avec un chiffre d'affaires de 3,4 milliards de francs (6 500 salariés) en 1975 le groupe a pris la tête du secteur des boissons.

Ce groupe spécialisé dans les spiritueux, est une société holding, issue en 1974 de la fusion des sociétés PERNOD et RICARD. En 1975 le nouveau groupe a pris le contrôle par offre publique d'échange des sociétés CUSENIER, DISTILLERIES-REUNIES et par voie de conséquence de CDC, toutes trois firmes importantes de spiritueux.

-----  
(1) Pour plus de précisions sur ces groupes se reporter aux différents rapports sectoriels

TABLEAU 8 : Les premiers groupes du secteur des boissons de l'Europe des neufs

ANNEE 1974

	Pays d'origine	secteurs (1)	CA (2) boissons	CA (2) total
1. ALLIED BREWERIES	GB	B	6296	-
2. THE DISTILLERS COMPANY	GB	B	5745	
3. BASS CHARRINGTON	GB	B et commerce	-	5591
4. DEFORENEDE BRYGGERIER	DK	B	2929	
5. BROOKE BOND LIEBIG	GB	B et A	-	4024
6. CADBURY SCHWEPES LIMITED	GB	B et A	-	5864
7. ARTHUR GUINNESS SON AND CO	GB	B et A	2880	
8. HEINEKEN	NL	B	2758	
9. PERNOD RICARD	F	B	2456	
10. BSN GERVAIS DANONE	F	B et A	2400	9800
11. SCOTTISH NEWCASTLE BREWERIES	GB	B	2116	
12. DORTMUNDER UNION-SLUTHEISS	D	B	1975	
13. OEKTER GRUPPE	D	A et B		6321
14. THE UNITED BREWERIES	DK		1788	
15. WITBREAD	GB	A et B		3020
16. STELLA ARTOIS	B	B	1229	
17. SOURCE PERRIER	F	A et B	940	2209
18. MARTINI ET ROSSI France	I	B	900	
19. MOET HENNESSY	F	B et D	899	1050
20. ERVEN LUCAS BOLS	NL	B et D		816

(1) B = boissons - A = alimentaire - D = divers

(2) Chiffre d'affaires consolidés

Ces dernières prises de contrôle permettent à l'entreprise de compléter sa gamme de produits vers les produits viti-vinicoles (apéritifs à base de vin et vin).

Ce groupe s'est ainsi placé au premier rang en Europe continentale et au septième rang mondial des firmes de spiritueux, et au premier rang mondial pour les apéritifs anisés.

Outre l'activité boissons alcoolisées qui couvre l'ensemble des produits de cette catégorie (spiritueux, champagne, vins, cidre) sauf la bière, le groupe est aussi présent sur le marché des boissons sans alcool par ses filiales : JFA PAMPRYL et Sté PARISIENNE de BOISSONS GAZEUSES.

Il étend aussi ses activités à d'autres marchés très divers tels : l'épicerie fine, les appétiseurs (graines salées qui accompagnent l'apéritif), l'équipement hôtelier, etc...

Sur tous les marchés où le groupe est présent son implantation commerciale est très importante (cf tableau 9).

Jusqu'à présent cette société s'est surtout développée sur le marché français (les exportations concernent moins de 20 % des volumes); la restructuration du secteur exportation autour de la société EUROPEENNE des GRANDES MARQUES marque une volonté de développement de celui-ci.

## 2 - Le groupe BSN - GERVAIS - DANONE

C'est un des premiers groupes français et européen par le volume de ses activités, très diverses, et sa puissance financière (10,3 milliards de francs de chiffre d'affaire global en 1975).

En 1974, c'est le leader du secteur des boissons avec 2 milliards de chiffre d'affaires. En 1975, c'est le second groupe avec 2,365 milliards derrière PERNOD-RICARD.

BSN-GERVAIS-DANONE est un groupe très diversifié qui exerce son activité industrielle dans trois secteurs, l'alimentaire (57,3 % du CA en 1975), l'emballage (16,4 %) et le verre plat (26,3 %).

L'activité alimentaire la plus récente d'ailleurs complémentaire de la branche emballage donne au groupe une grande stabilité en raison de son fort caractère conjoncturel.

La diversification du groupe dans l'alimentaire s'est fortement développée à partir de 1969 par une croissance externe très intense d'abord dans les boissons (prise de contrôle : des leaders brassicoles : SOCIÉTÉ EUROPEENNE DE BRASSERIE, KRONENBOURG ; du numéro deux des eaux minérales : EVIAN) puis dans les produits frais : fusion avec GERVAIS DANONE.

Aujourd'hui BSN-GERVAIS-DANONE est le leader de l'industrie alimentaire française avec des marques de grande notoriété, aux parts de marché très importantes souvent situées d'ailleurs à la première place (cf tableau 10).

L'activité boissons représente 40 % de l'activité alimentaire soit 23 % de l'activité globale du groupe. Elle concerne les boissons non alcoolisées (eau minérale et Soft drink) ou faiblement alcoolisées (bière) qui sont des marchés très importants dont les potentialités sont loin d'être épuisées. La branche des Soft drink en particulier qui permet le lancement de produits nouveaux très élaborés offre de larges perspectives de croissance.

TABLEAU 9 - La place du groupe PERNOD-RICARD dans le marché français des boissons

Source : enquête directe

Produits	marché français 1974 (1)	Part du groupe		Firmes	Marques
		%	rang		
.Apéritifs	120	74	1	Pernod, Ricard	.Pernod 45, Ricard, Pastis 51
-boissons anisées	79,4	35	2	Pernod, CDC, Cusenier, Richard	.Suze, Americano, Dubonnet, Cinza-
-apéritif à base de vin (y.c gentiane, amer et bitter)	63,5	8	3	Pernod, CDC, Cusenier	no, Byrrh, Ambassadeur, Mandarin, Richard Dry, Amer Bière..
-vins doux naturels	20,8	10,2	2e		.Banyuls, Vabé, Byrel
-Porto (Va1)					.Cintra, Feist, Real
.Eaux de vie					
-Cognac	14,6	8,3	4e	Bisquit, Paulet, Framy	.Bisquit, Paulet, Fromy
-Armagnac	3,8	13,0	1e	Sté des Produits d'Armagnac, Cusenier, Sica Armagnacaise	.Marquis de Montesquiou, Baron de Castera, Les quatre fils Aymon
-Rhum	33,7	7,7	3e	Jourdain, Cusenier, Pernod	.Vana, Noura, Romora, Tiger, Rico
-Calvados	16,6	7,4	1e	Cusenier, Busnel, Distilleries réunies	.Busnel, Roi d'Yvetot, Lancelot
-Whiskies	33,0	14,2	4e	Campbell, CDC, GMC	.Old Crow, White Heather, Campbell, Highlan queen, Aberlour
-Gin et vodka	3,3	34,4	1		.Smirnoff, clinton, Rubiska, Epsom, Voloskaya, Gilbeys...
-Cidre	108,8	-	1	Distilleries Réunies	.Cidre de terroir, Bigpom, Joyeux Normand
-Champagne				Lanson, Besserat Bellaфон, Ets Vinicoles Champenois	.Lanson, Besseratde Belleфон, A. Lepitre, Goulet
-Vin	4000,0	13	1	SVF, Orbega	
.Boissons sans alcool					
-Jus de fruits nectars	91	-	1	Pampryl	.Pam Pam, Pampryl
-Boissons aux fruits	227	-	3e	CDC	.Banga, Fanta
-Sirops	126	-	3e	SPBG	.Freezor
-Colas	134	-	5e	CDC	.Coca-Cola
-Tonic-Bitters	99	-	3e		.Bitter Lemon
-Sodas	248	-			.Verigoud

(1) Unités : millions de litres

TABLEAU 10 : Les activités de BSN GERVAIS DANONE en 1975 (dans l'alimentaire)

Activités	Produits	chiffre d'affaires 1975 millions	%	part du marché en 1972	Firmes principales	marques
BOISSONS	bière	2334	67,1%	45 %	Kronenbourg, sté Européenne de Brasserie (SEB)	Kronenbourg, Kanter Brau, Champigneulles, Dumesnil, La Meuse Obernai Village
	eau minérale	489	21,0%	28 %	Evian, Badoit Ebamsa (Espagne)	Evian, Badoit, St Alban, Thonon
	Boissons sucrées	278	11,9%	30 %	Sté d'exploitation des produits Eva et Fruité (SEVPFE) Kronenbourg, SEB	Gini, Canada dry, Bali, Eva et Fruité
PRODUITS FRAIS	Fromages frais	2351		36 %	Gervais Danone Stenval Laiterie de ville-comtal	Gervais, Danone, Stenval, Floreal Danino, Flan dane, Danette, dany
	Yoghourts			55 %	filiales étrangères	
EPICERIE SECHE	Desserts	1212		70 %	Diep 1 Gallia Prodial (Espagne) Sadiep	Jaquemaire, Fali, Gallia
	Produits non laitiers divers			40 %	Sté Panzani Milliat Semoulerie de Bellevue Riccardi (Italie) Saula (Espagne)	Panzani, Petit jean, Garbit

Le groupe a lancé successivement les produits : EVA et FRUITE, GINI, CANADA DRY et a acquis la concession COCA COLA pour la France. Dans le secteur brassicole BSN est bien implanté sur le marché de la bière de luxe (60 % du marché français).

Le groupe essaie de s'implanter à l'étranger sur le marché des boissons par une politique d'exportation directe et de création de filiales dans les pays destinataires (des résultats notables sont intervenus dans le domaine de la bière) mais aussi par le Franchising.

### 3 - Le groupe MARTINI-ROSSI

Filiale du groupe Italien du même nom il regroupe les activités de la SAF MARTINI et ROSSI (France) et de la société St RAPHAEL sa filiale.

Leader du secteur des spiritueux après PERNOD-RICARD le groupe a réalisé en 1974 un chiffre d'affaires supérieur au milliard.

Spécialisé au départ dans les apéritifs à base de vins le groupe s'est diversifié à l'ensemble des spiritueux et aux vins de champagne et mousseux.

Le groupe est absent dans les sous secteurs des boissons non alcoolisées ou faiblement alcoolisées.

#### Le groupe MARTINI ST RAPHAEL dans le marché des boissons français

Produit	Part du marché	rang	firmes concernées
Apéritif à base de vin	50 %	1	Martini, St Raphael, Offley Forrester
Anisés	9 %	2	Duval
Whiskies	4 %	4	Martini St Raphael
Cognac	5 %	4	Otard, Gaston Lagrange
Rhum	25 %	2	Cie Métropolitaine des Rhums, Duquesne
Liqueurs	-	-	Dolfi
Champagne	-	-	Cazanove et Cie SA
Mousseux	-	1	Cie Française des Grands Vins

### 4 - Le groupe PERRIER

Cette société holding est au centre d'un important groupe agro-alimentaire ayant des activités dans divers domaines :

- Boissons non alcoolisées : eaux minérales, eaux de table (76 % de son activité boissons), boissons sucrées et jus de fruits ;

ce secteur organisé autour de la STE GENERALE des GRANDES SOURCES D'EAU MINERALES, contrôle quatre marques d'eau minérale (PERRIER, CONTREXVILLE, VICHY St YORRE, VICHY ETAT) et dispose d'une douzaine d'autres marques à rayonnement régional. Les Soft drinks et jus de fruits connus sous les marques : PSCHITT, PEPSI-COLA, FRUITE, GINI étaient distribuées jusqu'en 1976 (date de cessation de l'accord) par la société VICHY DISTRIBUTION filiale commune à PERRIER et BSN.

Le groupe PERRIER est le leader du secteur des boissons non alcoolisées loin devant la Sté EVIAN (du groupe BSN) et VITTEL avec un chiffre d'affaires de 910 millions en 1975.

- Produits laitiers : qui représentent avec un chiffre d'affaires de l'ordre de 1,5 milliard la principale activité du groupe malgré la cession des principales activités laitières de GENVRAIN. Cette activité se fait autour des filiales PREVAL, SAINT HUBERT (société cédée fin 1976 au pool de coopératives adhérentes à la SODIMA) GENVRAIN, ROQUEFORT.

- Confiserie chocolaterie : les principales marques produites sont LINDT, ROZAN, JACQUIN et TOUR EIFFEL. Cette activité représente 4,5 % du chiffre d'affaires global en 1975.

Ce groupe est bien implanté au niveau international pour ce qui concerne les boissons. Il contrôle des sources d'eau plate et d'eau gazeuse en Espagne, au Brésil et intervient sur les marchés italiens par SAN PELEGRINO (participation de 35 %) et sur le marché allemand avec CONTREX GmbH.

#### 5 - Le groupe MOET HENNESSY

Ce groupe holding a réalisé en 1974 un chiffre d'affaires global de plus de 1 milliard de francs, dont 768 millions dans les boissons (soit 77 %). Il est né en 1971 de la fusion de MOET et CHANDON (N°1 des champagnes) et de JAS HENNESSY (N°1 du cognac).

Cette société s'est fortement diversifiée, vers les boissons complémentaires (mousseux, autres spiritueux, et notamment les spiritueux importés) et des produits de luxe : parfums et produits de beauté (prise de contrôle des parfums Christian DIOR). Corrélativement le groupe a restructuré son appareil de distribution tant pour le marché national (création d'un GIE en vue d'unifier la politique commerciale sur le marché français des boissons) qu'à l'étranger (création de nombreuses filiales).

Ainsi, le groupe est devenu un des leaders dans 3 secteurs : le champagne, les spiritueux et les produits de beauté. Le chiffre d'affaires de la société se répartit ainsi en 1974 : champagne 45,4 %, cognac 31,4 % et parfums 23,2 %. A terme l'objectif de la société est de ramener la part du champagne au tiers du chiffre d'affaires afin d'accroître sa stabilité financière.

Cette société réalise la majeure partie de son activité boissons à l'exportation : environ 90 % du cognac et 50 % du champagne sont exportés.

### III - LES AXES ET LES MODALITES DE LA CONCENTRATION.

L'histoire de l'industrie des boissons sur ces 10 dernières années fait apparaître les principales modalités de concentration du secteur et de restructuration des entreprises. L'étude des axes selon lesquels le processus se développe aidera à préciser la logique globale d'évolution des entreprises.

L'axe fondamental est la concentration par croissance externe avec diversification et internationalisation des capitaux accompagnée le plus souvent d'une restructuration interne des entreprises.

Cette croissance externe n'est cependant pas exclusive, on note aussi une stratégie de croissance interne (notamment dans les secteurs où l'innovation sur les produits est possible).

#### 1 - La concentration par croissance interne

Elle peut revêtir 3 formes :

- développement rapide de l'activité de production de l'entreprise dans sa branche : cette stratégie de croissance est d'autant plus facile à mettre en oeuvre que le marché est en expansion (anisés, mousseux, liqueurs, champagnes, boissons non alcoolisées) à condition cependant que l'approvisionnement ne constitue pas une contrainte sur les possibilités d'expansion (comme ce fut le cas dans la période 1970-73 pour le champagne et le cognac). Les entreprises pratiquent aussi une politique de création de produits nouveaux pour relancer la demande (rhum, soft drink...). Il s'agit le plus souvent d'une simple différenciation de produits existants, l'apparition de produits nouveaux concernant surtout le marché des soft drinks (bitters, tonics).

- développement et rationalisation des activités de distribution qui facilite la conquête de nouveaux débouchés (création de filiales et succursales).

Néanmoins, compte tenu de la nature spéciale du marché des boissons, les consommations hors domicile y sont prépondérantes (clientèle des cafés, restaurants), il faut des réseaux spécialisés de distribution adaptés à ce marché et il est souvent avantageux pour les fabricants de prendre le contrôle de réseaux existants.

#### - Diversification des activités

- soit simplement en annexant la distribution des produits d'importation, qui permettent de rentabiliser le réseau de distribution

- soit en créant des ateliers de production de produits complémentaires, mais cela n'est possible que pour les produits à faible barrières d'entrée, tant technologiques, que législatives et économiques (soft drinks, mousseux). Dans le cas contraire, les firmes procèdent par croissance externe.

#### 2 - La concentration par croissance externe

2.1. - La concentration horizontale (regroupement de firmes ayant la même activité principale).

Elle réalise le plus souvent des économies d'échelle technique et permet d'accroître la part de marché de l'entreprise et ainsi de mieux la maîtriser et de mieux supporter éventuellement la concurrence internationale (pour les secteurs ouverts sur l'extérieur). Elle peut aussi permettre l'acquisition et la mise en oeuvre d'une nouvelle technologie.

Le secteur de la brasserie et celui qui a le plus mis en oeuvre cette forme de concentration au cours de la période : le nombre des entreprises est passé de 85 en 1968 à 50 en 1978. Ce processus de concentration s'est accompagné d'une réorganisation interne des entreprises par fermeture d'usine notamment ; le nombre d'usines est passé de 202 en 1962 à 90 en 1973. La production moyenne par unité est passée de 55 mille hl en 1962 à 250 mille en 1974. Par ailleurs, le groupe leader BSN prévoit, dans un plan de réorganisation de son secteur bière, la fermeture de 14 de ses 19 usines d'ici 1980.

La concentration horizontale s'est aussi opérée dans d'autres secteurs sans atteindre la même ampleur et sans avoir les mêmes conséquences. On note des opérations dans le secteur des champagnes, mais dans ce secteur les avantages sont plutôt d'ordre commercial que technique (la technologie est bloquée par la législation). Les récentes opérations autour de PERNOD et RICARD dans le secteur des spiritueux constituent à la fois une concentration des structures (fusion PERNOD - RICARD) et une diversification des activités (OPE sur CUSENIER).

## 2.2. - Concentration par diversification des activités

Cet aspect est très important depuis 1970. Les groupes relativement spécialisés jusqu'alors ont commencé à se déspecialiser. En effet, la spécialisation accroît la vulnérabilité aux variations du marché ne seraient-elles que conjoncturelles et la diversification des activités est pour les entreprises un moyen de répartir les risques et d'assurer ainsi un taux de profit plus régulier. D'une façon générale les opérations de concentration du capital sont d'abord des opérations financières, c'est à dire décidées en fonction de leur rentabilité.

Les marchés les plus recherchés sont :

- les boissons complémentaires, et plus particulièrement celles en expansion : champagnes, mousseux, spiritueux (cognac, Armagnac)(indépendamment de la crise de 1973).
- les boissons non alcoolisées, autre que les eaux de table (sirops, jus de fruits, soft drink).

Signalons, l'interpénétration financière extrêmement marquée entre les spiritueux et les champagnes qui sont deux produits de luxe complémentaires, l'intégration du secteur des mousseux par les firmes du champagne et des spiritueux ainsi que l'intégration du secteur des soft drinks par les spiritueux la bière et les eaux minérales. Cette dernière observation est révélatrice de phénomènes de domination de certains secteurs sur certaines branches.

- l'ensemble de l'alimentaire, les produits alimentaires de luxe (spiritueux) mais aussi l'alimentaire de grande consommation (BSN : lait, épicerie sèche, aliments infantiles..., PERRIER : lait, fromage, confiserie).

- divers produits : MOET HENNESSY : parfumerie, BSN : verre...

## 2.3. Concentration (Intégration) verticale

Elle est soit ascendante vers la production de matière première, soit descendante vers les activités de commercialisation.

Ce type de concentration permet :

- l'affranchissement des fabricants à l'égard de leur amont

Pour les boissons en France le problème de la matière première ne se pose pratiquement que pour les produits d'origine agricole, bénéficiant d'une appellation d'origine (eau de vie, champagne et vins d'appellation d'origine). On remarquera que pour ces produits les grandes entreprises ont poussé l'intégration ascendante jusqu'au stade de la production agricole, ce qui garantit une part de leur approvisionnement.

On peut noter aussi les participations dans les sociétés étrangères productives ou des sociétés importatrices de spiritueux (PERNOD-RICARD, MARTINI, CDC...).

Par ailleurs, certaines firmes intègrent tout ou partie des activités fournissant leurs consommations intermédiaires comme l'emballage par exemple (c'est le cas de PERRIER qui a ses propres verreries). Pour BSN la démarche a été inverse, spécialiste du verre d'emballage cette société a réalisé une intégration d'aval par l'annexion de l'activité boisson.

#### - l'affranchissement des fabricants à l'égard de leur aval

En effet, le problème de l'industrie des boissons, en particulier dans la période récente, est plus un problème d'écoulement de la production et de recherche des débouchés qu'un problème de production et d'approvisionnements. Les axes sont :

- participation dans des sociétés de distribution ou création de filiales (France et Etranger, en particulier pour les firmes fortement exportatrices de champagne et cognac)

- accords de distribution avec d'autres entreprises qui permettent par ailleurs de limiter également le coût de la distribution. Ces accords limités parfois à quelques produits seulement peuvent aller dans certains cas jusqu'à une fusion de réseaux

- accords de distribution réciproques passés entre deux firmes de nationalité différente.

Cette technique permet aux firmes d'obtenir pour l'exportation très rapidement une bonne couverture commerciale du pays client et sur le marché français un élargissement de ses produits distribués. Mais inversement, ce type d'accord facilitant la pénétration des produits étrangers accroît la concurrence sur le marché français.

D'une façon générale, on peut dire que la croissance externe qui est le fait des grandes entreprises, est un moyen pour elles d'accélérer leur croissance, de construire une armature conglomérale (qui permet de répartir les risques) et de réorganiser leur secteur d'activité.

### 3 - Internationalisation du capital

Avec le développement des échanges au niveau international on note aussi une internationalisation croissante du capital avec pénétration de capitaux étrangers en France et, mais à degré moindre, pénétration française à l'étranger.

#### 3.1. Les investissements étrangers en France

Ils sont importants et représentent une part non négligeable de l'activité des différents secteurs comme l'indique le tableau 11 qui donne la part du chiffre d'affaires de chaque secteur, réalisée par des firmes contrôlées à plus de 34 % par des capitaux étrangers ;

TABLEAU 11

**PARTS DU MARCHÉ REALISEES PAR DES ENTREPRISES  
SOUS CONTROLE ETRANGER EN 1973**

Secteur	% du C.A. réalisé par des entrep. à capitaux étrang.	% par pays d'origine des capitaux
Industrie laitière .....	8,6	Suisse 53, P.B. 23, U.S.A. 16
Charcuterie, conserves de viandes, plats cuisinés .....	10,5	G.B. 69, R.F.A. 20, U.S.A. 6
Conserves de légumes .....	9,7	Suisse 67, Belgique 17, G.B. 13
Conserves de fruits .....	7,9	Suisse 92
Pâtes alimentaires .....	22,3	Italie 98
Biscuiterie, biscotterie, panification .....	41,4	U.S.A. 75, Belgique 19
Aliments pour animaux .....	12,8	U.S.A. 58, P.B. 30, Belgique 8
Chocolaterie-Confiserie .....	34,8	U.S.A. 46, G.B. 21, Suisse 18
Café, Thé, Epices .....	68,6	Suisse 78, P.B. 13, U.S.A. 5
Entremets-desserts .....	33,0	Suisse 82, Belgique 18
Bouillons-potages .....	100	G.B. 57, P.B. 43
Aliments diététiques .....	39,0	Suisse 98
Malterie .....	5,2	G.B. 58, R.F.A. 42
Brasserie .....	15,7	Belgique 59, P.B. 36
Champagnisation .....	10,8	Canada 90, Italie 8
<u>Spiritueux, apéritifs,</u> <u>eaux de vie</u> .....	16,3	Italie 62, Canada 33
<u>Boissons non alcoolisées</u> .....	15,6	Belgique 55, U.S.A. 45
Corps gras alimentaires .....	29,4	P.B. 58, U.S.A. 42
Amylacées .....	50,5	U.S.A. 87, P.B. 13
Meunerie .....	€	
Sucrerie .....	€	Belgique 100

Source : La crise du secteur agro-alimentaire (D. BRESSON) Notes et Etudes  
(économie et politique)

On remarquera que d'une façon générale la part contrôlée par l'étranger dans les boissons (5 à 16 %) est un peu inférieure à celle des IAA (autour de 20 %). Néanmoins, parmi les 20 premières firmes du secteur des boissons, 6 sont sous contrôle étranger : MARTINI (Martini, Italie) ; COURVOISIER (Hiram Walker, Canada) ; MUMM (Seagrams, Canada) ; MOTTE CORDONNIER (G. Artois, Belgique) ; ALBRA (Heineken, Hollande). Signalons aussi que VITTEL (6ème groupe des boissons) est contrôlé à 32 % par le groupe multinational NESTLE ( suisse ).

### 3.2. Les investissements français à l'étranger

L'exportation de capitaux français par les firmes des boissons semble être, quoique limitée, une des plus importante, sinon la plus importante des IAA.

Cette pénétration française à l'étranger se fait sous deux formes : pénétration industrielle c'est à dire par création d'unités de production, ou participation dans des unités existantes ; pénétration commerciale c'est à dire par création de filiales ou prises de participation dans des sociétés se cantonnant dans l'importation ou la revente de produits. Elle est le fait des grandes firmes du secteur.

#### - la pénétration industrielle

ELLE permet de réduire les aléas de la conjoncture politique et monétaire auxquels sont toujours sensibles les exportations et ainsi de mieux assurer l'élargissement des débouchés ou des approvisionnements.

La pénétration pour l'élargissement des débouchés n'est possible que pour les produits de nature industrielle (bière, liqueurs, mousseux). Les groupes BSN, PERRIER et MOET HENNESSY ont pris des participations à l'étranger chacun dans leur secteur. Les entreprises produisant des liqueurs apéritives (en particulier COINTREAU et MARIE BRIZZARD) se sont développées sur les marchés étrangers par une politique de création de succursales (ou de filiales). En effet, 25 % des liqueurs élaborées par les firmes françaises le sont à l'étranger. Ceci, notamment en raison de l'existence d'interdictions ou de quotas d'importation dans certains pays d'une part, et de l'éloignement de certains marchés d'autre part.

Les investissements en vue de s'assurer un approvisionnement de qualité se sont portés sur les maisons produisant des produits d'exportation (whisky, porto...). Ils sont principalement le fait de groupes de développement (PERNOD, RICARD, MARTINI, CDC...).

#### - la pénétration commerciale

Elle a surtout été mise en oeuvre par les firmes situées sur des marchés largement ouverts sur l'extérieur (spiritueux, champagne). Les entreprises les plus importantes de chacun de ces secteurs se sont tissées un réseau important de filiales ou succursales de vente, ou ont développé des accords de distribution (cf supra) en Europe et plus généralement dans le monde entier.

## IV - LES PERFORMANCES DES ENTREPRISES

Nous donnons dans ce paragraphe quelques éléments permettant de caractériser les performances des firmes du secteur. La rentabilité est, en effet, un élément important de la dynamique des secteurs.

Les performances économiques sont mesurées dans chaque sous secteur, par des ratios moyens d'entreprise (c'est à dire calculés après sommation des ratios d'entreprise appartenant à un même secteur) de structure d'exploitation (taux de valeur ajoutée) et de rentabilité (taux de cash flow et de bénéfice net). Ces ratios sont donnés dans les tableaux 12 à 15.

Nos observations portent uniquement sur l'échantillon des firmes étudiées dans chacun des sous secteurs. Ces données ne sont donc représentatives que du groupe des firmes leaders de chaque secteur (soit 35 à 45 entreprises suivant les années).

### 1 - Le taux de valeur ajoutée par rapport au chiffre d'affaires

Ce ratio mesure, la quote part productive imputable à l'entreprise dans la valeur finale du produit c'est à dire qu'elle incorpore au produit final, le degré de transformation ou de service réalisé par l'industrie. Il reflète aussi le degré de maîtrise du prix de la production par les firmes.

Le taux moyen de valeur ajoutée sur la période 1968-74 est de 38,2 % soit un peu moins du double de celui de l'ensemble des IAA (21, 7 % en 1971). Globalement, les consommations intermédiaires sont relativement plus faibles que pour des I.A.A.

Deux sous secteur : les apéritifs et liqueurs et la brasserie sont proches de la moyenne de la période (38, 9 et 38, 0). Par contre les champagnes ont un taux de valeur ajoutée sensiblement plus élevés (+ 10 % environ) en raison de l'utilisation de procédés de fabrication artisanaux et de la durée de maturation des vins (3 ans minimum) qui accroît la valeur du produit.

Inversement, pour les alcools de bouche et les boissons non alcoolisées le taux est plus faible ; les procédés de fabrication sont plus industriels (en particulier pour les boissons non alcoolisées). Néanmoins, pour certains alcools, tels le cognac, le taux de valeur ajoutée est voisin du taux moyen du secteur.

Sur la période on doit noter :

. une élévation du taux en 1973 et 1974 pour le champagne liée à l'accroissement du stock

. une baisse du taux pour la brasserie et les boissons non alcoolisées qui provient d'une rationalisation des structures (en particulier pour la brasserie).

### 2 - Les ratios de résultat

#### - le taux cash flow par rapport aux capitaux propres (1)

Ce taux mesure le taux d'accumulation totale du capital à l'intérieur et à l'extérieur de l'entreprise (autofinancement et distribution de dividendes aux actionnaires). C'est donc le taux de rentabilité totale du capital.

Le taux moyen de cash flow par rapport aux capitaux propres est de 21,9 % soit également environ le double de celui des IAA. Cette moyenne varie selon les sous secteurs :

. Pour les champagnes et mousseux, elle est inférieure de moitié à celle du secteur du fait de l'importance du capital immobilisé et en particulier des stocks et parfois des immobilisations foncières (valeurs immobilières qui d'ailleurs se valorisent dans le temps).

De même, pour les alcools de bouche le taux est aussi inférieur pour des raisons similaires.

(1) le cash flow est obtenu par sommation du bénéfice net comptable et des dotations aux amortissements et aux provisions.

TABLEAU 12 : ratio :  $\frac{\text{Valeur ajoutée}}{\text{Chiffre d'affaires}} \times 100$

Secteurs	Années							Moyenne de la période
	1968	1969	1970	1971	1972	1973	1974	
1. Champagne moussoux	48, 5	44, 3	44, 3	42, 6	46, 0	55, 5	52, 6	47, 6
2. Apéritifs liqueurs	40, 6	41, 5	42, 3	38, 5	37, 7	35, 8	36, 0	38, 9
3. Alcools de bouche	29, 3	29, 6	33, 3	34, 5	31, 6	33, 7	32, 0	31, 7
4. Brasserie	42, 6	38, 5	40, 8	40, 3	35, 7	34, 0	34, 7	38, 0
5. Boissons non alcoolisées	38, 9	34, 0	35, 2	35, 0	35, 4	34, 6	31, 6	35, 0
Ensemble boissons	40, 0	37, 2	39, 2	38, 2	37, 3	38, 7	37, 5	38, 2

TABLEAU 13 : ratio :  $\frac{\text{Cash flow}}{\text{Capitaux propres}} \times 100$

Secteurs	Années							Moyenne de la période
	1968	1969	1970	1971	1972	1973	1974	
1. Champagne moussoux	12, 0	12, 8	9, 4	12, 6	16, 0	13, 4	6, 4	11, 8
2. Apéritifs, liqueurs	21, 4	27, 7	23, 5	31, 1	26, 6	26, 5	18, 3	25, 0
3. Alcools de bouche	14, 9	18, 5	16, 0	16, 7	22, 3	15, 6	18, 6	17, 5
4. Brasserie	32, 1	25, 7	20, 1	23, 2	25, 5	26, 8	20, 4	24, 8
5. Boissons non alcoolisées	27, 2	31, 1	27, 6	33, 4	33, 4	36, 0	19, 9	29, 8
Ensemble boissons	21, 5	23, 2	19, 3	23, 4	24, 8	23, 7	16, 7	21, 9

TABLEAU 14 : ratio :  $\frac{\text{bénéfice net}}{\text{chiffre d'affaires}} \times 100$

Secteurs	Années							Moyenne de la période
	1968	1969	1970	1971	1972	1973	1974	
1. Champagne Mousseux	8, 6	6, 7	6, 0	6, 4	8, 8	6, 7	0, 2	6, 2
2. Apéritifs Liqueurs	5, 9	6, 6	5, 9	6, 7	5, 8	6, 2	4, 2	5, 9
3. Alcools de bouche	6, 5	7, 8	7, 2	5, 4	3, 2	4, 5	0, 4	5, 0
4. Brasserie	2, 4	3, 0	2, 5	1, 3	0, 6	0, 8	- 2, 4	1, 2
5. Boissons non alcoolisées	3, 3	4, 3	3, 9	3, 5	2, 1	3, 8	0, 7	3, 0
Ensemble boissons	5, 4	5, 7	5, 1	4, 7	4, 1	4, 4	0, 6	4, 3

TABLEAU 15 : ratio :  $\frac{\text{bénéfice net}}{\text{capitaux propres}} \times 100$

Secteurs	Années							Moyenne de la période
	1968	1969	1970	1971	1972	1973	1974	
1. Champagne Mousseux	7, 3	7, 4	4, 9	6, 9	9, 5	8, 2	0, 4	6, 3
2. Apéritifs Liqueurs	14, 4	21, 4	15, 1	21, 0	17, 1	16, 0	9, 5	16, 3
3. Alcools de bouche	9, 9	11, 7	8, 9	9, 7	9, 5	8, 1	5, 4	10, 4
4. Brasserie	3, 2	4, 4	4, 3	4, 7	2, 3	2, 0	-4, 4	2, 4
5. Boissons non alcoolisées	8, 7	13, 4	13, 4	15, 7	10, 3	11, 1	-5, 2	8, 8
Ensemble boissons	8, 7	11, 7	9, 3	11, 6	9, 7	9, 1	1, 1	8, 7

. Inversement pour les boissons non alcoolisées le taux moyen est beaucoup plus élevé du fait de la rotation rapide du capital et des immobilisations relativement faibles.

. Pour les apéritifs et liqueurs et la brasserie ce taux est un peu supérieur à la moyenne

Il faut également noter la chute du taux de cash flow en 1974 (sauf alcools de bouche) en raison de la crise.

- le taux de bénéfice net par rapport au chiffre d'affaires et aux capitaux propres

Le bénéfice net est le critère traditionnel de mesure de l'efficacité et de la rentabilité des entreprises.

Le taux de bénéfice par rapport aux capitaux propres indique la rémunération nette du capital. Le taux par rapport au chiffre d'affaires est un indice de structure des prix, et de sensibilité de la marge nette des secteurs. Il peut être considéré dans un marché libéral comme un indice de concurrence (faible marge nette) ou de degré de monopole des secteurs (forte marge).

. le taux de bénéfice net par rapport au chiffre d'affaires; le taux moyen est de 4,3 %, c'est à dire relativement élevé malgré la chute de 1974.

On distingue deux groupes de secteurs :

- les secteurs élaborant des produits de luxe, à forte valeur unitaire, ont un taux supérieur à la moyenne (champagne, apéritifs et liqueurs, alcools de bouche)

- les secteurs élaborant des produits de grande consommation, à faible valeur unitaire dont les prix sont étroitement surveillés par les Pouvoirs Publics (boissons non alcoolisées et en particulier eaux minérales, et surtout brasseries) et au niveau desquels la concurrence est vive.

Sur la période, indépendamment de la crise de 1974, la marge nette a tendance à baisser dans les secteurs de la brasserie, des alcools de bouche et des boissons non alcoolisées. Le secteur des apéritifs et liqueurs est celui, qui, en 1974, a réussi à préserver le mieux ses moyens.

. Le taux moyen de profit (bénéfice comptable/capitaux propres) est de 8,7 % Il varie de 2,4 à 16,3, et si on enlève l'année 1974 il est supérieur à 10 %.

- le record de taux de profit est détenu par les apéritifs et liqueurs, secteur à rotation rapide du capital et à bénéfice élevé par unité produite. Les boissons non alcoolisées (si on exclu 1974) ont un taux également supérieur à la moyenne (forte rotation du capital).

- deux secteurs, champagne et alcools de bouche, ont un taux de profit voisin du taux moyen (si on excepte 1974). Ce sont des secteurs où la rotation du capital est plus faible (surtout pour les champagnes).

- un secteur à faible taux de rentabilité, celui de la brasserie. C'est une industrie à très fort taux de capital industriel (un des plus lourds des IAA), en raison notamment du caractère saisonnier de son activité, qui, compte tenu des difficultés de majoration de ses prix, a des taux de profit faibles.

Deux secteurs sont déficitaires en 1974, la brasserie et les boissons non alcoolisées. Ceci est lié à la crise et aux conditions climatiques de l'été 1974.

### 3 - Conclusion

Le secteur des boissons apparait comme un secteur rentable, en particulier par rapport aux IAA. Ce caractère peut être considéré comme une des causes de la concentration du secteur.

C'est aussi un secteur où la crise a été durement ressentie. Le secteur des spiritueux est celui qui a le mieux supporté la dépression de 1974.

## CONCLUSION

L'étude sur la période 1968-1975, du secteur des boissons en France, met en évidence une double dynamique :

- au niveau des produits dans un marché globalement en expansion, apparaissent des évolutions contraires par groupes de produits. La dynamique spécifique de chacun de ces groupes peut être considérée comme révélatrice des modifications du comportement alimentaire, voire du mode de vie, des consommateurs.

- au niveau des entreprises la stratégie des firmes est, soit de s'adapter aux modifications des marchés, soit pour les firmes leaders de provoquer les évolutions de la demande les plus favorables à leur intérêts.

Cette double dynamique s'accompagne d'un processus de restructuration des entreprises, dont l'aspect le plus évident est la tendance marquée à l'oligopolisation.

Cette restructuration se fait sous l'égide de quelques grands groupes diversifiés (conglomérats ou groupes de développement) au caractère financier de plus en plus marqué (sociétés de gestion de portefeuille : holding, avec présence importante du capital financier bancaire, en particulier du groupe SUEZ). C'est à dire susceptibles de mettre en oeuvre une planification de leur développement en fonction des taux de rentabilité des différents marchés.



A N N E X E S

ANNEXE 1 : Données d'ensemble

ANNEXE 2 : Les firmes  
Principaux accords et organigrammes financiers

ANNEXE 3 : Méthodologie de l'indice Linda

ANNEXE 4 : Tableaux de concentration



ANNEXE 1

Données d'ensemble

- TABLEAU I : Industrie des boissons : relations branches-secteurs pour la variable facturations (en %). Année 1968.
- TABLEAU II : Industrie des boissons : relations branches-secteurs pour la variable facturations (en %). Année 1971.
- TABLEAU III : Importance comparée des différents secteurs des boissons en fonction du nombre d'entreprises de plus de 5 salariés et du chiffre d'affaires réalisé.
- TABLEAU IV : Importance comparée des différentes branches des boissons en fonction du nombre d'unités d'activité économiques et de leurs facturations.
- TABLEAU V : Evaluation des achats de boissons des ménages en francs constants 1972.
- TABLEAU VI : Evaluation des indices des prix de détail en francs constants.
- TABLEAU VII : Les principaux accords inter-entreprises selon les branches et le type d'opérations.

\*

\*

\*



INDUSTRIE DES BOISSONS : RELATIONS BRANCHES-SECTEURS POUR LA VARIABLE FACTURATION (EN %) ANNEE 1968

Tableau I

Branche Secteur	Champagne mousseux 1	Brasserie 2	Alcool de bouche 3	Spiritueux autres 4	Eau minérales 5	Boissons gazeuses sirops 6	Jus de fruits et de légumes 7	Autres 8	Ensemble secteurs 9
Champagne mousseux (1) →	87,9 95,2		1,1 0,9	1,2 1,9		0,8 0,4	1,0 0,2	1,4	1.080.000
Brasserie		99,2 90,8				23,0 8,9		0,3	1.452.645
Alcools de bouche	4,0 5,8		82,5 89,1	1,0 2,3		0,8 0,5		2,3	894.601
Spiritueux autres	5,6 3,4		9,9 4,4	96,9 88,6		13,6 3,5		0,1	2.160.862
Eau minérales		0,3 1,2			87,9 83,7	5,1 6,0	1,5 1,3	7,8	471.870
Boissons gazeu- ses, sirops			0,3 0,9	0,4 2,8	1,6 2,3	50,5 91,7	0,7 0,8	1,5	307.788
Jus de fruits et de légumes	0,4 1,6					0,5 1,0	78,7 81,0	16,4	304.584
Autres dont revente ↓	2,1	0,5	6,2 2,4	0,5 0,5	10,5 8,7	5,7 5,2	18,1		
Ensemble branches.	1.036.567	1.328.804	965.516	1.975.477	448.933	558.810	313.401	Source SCEES	

↓ Indique le % colonne, c'est-à-dire, la part de la branche traitée dans chacun des secteurs.

→ Indique le % ligne, c'est-à-dire, la part que chacune des branches représente dans le secteur.

(1) estimations

INDUSTRIE DES BOISSONS : RELATIONS BRANCHES-SECTEURS POUR LA VARIABLE FACTURATION (EN %) ANNEE 1971

Tableau II

Branches Secteur	Champagne mousseux 1	Brasserie 2	Alcools de bouche 3	Spiritueux autres 4	Eaux minérales 5	Boissons gazeuses sirops 6	Jus de fruits et de légumes. 7	Autres 8	Ensemble secteurs. 9
1	↓ 98,1 → 98,9							1,1	1.562.809
2		99,7 89,4				21,2 9,6		1,0	1.926.516
3	0,5 (1) 0,5		88,8 92,5	2,4 3,7		1,4 0,8		2,5	1.649.779
4	0,5 (1) 0,3		7,1 4,4	96,7 88,4		10,5 3,2	15,0 (1) 2,0	1,7	2.789.457
5					99,2 73,4	6,6 5,1	5,4 1,8	19,7	1.137.670
6			0,1 0,3	0,7 3,4	0,7 1,0	57,1 93,6	0,9 0,6	1,1	535.391
7						0,4 1,3	67,2 89,0	9,7	283.671
8	↓ 0,9	0,3	4,0	0,3	0,1	2,8	11,55		
Ensemble Branche.	1.575.308	1.728.341	1.717.168	2.552.048	841.451	877.780	375.424		Source SCEES.

(1) Estimations

IMPORTANCE COMPAREE DES DIFFERENTS SECTEURS DES BOISSONS EN FONCTION DU NOMBRE  
D'ENTREPRISES DE PLUS DE 5 SALARIES ET DU CHIFFRE D'AFFAIRES REALISE

Tableau III

Unité = 1.000 F.

	Mousseux Champagne	Brasserie	Eaux de Vie	Appéritif à base de vin	Appéritif autre que le vin	Eaux mi- nérales	Boissons gazeuses + sirops	Jus de fruits	Cidre	Ensemble des boissons	% IAA	Ensemble I.A.A.
<u>Année 1973</u>												
Entreprises N %	125 25,2	50 10,1	95 19,2	11 2,2	63 12,7	31 6,3	84 17,0	20 4,1	16 3,2	495 100	12,0	4.132
Chiffre d'Affaires FF (H.T.)	2.344.045 16,0	2.627.949 17,9	2.526.975 17,1	1.073.800 7,3	3.034.832 20,7	1.491.029 10,2	927.559 6,3	496.654 3,4	163.940 1,1	14.686.783 100	14,0	105.254.898
<u>Année 1971</u>												
Entreprises N %	117 22,8	57 11,1	90 17,5	12 2,3	71 13,8	27 5,3	101 19,6	22 4,3	17 3,3	514 100	11,0	4.671
Chiffre d'Affaires FF (H.T.)	1.601.450 14,7	2.198.282 20,2	1.714.860 15,7	897.688 8,2	2.277.401 20,8	1.153.344 10,6	638.936 5,9	335.031 3,1	92.084 0,8	10.909.056 100	13,5	80.917.128
<u>Année 1968</u>												
Entreprises N %	109 (1) 19,7	81 14,6	97 17,5	86 15,5		35 6,3	103 18,6	22 4,0	21 3,8	554 100	11,2	4.967
Chiffre d'Affaires FF (T.T.C.)	1.080.000 14,6	1.643.860 22,1	882.018 11,9	2.397.673 32,4		638.513 8,6	381.668 5,2	299.003 4,0	85.185 1,2	7.407.920 100	11,7	63.121.717

(1) Estimation.

Source SCEES.

IMPORTANCE COMPAREE DES DIFFERENTES BRANCHES DES BOISSONS EN FONCTION  
DU NOMBRE D'UNITES D'ACTIVITES ECONOMIQUES ET DE LEURS FACTURATIONS

Tableau IV

	Mousseux et Champagne	Bières	Eaux de vie	Apéri- tifs à base de vin	Apéritifs à base autre que de vin	Eaux mi- nérales	Boissons gazeuses et sirops	Jus de fruits et légumes	Cidre	Ensemble boissons	% FAA
<u>Année 1971</u>											
Unités d'activités éco. N	131	63	174	54	118	44	224	65	33	906	13,1
%	14,5	7,0	19,2	6,0	13,0	4,9	24,6	7,2	3,6	100	
Facturations Frcs	1.575.308	1.728.341	1.717.168	617.355	1.934.693	841.451	877.780	375.424	80.629	9.748.149	13,6
(1 000 F) TTC	16,2	17,7	17,6	6,4	19,8	8,6	9,0	3,9	0,8	100	
<u>Année 1968</u>											
Unités d'activités éco. N	195(1)	104	295	172	172	84	361	76	46	1.333	13,4
%	14,6	7,8	22,2	12,9	12,9	6,3	27,0	5,7	3,5	100	
Produits fabriqués Frcs	1.036.567	1.328.804	965.516	1.975.477	1.975.477	448.933	558.810	313.401	73.309	6.700.817	12,5
(1 000 F) TTC	15,5	19,8	14,4	29,5	29,5	6,7	8,3	4,7	1,1	100	

Les données 1968 concernent l'ensemble des entreprises de chacun des secteurs.  
Les données 1971 concernent seulement les entreprises de plus de 5 salariés permanents.

(1) Estimations.

Source S.C.E.E.S.

Tableau V

## EVALUATION DES ACHATS DE BOISSONS DES MENAGES EN FRANCS CONSTANTS 1972

- 75 -

	( Consommation à domicile )										Source : CREDOC INSEE		Unités = million Francs	
	1959	1961	1963	1965	1967	1968	1970	1971	1972	variation moyenne 1959-72 en %	variation moyenne 1968-72 en %	1973		
<u>Boissons</u> <u>Alcoolisées</u>														
• Ensemble des vins	9 279	9 411	9 525	9 978	9 739	9 709	9 805	10 074	10 455	+ 1,1	+ 1,9	11.132		
- VCC	7 217	6 969	6 762	6 825	6 448	6 326	6 350	6 176	6 171	- 1,4	- 0,63	6.770		
- VDN	462	498	514	553	571	583	573							
- VAOC	1 341	1 594	1 802	2 034	2 026	2 068	2 035	2 848	3 209	+ 6,5	+ 5,3	3.213		
- champagne	259	350	447	566	694	732	847	1 050	1 075	+ 26,3	+ 11,7	1.149		
• Spiritueux	1 913	2 112	2 598	3 051	3 523	3 970	4 155	4 305	4 725	+ 12,2	+ 4,8	5.127		
- apéritifs et vins de liqueurs	766	949	1 243	1 516	1 793	2 041	2 197	2 278	2 428	+ 18,1	+ 4,7	2.498		
- eau de vie et liqueurs	1 147	1 163	1 355	1 535	1 730	1 929	1 958	2 027	2 297	+ 8,4	+ 4,8	2.629		
• Bière	911	849	861	969	1 131	1 169	1 317	1 421	1 374	+ 4,2	+ 4,4	1.441		
• Cidre	254	229	219	203	215	207	210	210	211	- 1,8	+ 0,5	201		
<u>Boissons non</u> <u>alcoolisées</u>														
• Eaux minérales	978	1 157	1 376	1 499	1 920	1 918	2 284	2 520	2 864	+ 16,1	+ 4,1	2.794		
• Boissons gazeuses	706	805	889	951	1 192	1 189	1 437	1 604	1 912	+ 14,2	+ 15,2	1.838		
• Jus de fruits et liqueurs, sirops	238	261	331	379	491	489	579	617	656	+ 14,6	+ 8,5	659		
• café, thé, chi- corée, infusions	34	91	156	169	237	240	268	289	296	+ 64,2	+ 5,8	297		
Achats totaux de boissons	2 584	2 442	2 468	2 612	2 691	2 795	2 933	2 944	2 854	+ 0,9	+ 0,5	2.794		
Achats alimen- taires	15 919	16 200	17 047	18 312	19 219	19 768	20 704	21 474	22 483	+ 3,4	+ 3,4	23.489		
87 737	97 565	109 611	116 050	122 624	125 973	130 512	136 951	142 914	142 914	+ 5,2	+ 3,4	146.136		
% Boissons	18,1	16,6	15,5	15,8	15,7	15,7	15,9	15,7	15,7	- 1,2	-	16,1		

EVOLUTION DES INDICES DES PRIX DE DETAIL EN FRANCS CONSTANTS 1959 (BASE 100 EN 1959)  
 ACHATS DES MENAGES POUR LA CONSOMMATION A DOMICILE

Tableau VI

	1960	1962	1964	1966	1968	1970	1972
Produits alimentaires	99,8	101,6	104,4	105,0	107,4	104,8	105,1
Boissons	98,8	95,9	94,2	91,3	92,9	93,0	91,4
<u>Boissons alcoolisées</u>							
. Ensemble des vins	99,1	97,4	94,7	91,7	93,6	94,3	-
- V.C.C.	98,6	96,0	93,3	88,4	88,9	89,1	83,3
- V.D.N.	105,5	100,1	102,4	100,9	100,5	102,5	
- V.A.O.C.	101,8	107,2	104,3	107,6	108,1	110,0	115,1
- Champagne	99,6	103,4	106,4	103,0	137,4	134,1	144,1
. Apéritifs et vins de liqueurs.	97,8	91,5	92,5	87,1	93,5	93,9	93,2
. Eaux de vie et liqueurs (yc. le Whisky)	100,0	95,4	97,5	95,4	98,2	96,8	101,1
. Bière	99,4	98,5	103,8	100,6	104,8	105,9	105,9
. Cidre	99,4	99,6	103,5	99,9	103,7	104,5	109,7
<u>Boissons non alcoolisées</u>							
. Eaux minérales	98,8	95,0	90,0	86,9	84,5	83,0	83,1
. Boissons gazeuses	99,3	105,0	106,3	101,9	102,9	97,6	94,1
. Jus de fruits et de légumes, sirops.	95,8	81,9	84,7	81,5	81,1	75,1	79,7
. Café, thé, chicoré malt, infusions.	96,2	88,3	86,6	84,8	81,8	82,8	74,2

TABLEAU N° VII : Les principaux accords inter-entreprises selon les branches et le type d'opérations

Source : Agra-Alimentation

type d'opérations années	1965				1966				1967				1968				1969			
	1970		1971		1972		1973		1974		1975		1976		1977		1978			
	I	II	III	total																
Vins et spiritueux	5	1	1	7	4	-	3	7	2	1	4	7	2	2	3	7	2	3	3	8
Brasserie	2	1	-	3	4	-	4	4	3	-	-	3	1	-	-	1	4	3	-	7
Jus de fruits	-	-	1	1	-	1	-	1	1	-	1	2	-	-	-	-	-	-	-	-
Eaux minérales-bois. gazeuses	1	-	-	1	-	1	-	1	-	1	-	1	-	-	-	1	-	-	1	2
Ensemble boissons	8	2	2	12	8	2	3	13	6	2	5	13	3	3	3	9	6	7	4	17
Ensemble IAA	20	4	10	34	27	8	19	54	31	8	30	69	32	30	31	93	29	32	19	80
% Boissons	40,0	50,0	20,0	35,3	29,6	25,0	15,6	24,1	19,4	25,0	16,7	18,8	9,4	10,0	9,7	9,7	20,7	21,9	21,1	21,3
	1970				1971				1972				1973				1974			
Vins et spiritueux	4	8	5	17	1	10	5	16	-	3	2	5	1	23	4	28	3	12	2	17
Brasserie	3	2	2	7	3	2	-	5	5	4	1	10	3	2	2	7	-	3	-	3
Jus de fruits	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	2	-	3	1	4	-	-	-	-
Eaux minérales-bois. gazeuses	-	1	2	3	-	-	1	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Ensemble boissons	7	11	9	27	4	12	6	22	5	8	4	17	4	28	7	39	3	15	2	20
Ensemble IAA	48	46	34	128	26	48	23	97	33	56	22	111	22	73	20	115	8	47	13	68
% Boissons	14,6	23,9	26,5	21,1	14,4	25,0	26,1	22,7	15,2	14,3	18,2	15,3	18,2	38,4	35,0	33,9	37,5	31,9	15,4	29,4

I Fusions et absorptions II Apports partiels et prises de participation III Accords limités



ANNEXE 2 : Les firmes : organigrammes financiers

Les principaux groupes ou entreprises du secteur  
des boissons

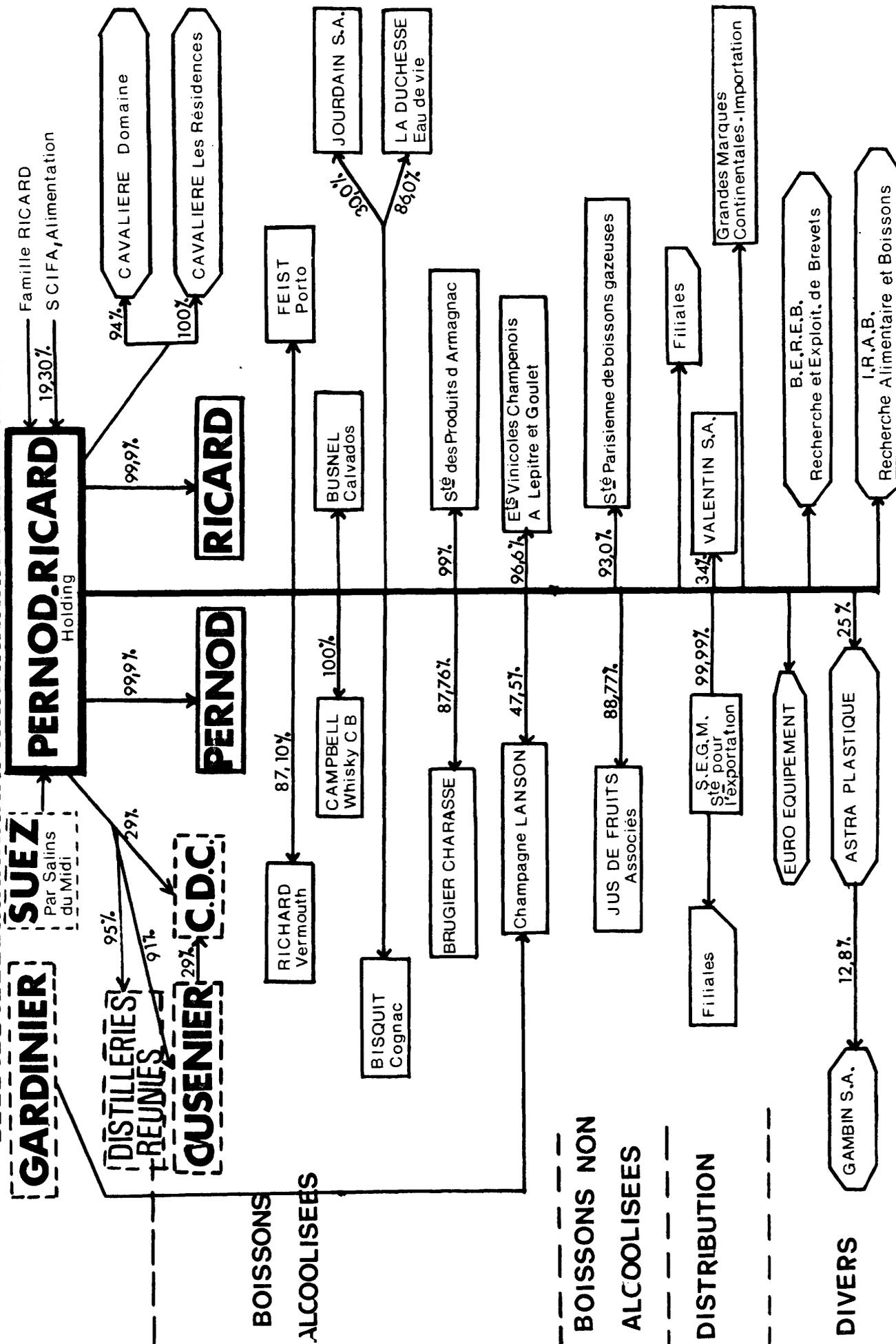
	Chiffre d'affaires dans les boissons 1974	Nombre de salariés
1. BSN (boissons)	2365	8815
2. PERNOD RICARD	2245	3138
3. MARTINI-St RAPHAEL (Gr. Martini Italie)	1048	1628
4. PERRIER	939	5000
5. MOET-HENNESSY	899	2515
6. VITTEL (Gr. Nestlé suivre)	427	2364
7. UNION DE BRASSERIES	392	1942
8. COURVOISIER (Gr. Hiram Walker, Canada)	336	412
9. CDC (1)	318	920
10. MARTELL	298	732
11. MUMM (Gr. Seagrams, Canada)	240	1054
12. BARDINET	240	745
13. BERGER	229	550
14. Rémy MARTIN	199	459
15. CUSENIER (1)	183	559
16. COINTREAU	167	341
17. MOTTE CORDONNIER (Gr. Artois Belgique)	163	770
18. Vve CLICQUOT PONSARDIN	163	664
19. PELFORTH	150	883
20. ALBRA (Gr. Heineken, Hollande)	150	1244

Nous donnons l'organigramme financier pour les 5 premiers groupes.

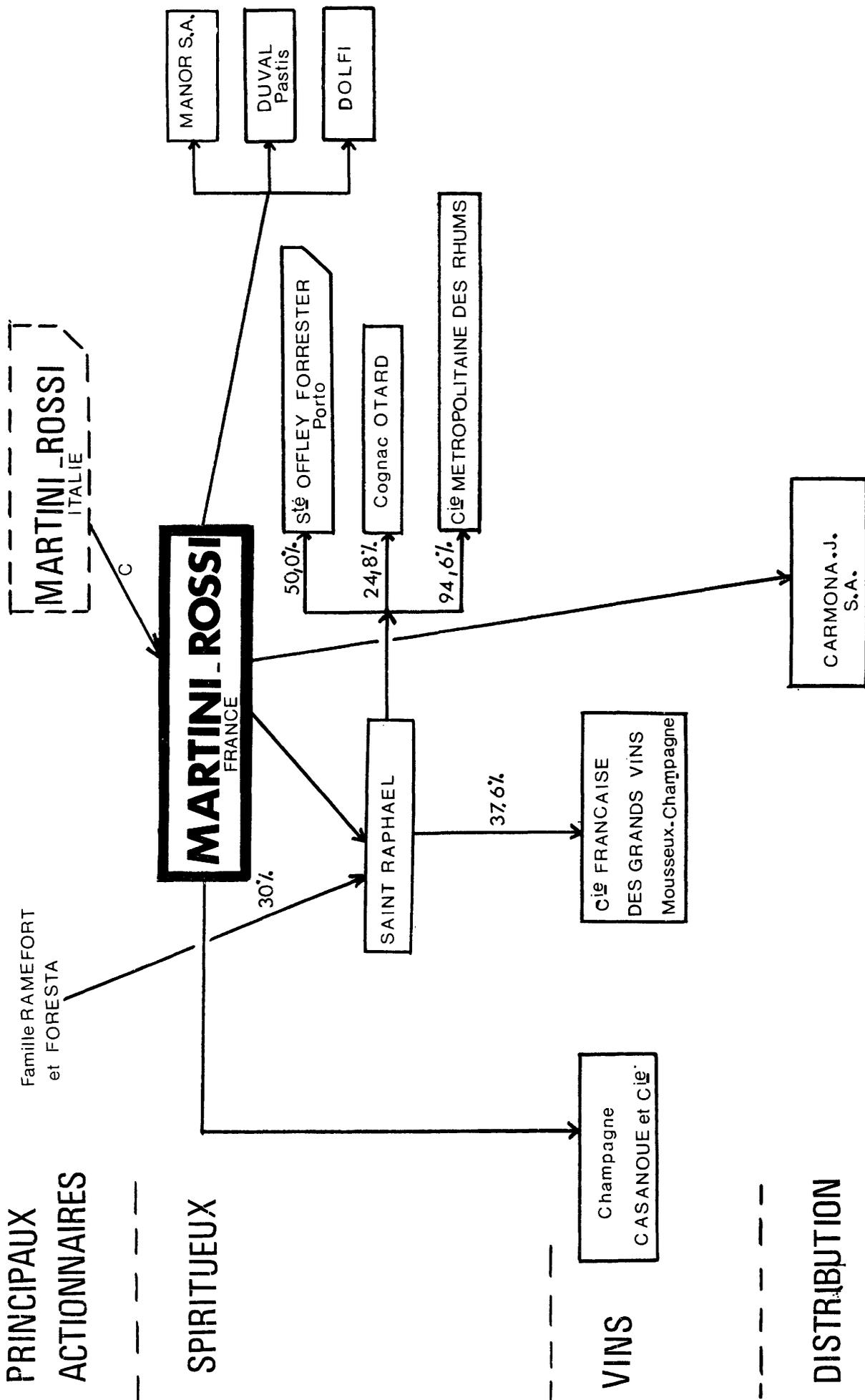
-----  
(1) Ces deux groupes sont intégrés à partir de 1975 au groupe PERNOD-RICARD



ORGANIGRAMME FINANCIER DU GROUPE "PERNOD-RICARD"



ORGANIGRAMME FINANCIER DES GROUPES MARTINI-ROSSI



# ORGANIGRAMME FINANCIER DU GROUPE "MOET HENNESSY"

## ACTIONNAIRES

### ACTIVITE

### FINANCIERE

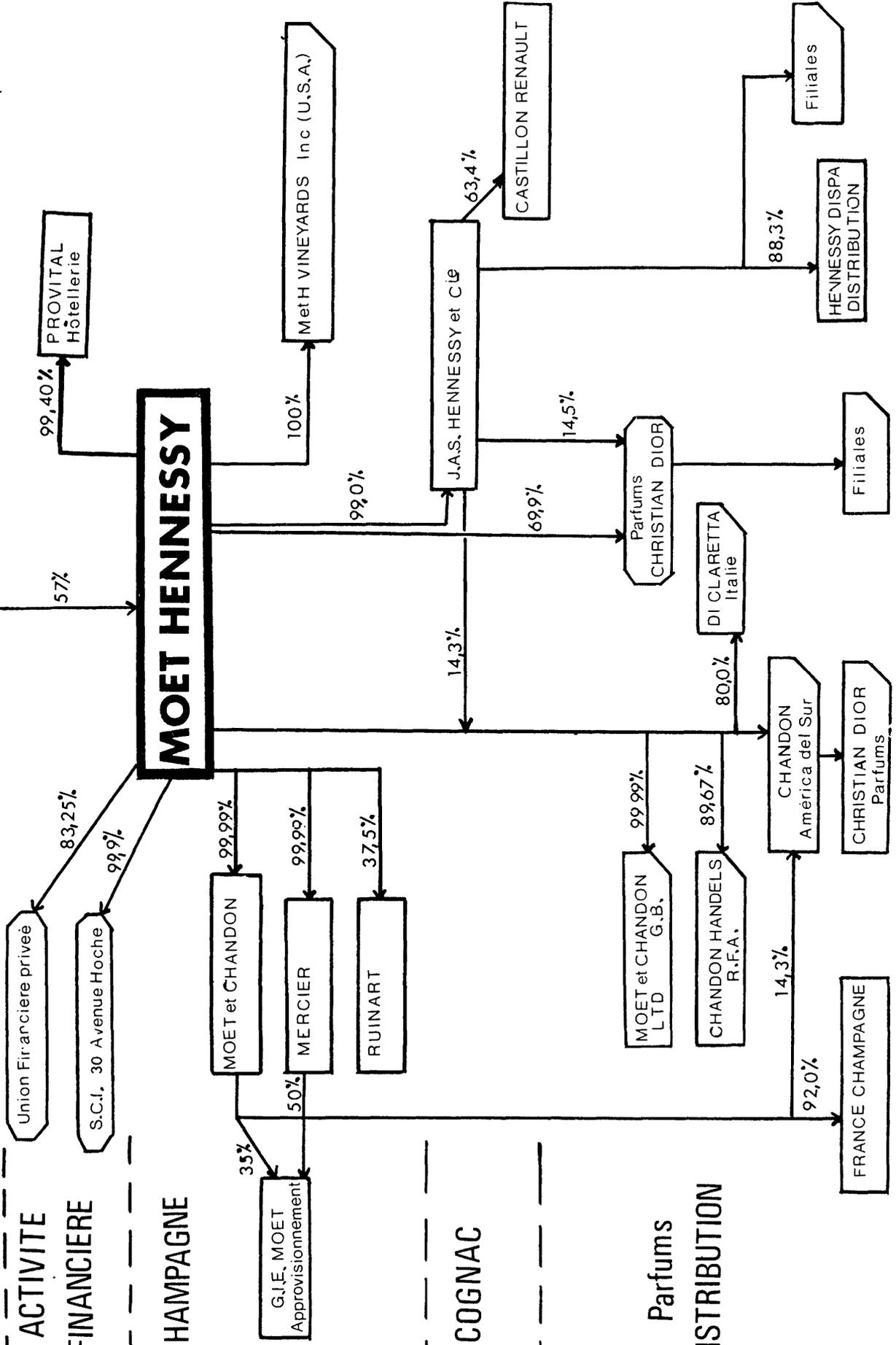
### CHAMPAGNE

### COGNAC

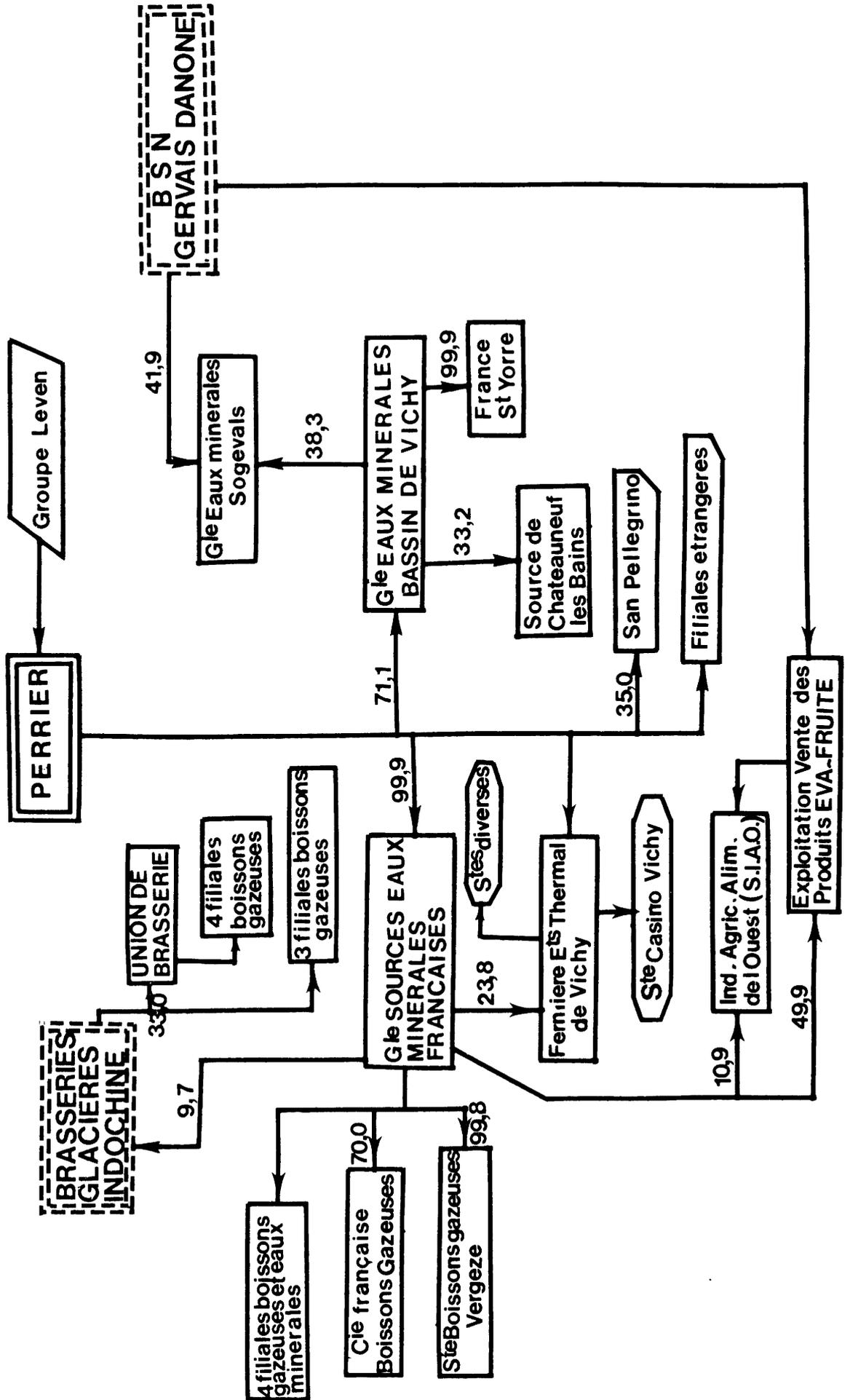
### Parfums

### DISTRIBUTION

Familles  
MOET-CHANDON-HENNESSY-MERCIER



ORGANIGRAMME SIMPLIFIE DU GROUPE PERRIER-BOISSONS







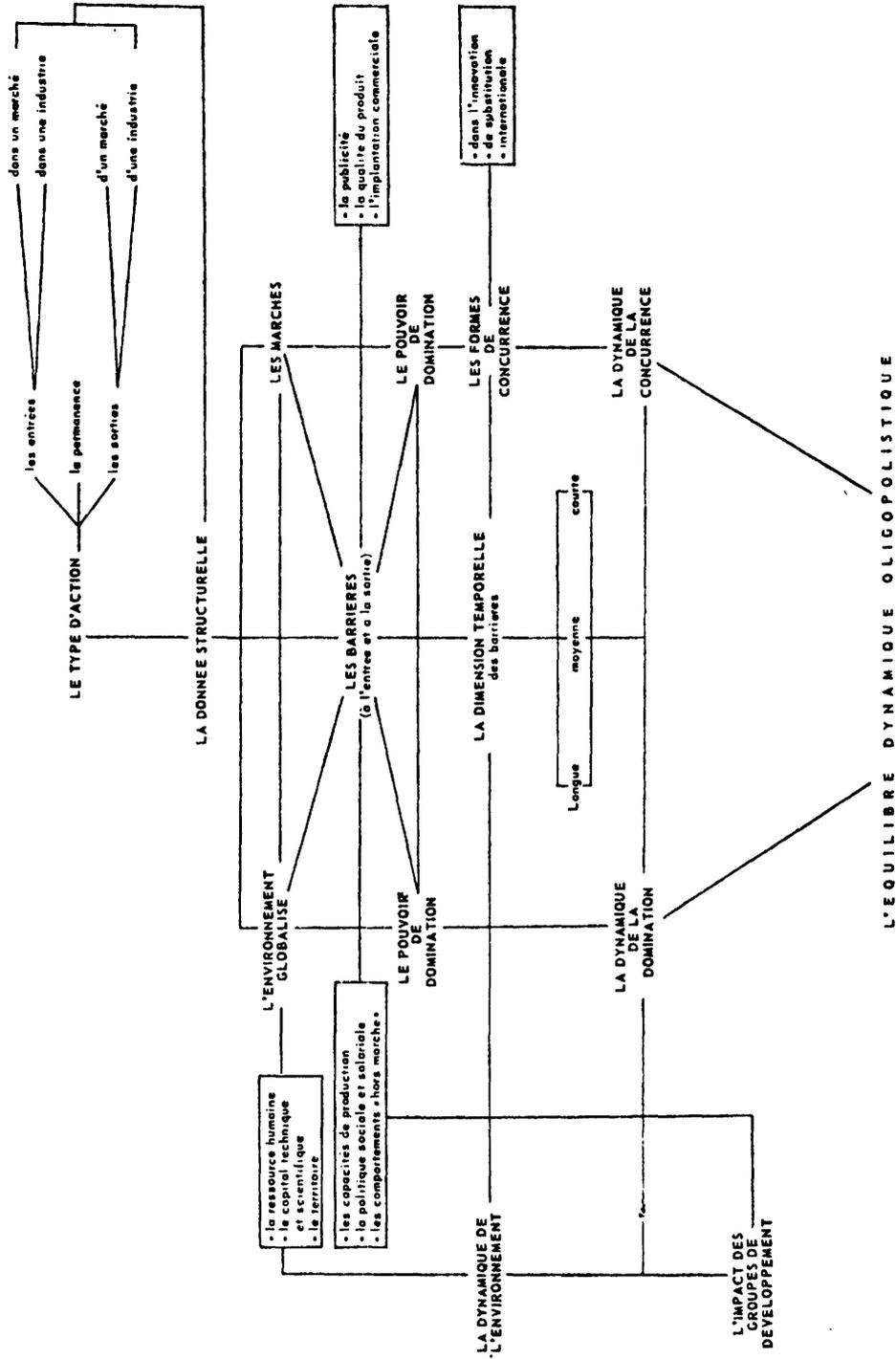
ANNEXE 3

METHODOLOGIE DE L'ANALYSE ECONOMETRIQUE DE LA CONCENTRATION

---



LES RELATIONS STRUCTURELLES DYNAMIQUES



## I - LA PROBLEMATIQUE

L'analyse des formes modernes de la concurrence et de l'évolution des structures industrielles doit prendre en compte "les trois principes régissant la réalité économique moderne. Ces principes seront définis comme suit:

1 - le principe de l'interdépendance des phénomènes et des comportements économiques et sociaux exprime l'ensemble des contraintes et des conditionnements auxquels toute activité humaine est soumise.

2 - le principe de l'évolution (ou dynamique) exprime les mutations portant continuellement sur les structures, les institutions, les modèles et les faits (...).

3 - le principe de l'inégalité marque le déséquilibre entre les multiples forces et pouvoirs agissant dans l'arène aussi bien économique que sociale" (1).

Cette approche du problème par Remo LINDA l'amène à proposer une théorie de l'équilibre dynamique oligopolistique (cf. tableau p. 11) comme cadre d'analyse de la réalité économique et sociale contemporaine, véritable "système vivant axé sur le déséquilibre et l'inégalité".

Plus généralement: "Le développement économique et industriel se réalise à travers une série continue d'inégalités, de destructions économiques de firmes, d'industries, de classes sociales et de régions amenant d'énormes gaspillages de ressources humaines, naturelles et financières: l'équilibre dynamique se réalise à travers les déséquilibres sectoriels, régionaux et sociaux".

Dans ce cadre, "les grandes firmes qui, par leur dynamisme et leur vocation expansionniste, ont contribué à développer et à internationaliser les espaces économiques et les marchés, sont susceptibles d'assumer de plus en plus de nouvelles tâches et des responsabilités typiquement sociales qui jadis étaient l'apanage des Etats et des Pouvoirs Publics (...). Sous cet angle, et à la lumière des faits et des idées les plus récentes, il ne me semble plus possible de parler de "Grandes firmes", mais, à plus d'un titre, de groupes de développement."

Dès lors l'analyse des structures de marché et des formes modernes de la concurrence doit disposer d'outils de mesure efficaces du pouvoir, de la domination, du déséquilibre et de la dynamique.

---

(1) LINDA Remo - concurrence oligopolistique et planification concurrentielle internationale - Economie Appliquée, Tome XXV - 1972 - pp. 325-376.

C'est ce que propose R. LINDA, à partir de son système d'indices d'équilibre dynamique oligopolistique, qu'il développe autour de trois approches successives:

- "L'approche statistique structurelle visant à mesurer la structure de l'ensemble donné à un instant donné ("l'équilibre": indice L et courbes structurelles de L).

- L'approche dynamique visant à mesurer les variations ou modifications de cette structure ("le dynamisme": indice F).

- La synthèse compensatoire visant à exprimer quantitativement la synthèse entre la structure (à un instant donné) et les variations ou modifications de cette structure ("l'équilibre dynamique": synthèse compensatoire et baromètre concurrentiel)".

Les concepts centraux de l'analyse seront les suivants, pour l'étude d'un ensemble économique donné (secteur, branche, marché, etc...).

- l'arène oligopolistique est constituée par le groupe des firmes possédant un pouvoir effectif de domination dans l'ensemble étudié.

- la frange oligopolistique regroupe toutes les autres unités de l'ensemble, sans pouvoir, et dominées par les premières.

- l'axe oligopolistique est, au sein de l'arène oligopolistique un indice du pouvoir de domination des premières firmes "super-puissantes" (c'est-à-dire dans certains cas les groupes de développement), permettant de connaître à la fois le nombre de ces firmes dominantes et l'intensité de cette domination.

## II - L'EXPRESSION MATHÉMATIQUE DU SYSTÈME D'INDICES D'ÉQUILIBRE DYNAMIQUE OLIGOPOLISTIQUE

Elle repose sur l'utilisation d'un certain nombre de données chiffrées, soit comptables (chiffre d'affaires, valeur ajoutée, bénéfice net, cash flow, investissements, masse salariale) soit de structure (nombre de salariés), concernant les entreprises (ou les unités d'activité économique).

A partir de ces données le premier calcul à réaliser est celui du pourcentage de chaque unité (firme...), dans la variable prise en considération par rapport à la valeur globale de la variable dans l'ensemble étudié (secteur, échantillon). Les firmes sont classées par valeur décroissante de ces pourcentages, pour chaque variable analysée.

1°) Indice L et courbe structurelle des L

Pour chaque variable mesurée, pour toutes les firmes, au cours d'une même référence de temps (par exemple : le chiffre d'affaires hors taxes de l'année 1970), est calculée une série d'indices  $L_n$  pour  $n = 2, 3, 4 \dots n$  tels que :

$$L_n = \frac{\sum_{i=1}^{n-1} n \cdot EO \cdot \frac{i}{n-i}}{n-1}, \text{ où } EO \frac{i}{n-i} = \frac{n-i}{i} \cdot \frac{A_i}{A_n - A_i}$$

avec :  $n$  = nombre des 2, 3, 4, ...  $n$  premières firmes de l'ensemble étudié, pour lesquelles l'indice  $L_n$  est calculé.

$i$  = rang de la  $i^{\text{ème}}$  firme de l'échantillon ( 1, .....  $n$ ) (classées par pourcentages décroissants de la variable étudiée)

$A_i$  = pourcentage cumulé de la variable étudiée, détenu par les  $i$  premières firmes.

$A_n$  = pourcentage cumulé de la variable étudiée, détenu par les  $n$  premières firmes.

E.O. est appelé "rapport d'équilibre oligopolistique", et exprime le rapport entre la taille moyenne (au regard de la variable étudiée) des  $i$  premières firmes et la taille moyenne des  $(n - i)$  autres firmes.

$$\frac{n-i}{i} \cdot \frac{A_i}{A_n - A_i} = \frac{\frac{A_i}{i}}{\frac{A_n - A_i}{n-i}}$$

L'indice L est donc la moyenne arithmétique des  $n - 1$  rapports d'équilibre chacun préalablement divisé par  $n$  pour tenir compte du nombre d'unités d'observation.

La valeur de l'indice varie en fonction du nombre de firmes prises en compte et de la part de chacune d'elles dans la variable et permet ainsi d'intégrer deux éléments :

- l'interdépendance entre les firmes, car toutes variations de la part d'une entreprise a une incidence sur L.
- l'inégalité entre les entreprises en fonction de leur part respective dans la valeur agrégée de la variable.

Il varie entre les deux valeurs extrêmes :

- $1/n$  dans le cas où il y a équilibre (équilibre entre les firmes), c'est à dire lorsque toutes les firmes considérées détiennent le même pourcentage de la variable.
- et  $\infty$  qui indique la situation de monopole où la 1<sup>ère</sup> firme détient 100% de la valeur de la variable.

Cet indice apparait comme un indice de mesure du degré d'équilibre ou de déséquilibre, au sein d'un ensemble donné. Plus  $L_n$  se rapproche de  $1/n$  et plus la structure est équilibrée; inversement si  $L_n > 1$  et tend vers  $\infty$  la structure considérée tend vers un déséquilibre croissant (la différence de taille entre les firmes est marquée).

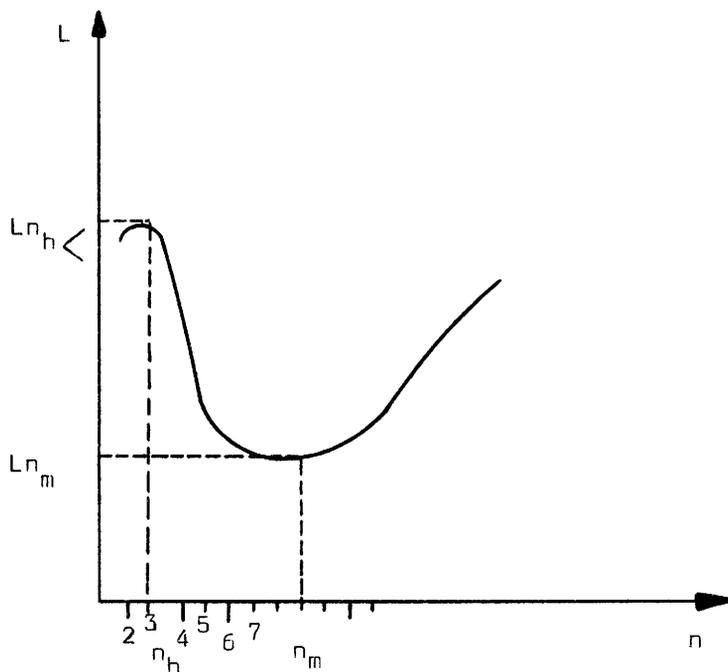
Mais l'intérêt de cet indice est de permettre pour un secteur ou un marché donné de préciser non seulement la structure globale mais aussi de fournir une approche quantitative de certains concepts économiques. Il doit en effet fournir le dénombrement et le repérage systématiques des firmes oligopolistiques au sein de l'ensemble étudié (pour chaque variable prise en considération).

Pour cela considérons un ensemble de  $N$  unités. Ces unités peuvent constituer soit: les  $N$  entreprises d'un secteur ou d'un marché.

- Les  $N$  entreprises qui, classées par ordre décroissant en fonction de la valeur de la variable, constituent l'échantillon des firmes regroupant la majeure partie de la valeur globale de la variable (par exemple les 80%). L'intérêt étant de repérer les firmes oligopolistiques et leur structure, il est inutile, sauf cas particuliers, de traiter l'ensemble des firmes (souvent une dizaine suffisent).

L'ensemble étant déterminé, on calcule pour toutes les valeurs de  $n$ , depuis  $n = 2$  (pour  $n = 1$  le calcul est impossible) à  $n = N$  les indices  $L_n$ .

On peut tracer ensuite sur des axes perpendiculaires la courbe structur-  
relle des  $L$  en portant en abscisse les valeurs de  $n$  et en ordonnée les différentes valeurs de  $L$  correspondantes.



L'allure de la courbe permet de caractériser la structure du secteur :

- L'arène oligopolistique s'arrête au point minimum de la courbe ( $L_{n_m}$ ). La courbe permet donc de délimiter le sous-ensemble des firmes oligopolistiques ( $n_m$ ) qui couvrent une fraction  $A_{n_m}$  de l'ensemble ( $A_{n_m}$  est le cumul des pourcentages de la variable détenus par les  $n_m$  entreprises de l'oligopole) et le sous-ensemble des ( $n - n_m$ ) firmes qui constituent la frange de l'oligopole (firmes qui n'ont pas de pouvoirs sur le marché).

Sur le plan mathématique toute remontée de la courbe signifie une rupture dans le pourcentage de la variable détenu par la dernière entreprise.

- A l'intérieur de l'arène oligopolistique le point maximum de la courbe des L, soit  $L_{n_h}$  délimite la ou les firmes dominantes de l'oligopole, ce point est appelé "axe oligopolistique".

Les hypothèses relatives aux point  $n_m$  et  $n_h$  et aux valeurs  $L_{n_m}$  et  $L_{n_h}$  correspondantes sur la courbe, sont les éléments stratégiques d'interprétation de la structure du secteur. En effet, les valeurs de ces deux indices L permettent de préciser la structure de l'oligopole: plus elles sont élevées, plus la structure est déséquilibrée. En particulier  $L_{n_h}$  et  $L_s$  (moyenne arithmétique des L à partir de l'hypothèse  $n = 2$  à  $n_m$ ) sont en quelque sorte les indices mesurant la domination des premières firmes au sein de l'arène oligopolistique.

Les différentes possibilités d'application des courbes de LINDA

• Les courbes de LINDA permettent d'abord des comparaisons de structure dans le temps (tableaux de statique comparative).

On trace les courbes des L se rapportant à la même variable (C A par exemple) pour des années successives (1968 à 1972) ou simplement différentes (1968 et 1972).

• Elles permettent aussi de mettre en évidence les indices L se rapportant à plusieurs variables, à une même époque:

Chiffre d'affaires, nombre de salariés, masse salariale, Investissements, cash flow, bénéfice net, valeur ajoutée, etc...

Ce type de comparaison permet une sélection des variables les plus significatives de la concentration et de la domination. Une concentration très forte des bénéfiques, n'a plus sur le plan économique la même signification qu'une concentration très forte des salariés. Ainsi il paraît intéressant de "hiérarchiser les indices se rapportant aux différentes variables, afin de dévoiler les aspects et les tendances de la domination". Pour cela on construit une matrice du déséquilibre.

Matrice du déséquilibre						hiérarchisation des variables			
$L_n <$	variables		1	2	3	4	5		
			A	C	B	E	D	1	C
Ls			1,2	1	0,9	0,8	0,4	2	A
	variables							3	B
1	C	1,8		1+2 =3				4	D
2	D	1					2+5 = 7	5	E
3	B	0,7			3+3 = 6				
4	E	0,6				4+4 = 8			
5	A	0,2	1+5 = 6						

On classe, en haut de colonnes les variables, selon la valeur décroissante de  $L_n$ . De même, en début de ligne, pour les valeurs décroissantes de  $L_s$ .

Les deux classements ne coïncident généralement pas, les deux indices  $L_s$  et  $L_n$  se rapportant à un niveau différent de la structure.

On réalise alors une hiérarchisation en combinant les deux classements. Le classement définitif s'inscrit dans la partie droite du tableau.

Cette hiérarchisation peut suggérer des éléments concernant la stratégie des grandes firmes et ses effets : rentabilité, politique de financement, combinaison capital-travail, taux d'autofinancement, etc...

. Cet indice apparaît aussi intéressant au niveau des comparaisons intersectorielles et internationales. En particulier l'étude qui nous occupe est réalisée dans chacun des pays de la Communauté Européenne, dans un but de comparaison internationale de la structure et de la concurrence des différents secteurs.

#### Les limites des courbes de LINDA

Malgré son intérêt certain, il convient cependant d'apprécier les limites de cet indice.

• Il s'agit d'un indicateur statistique, d'un outil mis à la disposition de l'économiste qui ne peut en aucun cas remplacer l'analyse économique, la connaissance qualitative du milieu.

• Par ailleurs, l'interprétation de ces indices nécessite la connaissance d'autres éléments quantitatifs, notamment lorsqu'on travaille sur un échantillon, la part de celui-ci dans l'ensemble. Ce n'est pas tant le pourcentage d'entreprises dans l'échantillon qui importe, que la part de chaque variable étudiée qu'elles détiennent. De plus, doit être connue la taille moyenne (en valeur absolue) des firmes de l'échantillon (indispensable pour les comparaisons internationales). En effet, l'indice  $L$  est un indice semi-relatif qui prend en compte le nombre réel d'entreprises mais pas leur dimension.

Enfin, si cette analyse nous permet de préciser la structure du secteur à différents moments, il s'agit malgré tout d'une analyse statique qui ne rend pas compte du mouvement des firmes prises individuellement. En effet "il ne faut pas s'arrêter à l'analyse quantitative des structures, mais, en revanche il faut chiffrer leur dynamisme" (1).

---

(1) R. LINDA      article cité

2°) L'approche dynamique : indice de dynamisme F

Pour cette analyse le point de départ est toujours le pourcentage de chaque unité (ou firme) dans un ensemble donné.

La variable utilisée est exclusivement la variable chiffre d'affaires, car celle-ci reflète la structure du marché qui est l'aboutissement du jeu de la concurrence.

On établit dans un premier temps les indices F. Cet indice est fonction de la valeur de la variation des parts de marché des différentes firmes constituant l'ensemble considéré à deux époques (années) distinctes.

$$F_t = \frac{n}{2} \sum_{i=1}^n |a_{i,t} - a_{i,t-1}|$$

$F_t$  est la somme des valeurs absolues des variations des pourcentages entre les moments  $t-1$  et  $t$  dans l'ensemble considéré ( $i = 1, 2, 3 \dots n$ ) cette somme est multipliée par  $n/2$ , afin d'attribuer une pondération au nombre d'unités (ou firmes) prises en considération.

Si les unités ne sont pas les mêmes aux deux époques (entrées et sorties, dans l'ensemble étudié), cet indice deviendra :

$$F_t = \frac{n_t}{2} \sum_{i=1}^{i=n_t + s} |a_{i,t} - a_{i,t-1}|$$

$s$  = firmes (nombre et dénomination) qui sont sorties de l'ensemble considéré entre le moment  $t-1$  et  $t$ .

Les entrées sont automatiquement prises en compte puisque nous considérons les firmes au temps  $t$  ( $n_t$ ).

En effet, les mouvements d'entrées et de sorties de firmes doivent être enregistrés car ils constituent l'élément extrême du dynamisme de l'ensemble considéré.

L'ampleur de la valeur de la variation  $F$  nous paraît être une bonne mesure de la dynamique de la concurrence celle-ci se manifestant aussi bien par des accroissements que par des diminutions de parts du marché (avec nécessité de prendre les variations en valeur absolue).

Cet indice n'enregistre pas les variations de rang, ni les entrées et sorties.

Il apparaît donc que ces deux indices qui ont chacun leur signification économique particulière sont complémentaires.

On a même pu en se fondant sur un grand nombre d'enquêtes observer une certaine corrélation entre les indices  $L_s$  et  $F$  dans le sens indiqué par le tableau suivant :

Structure (L)		Dynamique (F)	
$L \leq 0,100$	Nombre élevé de firmes Structure très équilibrée.	$F \geq 1$	Secteur à très haut niveau de dynamisme.
$0,100 < L \leq 0,200$	Oligopole étendu et équilibré.	$0,700 \leq F < 1$	Niveau élevé de dynamisme.
$0,200 < L \leq 0,300$	Oligopole relativement équilibré.	$0,500 \leq F < 0,700$	Secteur dynamique.
$0,300 < L \leq 0,500$	Oligopole normal (avec un mélange d'équilibre et de déséquilibre).	$0,300 \leq F < 0,500$	Secteur à dynamisme normal (avec un mélange variable de dynamisme et de rigidité).
$0,500 < L \leq 0,700$	Oligopole déséquilibré caractérisé par le pouvoir de domination.	$0,200 \leq F < 0,300$	Dynamisme relativement réduit.
$0,700 < L \leq 1,000$	Tendances duopolistiques et quasi monopolistiques.	$0,100 \leq F < 0,200$	Secteur plus ou moins rigide.
$L > 1,00$	Accentuation des tendances visées au niveau précédent	$F < 0,100$	Secteur à très haut niveau de rigidité.

Cependant, dans la réalité, on peut observer des combinaisons, entre ces deux indices, très variables. Le cas extrême étant un secteur en équilibre parfait avec un nombre important de firmes ( $L_n = 1/n$  et donc  $L_s$  petit) caractérisé par une rigidité très grande (à la limite  $F = 0$ ).

Il apparaît que, si on peut considérer que la corrélation est significative, il est possible de construire un indice de concurrence et non pas seulement de concentration qui permette de hiérarchiser les structures de marché d'après le degré de concurrence.

C'est sur cette dernière hypothèse que LINDA s'appuie pour bâtir la synthèse compensatoire (1), indice synthétique sensé représenter la dynamique des structures et de la concurrence

$$\Lambda = \frac{L_{s, t}}{F_{n, t}}$$

Cet indice est calculé pour mesurer la concurrence au sein de l'arène oligopolistique.

Il peut aussi donner des précisions intéressantes quand on le construit pour les firmes dominantes (indice dynamique du pouvoir de domination).

La synthèse compensatoire varie de  $\sum \frac{1/n}{n}$  (Ls moyenne des Ln de 1 à  $n_m$  à  $\infty$  et F de 0 à n caractérisant une situation de structure jugée équilibrée) à  $\infty$  caractérisant une situation de monopole absolu.

Il en résulte que plus  $\Lambda$  est élevé, plus la structure est rigide; inversement plus  $\Lambda$  est petit, et plus le jeu concurrentiel s'effectue normalement.

Partant de cette hypothèse LINDA a conçu le "baromètre concurrentiel" qui permet de caractériser rapidement les observations. Il définit ainsi 10 niveaux concurrentiels suivant les valeurs de  $\Lambda$  qui sont regroupés en quatre zones (cf. tableau p. XIV) :

- zone verte : structure concurrentielle
- zone jaune : structure avec restrictions à la concurrence
- zone orange : structure où la concurrence est fortement entravée
- zone rouge : structure en voie de monopolisation.

Cependant selon nous, ce baromètre concurrentiel ne doit pas dispenser d'une analyse qualitative des situations concrètes, car le risque est grand d'en induire des raisonnements économiques purement mécanistes.

Ces indices sont calculés sur une série chronologique pour rendre compte de l'évolution. Les calculs sont effectués à partir de la matrice de synthèse compensatoire qui permet de mettre en rapport direct les F et les Ls.

Enfin, pour synthétiser et pour bien mettre en évidence les sens du dynamisme on peut construire un tableau (cf. tableau p. XV) qui permet de suivre l'évolution des différents "indicateurs" de direction du dynamisme de la structure considérée.

---

(1) "La réalité est toujours une synthèse compensatoire entre "l'être" et le "devenir" entre l'état et le processus".

CONCURRENCE OLIGOPOLISTIQUE ET PLANIFICATION

LE BAROMÈTRE CONCURRENTIEL  
I. Synthèse compensatoire

Zone	Niveau	Indice A	Structure	Dynamique
Zone verte	1	$PL / (n^* - 1)$	<p>Arène oligopolistique plus ou moins réduite et/ou déséquilibrée. L'éventuel pouvoir de domination détenu par quelques firmes, voire par une seule, est contesté par les autres.</p> <p>Arène oligopolistique réduite et/ou déséquilibrée, caractérisée par l'existence d'un pouvoir de domination détenu par quelques firmes, voire par une seule.</p>	<p>Existence d'une concurrence relativement efficace avec quelques restrictions ou rigidités.</p> <p>Existence de restrictions de la concurrence se traduisant éventuellement par une certaine rigidité des positions et des parts de marché.</p>
	2	Entre 0,600 et 0,600		
	3	Entre 0,601 et 1,600		
Zone jaune	4	Entre 1,601 et 2,500	<p>Arène oligopolistique très étendue et très équilibrée.</p> <p>Arène oligopolistique relativement étendue et/ou équilibrée. Le dynamisme des structures est apte à neutraliser l'impact des firmes plus importantes.</p> <p>Maximum concurrentiel</p>	<p>Existence d'une concurrence très intense.</p> <p>Existence d'une concurrence normale.</p>
	5	Entre 2,501 et 5,000		
Zone orange	6	Entre 5,001 et 10,000	<p>Arène oligopolistique très réduite et/ou très déséquilibrée, susceptible d'aboutir au duopole.</p> <p>Existence soit d'un pouvoir de domination très important, soit d'un duopole.</p>	<p>Existence de tendances à l'accentuation de la rigidité des structures. Le risque d'élimination du jeu concurrentiel se dessine.</p> <p>Le risque d'élimination du jeu concurrentiel tend à se concrétiser au fur et à mesure que l'indice A se rapproche de la valeur 50,000.</p>
	7	Entre 10,001 et 50,000		
Zone rouge	8	Entre 50,001 et 100,000	<p>Existence d'une rigidité quasi absolue de concertation quasi monopolistique, soit une neutralisation réciproque duopolistique quasi absolue.</p> <p>Différents degrés de monopole et/ou rigidité absolue des structures</p>	<p>Existence d'une concertation réciproque</p>
	9 10	Supérieur à 100,000, en particulier: ∞		

Année	Indice $\wedge$	n	n*	A <sub>n</sub> *	L <sub>n</sub> *	F <sub>n</sub> *	M	M-PL	i*
t	—					—			
t + 1									
t + 2									
t + 3									
.									
.									
.									
.									

Chacune de ces données représente une définition qui peut être résumée comme suit :

- Indice  $\wedge$  = indice d'équilibre dynamique oligopolistique exprimant la synthèse compensatoire résultant de l'expression  $\frac{L_{n^*}}{F_{n^*}}$ .
- n = nombre des unités (ou firmes) constituant l'ensemble qui est évidemment  $A_n = 100\%$ .
- n\* = nombre des unités constituant l'arène oligopolistique, soit le nombre de firmes oligopolistiques.
- A<sub>n</sub>\* = fraction de l'ensemble couverte par l'arène oligopolistique où, en principe,  $A_{n^*} < 100\%$ .
- L<sub>n</sub>\* = indice structurel d'équilibre relatif à l'arène oligopolistique.
- F<sub>n</sub>\* = indice dynamique relatif à l'arène oligopolistique.
- M = indice exprimant le pouvoir de domination absolu à l'intérieur de l'arène oligopolistique.
- M - PL = indice exprimant le pouvoir de domination comparatif à l'intérieur de l'arène oligopolistique. En l'occurrence,  $PL = \frac{1}{n^*}$ .
- i\* = axe oligopolistique, soit rang de domination M ou (M - PL).



ANNEXE 4

TABLEAUX DE CONCENTRATION

---





IV/A-3

CONCENTRATION INDUSTRIELLE

\*\*\*\*\*  
 \* TABLEAU NO 1 \*  
 \* \*  
 \* 1968 - 1974 \*  
 \* \*  
 \*\*\*\*\*

EVOLUTION DES DONNEES GLOBALES : TOTAL DU SECTEUR ET ECHANTILLON

\*\*\*\*\*

PAYS : FRANCE  
 INSTITUT : I.A.M.-MONTPELLIER  
 SECTEUR : BOISSONS  
 ENTREPRISES

PAGE 2

*****									
* VARIABLE : 04 BENEFICE NET									
*****									
* TOTAL									
*****									
ANNEE	N	VALEUR (T)	1968=100	I	IN	VALEUR (E)	1968=100	I	E/T %
*****									
1968	33	190.821	100	I	32	190.787	100	I	99.98
1969	32	269.057	140	I	31	269.028	141	I	99.99
1970	33	259.234	135	I	32	259.634	135	I	99.77
1971	31	334.077	177	I	30	337.739	177	I	99.61
1972	30	486.145	254	I	29	485.635	254	I	99.90
1973	29	523.095	274	I	28	522.690	273	I	99.92
1974	22	292.610	153	I	21	292.596	153	I	100.00
*****									
* VARIABLE : 05 CASIL FLOW									
*****									
ANNEE	N	VALEUR (T)	1968=100	I	IN	VALEUR (E)	1968=100	I	E/T %
*****									
1968	33	441.723	100	I	32	440.527	100	I	99.73
1969	32	579.800	131	I	31	577.557	131	I	99.61
1970	32	620.776	140	I	31	620.223	140	I	99.91
1971	31	708.083	160	I	30	707.066	160	I	99.86
1972	30	960.953	218	I	29	953.127	218	I	99.60
1973	31	1089.190	242	I	30	1066.982	242	I	99.79
1974	29	701.437	204	I	28	699.524	204	I	99.79
*****									

IV/A-3

CONCENTRATION INDUSTRIELLE

\*\*\*\*\*  
 \* TABLEAU NO 1 \*  
 \* 1968 - 1974 \*  
 \*\*\*\*\*

EVOLUTION DES DONNEES GLOBALES : TOTAL DU SECTEUR ET ECHANTILLON

\*\*\*\*\*

PAYS : FRANCE  
 INSTITUT : I.A.M.-MONTPELLIER  
 SECTEUR : BOISSONS  
 ENTREPRISES

PAGE 3

*****										
* VARIABLE : 07 CAPITAUX PROPRES										
*****										
* TOTAL										
*****										
* ANNEE	* N	* VALEUR (T)	* 1968=100	* N*	* VALEUR (E)	* 1968=100	* E/T	* A	* I	* I
*****										
* 1968	* 33	* 2268.636	* 100	* 32	* 2264.636	* 100	* I	* 99.82	*	*
* 1969	* 32	* 2898.125	* 127	* 31	* 2894.125	* 127	* I	* 99.86	*	*
* 1970	* 32	* 3528.021	* 155	* 31	* 3524.021	* 155	* I	* 99.89	*	*
* 1971	* 31	* 3737.224	* 164	* 30	* 3733.124	* 164	* I	* 99.89	*	*
* 1972	* 30	* 4234.365	* 186	* 29	* 4227.478	* 186	* I	* 99.84	*	*
* 1973	* 31	* 4871.602	* 214	* 30	* 4856.670	* 214	* I	* 99.73	*	*
* 1974	* 30	* 5561.755	* 245	* 29	* 5548.823	* 245	* I	* 99.77	*	*
* *	* *	* *	* *	* *	* *	* *	* *	* *	* *	* *
* *	* *	* *	* *	* *	* *	* *	* *	* *	* *	* *
* *	* *	* *	* *	* *	* *	* *	* *	* *	* *	* *
* *	* *	* *	* *	* *	* *	* *	* *	* *	* *	* *
* *	* *	* *	* *	* *	* *	* *	* *	* *	* *	* *
* *	* *	* *	* *	* *	* *	* *	* *	* *	* *	* *
*****										
* VARIABLE : 10 VALEUR AJOUTEE										
*****										
* 1968	* 33	* 1586.975	* 100	* 32	* 1592.979	* 100	* I	* 99.02	*	*
* 1969	* 32	* 1746.155	* 122	* 31	* 1938.462	* 122	* I	* 99.50	*	*
* 1970	* 32	* 1976.377	* 124	* 31	* 1967.467	* 124	* I	* 99.55	*	*
* 1971	* 30	* 2517.955	* 164	* 29	* 2606.527	* 154	* I	* 99.57	*	*
* 1972	* 30	* 2974.491	* 180	* 29	* 2861.086	* 180	* I	* 99.53	*	*
* 1973	* 31	* 3445.156	* 216	* 30	* 3427.045	* 216	* I	* 99.55	*	*
* 1974	* 30	* 3655.242	* 229	* 29	* 3632.846	* 229	* I	* 99.44	*	*
* *	* *	* *	* *	* *	* *	* *	* *	* *	* *	* *
* *	* *	* *	* *	* *	* *	* *	* *	* *	* *	* *
* *	* *	* *	* *	* *	* *	* *	* *	* *	* *	* *
* *	* *	* *	* *	* *	* *	* *	* *	* *	* *	* *
* *	* *	* *	* *	* *	* *	* *	* *	* *	* *	* *
* *	* *	* *	* *	* *	* *	* *	* *	* *	* *	* *
*****										





IV/A-3

E V O L U T I O N D E L A C O N J O I N T R A T I O N

INDICES LINDA (L) ET RATIOS DE CONCENTRATION (CR)

PAYS : FRANCE  
INSTITUT : I.A.A.-MONTPELLIER  
SECTEUR : BOISSONS  
ENTREPRISES

PAGE 1

TABLÉAU NO 3  
1968 - 1974

ANNEE	L	CR	4	8	10	12	40	30	40	N	I	V	L	N	ES	MAK	M	M	N	L	N	M	M	N	
1963	2761	22687	21561	19370	15747	42376	3332	12280	2	55306	2	55306	32	12280											
1969	3866	5899	6503	7062	8557	9741	9918																		
1970	2663	22482	19530	18217	14984	13370	99000	131	13453	2	52560	2	52560	31	13453										
1971	4567	31628	28118	25635	20823	17809	90000	32131	17599	2	97899	2	97899	31	17599										
1972	4397	30814	28472	26255	21910	20900	90000	30125	19116	2	76387	2	76387	29	19116										
1973	4262	29471	28091	26037	22432	17949	90000	5113	17849	2	93534	2	93534	30	17849										
1974	5043	41934	36833	33897	24035	19081	90000	13	19601	3	60587	3	60587	29	19584										

VARIABLE 01 CHIFFRE D'AFFAIRES

C O U R B E S

I ECHANTILLON 1ER MAXIMUM 284 MAXIMUM MINIMUM

EVOLUTION DE LA CUNENTRATIUN

INDICES LINDA (L) ET RATIOS DE CONCENTRATION (CR)

PAYS : FRANCE
INSTITUT : I.A.M.-MONTPELLIER
SECTEUR : BOISSONS
ENTREPRISES

PAGE 2

Table with columns for ANNEE, L, CR, and various indices (4, 8, 10, 12, 20, 30, 40, 50, 60, 70, 80, 90, 100). Includes sub-sections for 'VARIABLE : 02 EFFECTIF' and 'COURBES'. Rows represent years from 1968 to 1974.



IV/A-3

EVOLUTION DE LA CONCURRENCE

INDICES LINDA (L) ET RATIOS DE CONCENTRATION (CR)

PAYS : FRANCE
INSTITUT : I.A.M.-MONTPELLIER
SECTEUR : BOISSONS
ENTREPRISES

TARIFAU NO 3
1968 - 1974

Table with columns: ANNEE, L, CR, and 15 relative indicators (1-15). Rows include years 1968, 1969, 1970, 1971, 1972, 1973, 1974 and summary statistics (L, CR, etc.).

IV/A-3

EVALUATION DE LA CONCENTRATION

INDICES LINDA (L) ET RATIOS DE CONCENTRATION (CR)

PAYS : FRANCE
INSTITUT : I.A.M. MONTPELLIER
SECTEUR : BOISSONS
ENTREPRISES

TABLEAU 10 3
1968 - 1974

PAGE 5

Table with columns: ANNEE, L, CR, LINDA (L), RATIOS DE CONCENTRATION (CR), and various indices. Includes sub-sections for 'VARIABLES PROPRES' and 'COURBES LINDA'. Rows represent years from 1968 to 1974.

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)

PAYS : FRANCE  
INSTITUT : I.A.M.-MONTPELLIER  
SECTEUR : BOISSONS  
ENTREPRISES

\*\*\*\*\*  
\* TABLEAU NO 3 \*  
\* 1968 - 1974 \*  
\*\*\*\*\*

PAGE 0

VARIABLE : 10

ANNEE	L	CR	RELATIFS A N° =	40	30	40	N	L	MIN	MAX	MIN	MAX	MIN	MAX
1968	.35976	.23354	.20520	.18443	.13600	.12112	.00000	.33130	.13034	2	.60941	2	.60941	.29
1969	.3628	.5591	.6288	.6879	.8644	.9853	.00	.19962						
1970	.30214	.19036	.18423	.16911	.13970	.13150	.00000	.52131	.13683	2	.50176	2	.50176	.28
1971	.3501	.5794	.6479	.7090	.8807	.9899	.00	.19950						
1972	.57311	.29714	.25526	.23904	.18744	.16203	.00000	.52131	.16534	2	1.05493	2	1.05493	.30
1973	.4322	.6518	.7018	.7538	.8915	.9903	.00	.19955						
1974	.57827	.34313	.30162	.27422	.21901	.00000	.00000	.30129	.19298	2	1.22036	2	1.22036	.27
1975	.4373	.6759	.7374	.7884	.9127	.00	.00	.19957						
1976	.56190	.35098	.30865	.26385	.21003	.00000	.00000	.30129	.18099	2	1.14904	2	1.14904	.28
1977	.4933	.6077	.7291	.7854	.9077	.00	.00	.19953						
1978	.52686	.31131	.26086	.24018	.19411	.16745	.00000	.5113	.16145	2	.76591	2	.76591	.29
1979	.4476	.6356	.7070	.7603	.8909	.9953	.00	.19953						
1980	.55465	.41453	.35558	.31355	.22737	.00000	.00000	.30129	.13022	2	.30921	2	.30921	.29
1981	.5261	.6812	.7355	.7814	.9064	.00	.00	.19944						

IV/A-3

CONCENTRATION INDUSTRIELLE

\*\*\*\*\*  
\* TABLEAU VO 3BIS \*  
\*\*\*\*\*

TABLEAU STRUCTUREL DES COURSES LANDA

PAYS : FRANCE  
INSTITUT : I.A.M.-MONTPELLIER  
SECTEUR : BOISSONS  
ENTREPRISES :

PAGE 1

ANNÉE : 1980

		V A R I A B L E					
		U5	U7	U9	U10		
		CASH	CAPITAUX	VALEUR			
		FLOA	PROPRES	AJOUTEE			
2	* 55306 *	* 62121 *	* 61784 *	* 58209 *	* 55050 *	* 00941 *	* * *
3	* 36787 *	* 44931 *	* 44171 *	* 44764 *	* 49074 *	* 40751 *	* * *
4	* 27261 *	* 41358 *	* 56151 *	* 41508 *	* 41508 *	* 55976 *	* * *
5	* 24468 *	* 34278 *	* 27025 *	* 49244 *	* 53117 *	* 51441 *	* * *
6	* 25730 *	* 29041 *	* 22685 *	* 25915 *	* 27102 *	* 27100 *	* * *
7	* 24175 *	* 25781 *	* 19992 *	* 22505 *	* 25174 *	* 25569 *	* * *
8	* 22687 *	* 23600 *	* 17577 *	* 20860 *	* 20524 *	* 25354 *	* * *
9	* 22360 *	* 23088 *	* 17287 *	* 20740 *	* 18297 *	* 21496 *	* * *
10	* 21501 *	* 22493 *	* 16540 *	* 19321 *	* 17700 *	* 20520 *	* * *
11	* 20512 *	* 21647 *	* 15611 *	* 17925 *	* 16994 *	* 19242 *	* * *
12	* 19370 *	* 20795 *	* 15315 *	* 17031 *	* 16053 *	* 16445 *	* * *
13	* 18870 *	* 19844 *	* 14735 *	* 16320 *	* 15144 *	* 17521 *	* * *
14	* 18326 *	* 19026 *	* 14499 *	* 15505 *	* 14245 *	* 16706 *	* * *
15	* 17812 *	* 18225 *	* 13999 *	* 14855 *	* 13421 *	* 15858 *	* * *
16	* 17239 *	* 17378 *	* 13621 *	* 14504 *	* 13065 *	* 12259 *	* * *
17	* 16801 *	* 16519 *	* 13224 *	* 14079 *	* 12756 *	* 14784 *	* * *
18	* 16418 *	* 15695 *	* 13175 *	* 13621 *	* 12457 *	* 14211 *	* * *
19	* 16107 *	* 14952 *	* 13352 *	* 15200 *	* 12400 *	* 75970 *	* * *
20	* 15747 *	* 14294 *	* 13401 *	* 12679 *	* 12559 *	* 75000 *	* * *
21	* 15356 *	* 13660 *	* 13553 *	* 12474 *	* 12447 *	* 15217 *	* * *
22	* 14982 *	* 13160 *	* 13783 *	* 12041 *	* 12425 *	* 15259 *	* * *
23	* 14551 *	* 12800 *	* 13939 *	* 11950 *	* 12291 *	* 15122 *	* * *
24	* 14172 *	* 12515 *	* 13991 *	* 11921 *	* 12115 *	* 12955 *	* * *
25	* 13774 *	* 12357 *	* 14174 *	* 11842 *	* 12132 *	* 12700 *	* * *
26	* 13532 *	* 12122 *	* 14549 *	* 11971 *	* 12250 *	* 12499 *	* * *
27	* 13235 *	* 12093 *	* 14411 *	* 11900 *	* 13005 *	* 12510 *	* * *
28	* 12950 *	* 11989 *	* 15159 *	* 12000 *	* 13000 *	* 12102 *	* * *
29	* 12637 *	* 11890 *	* 15552 *	* 12100 *	* 14407 *	* 12022 *	* * *
30	* 12570 *	* 11794 *	* 16223 *	* 12295 *	* 15255 *	* 12112 *	* * *
31	* 12427 *	* 11647 *	* 16786 *	* 12707 *	* 16007 *	* 12459 *	* * *
32	* 12250 *	* 11495 *	* 19957 *	* 13024 *	* 18740 *	* 15034 *	* * *





I/A-3

CONCENTRATION INDUSTRIELLE  
\*\*\*\*\*

\*\*\*\*\*  
\* TABLEAU NO 3BIS \*  
\*\*\*\*\*

PAYS : FRANCE  
INSTITUT : I.A.M.-MONTPELLIER  
SECTEUR : BOISSONS  
ENTREPRISES

TABLEAU STRUCTUREL DES COURBES LINDA  
\*\*\*\*\*

PAGE 4

ANNEE : 1971

		V A R I A B L E									
		01	02	04	05	07	10				
		CHIFFRE D'AFFAIRES*	EFFECTIF	BENEFICE NET	CASH FLOW	CAPITAUX PROPRES*	VALEUR AJOUTEE				
*	2	93775	80664	53225	1.27520	87700	1.22636	*	*	*	*
*	3	57371	81535	50362	90030	05200	70223	*	*	*	*
*	4	40090	67890	51018	61800	56171	57627	*	*	*	*
*	5	30980	54550	25582	54020	48725	48884	*	*	*	*
*	6	27828	45506	25197	45589	44481	42895	*	*	*	*
*	7	28693	40904	23585	40455	42852	57220	*	*	*	*
*	8	28378	37731	21781	37254	39027	54315	*	*	*	*
*	9	28078	34217	23165	33747	55191	52452	*	*	*	*
*	10	26995	32906	23811	33495	51872	50162	*	*	*	*
*	11	27115	31309	23512	31934	29754	27844	*	*	*	*
*	12	27419	29725	23304	32157	28516	27422	*	*	*	*
*	13	26839	28435	22473	31311	27042	20546	*	*	*	*
*	14	26037	27048	22435	29980	25970	20111	*	*	*	*
*	15	25338	26296	22112	28940	25326	25326	*	*	*	*
*	16	24769	25208	21467	27715	23849	24897	*	*	*	*
*	17	24505	24029	20732	26399	22790	23525	*	*	*	*
*	18	24028	23333	20583	25522	22718	25127	*	*	*	*
*	19	23422	22568	20622	24574	23374	22472	*	*	*	*
*	20	22822	21822	20847	23564	23500	21901	*	*	*	*
*	21	22769	21406	21144	23484	23658	21359	*	*	*	*
*	22	22448	20918	21160	23201	23765	20823	*	*	*	*
*	23	22033	20426	21219	23147	23660	20324	*	*	*	*
*	24	21550	19969	21051	22922	24046	19329	*	*	*	*
*	25	21039	19726	20843	22634	24926	17403	*	*	*	*
*	26	20508	19354	20575	22364	25539	17037	*	*	*	*
*	27	20286	19275	20544	22407	27039	15776	*	*	*	*
*	28	20041	19051	20373	22559	26630	15813	*	*	*	*
*	29	19788	18859	20223	22849	31685	19290	*	*	*	*
*	30	19500	18500	20055	23020	34291	19290	*	*	*	*

IV/A-3

CONCENTRATION INDUSTRIELLE

\*\*\*\*\*  
\* TABLEAU NO 3RIS \*  
\*\*\*\*\*

TABLAU STRUCTUREL DES COURBES LINDA

PAYS : FRANCE  
INSTITUT : I.A.M.-MONTPELLIER  
SECTEUR : BOISSONS  
ENTREPRISES

PAGE 5

ANNEE I 1972

V A R I A B L E

N°	01	02	04	05	07	10
	CHIFFRE D'AFFAIRES*	EFFECTIF	BENEFICE NET	CASH FLOW	CAPITAUX PROPRES AJOUTEE	VALEUR
2	.76387	.84514	2.30664	.55607	.65192	1.14964
3	.57205	.88563	1.24810	.55334	.62912	.66012
4	.41897	.69519	.89467	.60337	.57988	.56390
5	.33412	.56237	.70960	.53319	.47821	.50878
6	.29362	.48940	.67126	.51380	.42921	.44180
7	.31488	.42091	.65645	.46689	.37642	.38932
8	.30814	.39166	.63214	.47766	.33100	.35698
9	.29958	.36006	.58933	.59248	.29609	.32895
10	.28472	.34101	.54932	.37120	.27903	.30865
11	.26702	.31682	.51184	.34745	.26180	.28501
12	.26295	.29619	.47996	.34567	.25859	.28386
13	.26479	.27613	.45176	.33903	.25259	.26464
14	.26212	.26710	.42371	.33124	.24254	.25964
15	.25695	.25939	.42500	.32388	.23662	.25176
16	.24835	.25035	.41629	.31206	.22942	.24464
17	.23914	.24247	.40294	.30075	.23165	.23755
18	.23129	.23531	.39551	.28960	.24325	.22926
19	.22378	.22675	.39303	.28337	.25022	.22265
20	.21910	.22310	.38805	.27701	.25248	.21803
21	.21475	.21859	.38509	.27702	.25110	.21313
22	.20977	.21459	.38005	.27552	.24950	.20823
23	.20607	.20931	.37839	.27501	.24550	.20360
24	.20549	.20656	.38181	.27272	.24394	.19844
25	.20291	.20485	.38019	.26976	.27065	.19359
26	.19952	.20267	.37933	.26655	.29085	.18822
27	.19741	.19939	.38274	.26309	.30520	.18427
28	.19423	.19751	.39061	.25984	.31916	.17992
29	.19116	.19567	.42786	.26428	.34102	.18089

IV/A-3

CONCENTRATION INDUSTRIELLE  
\*\*\*\*\*  
\* TABLEAU NO 3RIS \*  
\*\*\*\*\*

PAGE 6

PAYS : FRANCE  
INSTITUT : I.A.M.-MONTPELLIER  
SECTEUR : BOISSONS  
ENTREPRISES :

TABLEAU STRUCTUREL DES COURBES LINDA  
\*\*\*\*\*  
ANNÉE 1975  
\*\*\*\*\*

N°	V A R I A B L E									
	01	02	04	05	07	10				
	CHIFFRE D'AFFAIRES*	EFFECTIF*	BENEFICE NET*	CASH FLOW*	CAPITAUX PROPRES*	VALEUR AJOUTEE*				
2	93534	84887	63266	86907	59537	70591				
3	62518	84154	47208	34021	22060	69150				
4	44262	63645	37539	43960	42395	52686				
5	33670	52999	34293	40213	35805	43526				
6	27445	47297	29804	37465	33883	38254				
7	29854	41101	28851	37709	30263	34673				
8	29471	38528	32721	29941	28143	31131				
9	29043	35661	33054	26999	26945	27854				
10	28091	33539	32826	25086	26227	26086				
11	26832	31799	31575	24375	25214	24465				
12	26037	29738	30135	24869	24868	24018				
13	26230	28428	29972	24687	24932	24028				
14	25637	27224	29010	24784	24373	23590				
15	25402	25842	27749	24832	23924	22849				
16	24843	24575	27329	24820	23169	21910				
17	24357	23905	26523	24375	22205	21070				
18	23811	23119	26498	23809	22919	20453				
19	23150	22687	26469	23314	22640	19980				
20	22432	22077	26914	22873	2196	19411				
21	21641	21366	27207	22461	23424	16766				
22	21028	20792	27545	22032	23566	16200				
23	20358	20132	29211	21778	23498	17712				
24	19753	19464	30502	21382	23222	17288				
25	19373	19024	32082	21101	23324	17047				
26	18988	18584	35553	20907	23472	16703				
27	18662	18373	36625	21157	23806	16534				
28	18335	18273	41912	21266	25199	15964				
29	18074	18118		21404	26346	15672				
30	17849	17936		21407	27238	16145				

IV/A-3

CONCENTRATION INDUSTRIELLE  
 \*\*\*\*\*  
 \* TABLEAU NO 3BIS \*  
 \*\*\*\*\*  
 PAYS : FRANCE  
 INSTITUT : I.A.M.-MONTPELLIER  
 SECTEUR : BOISSONS  
 ENTREPRISES  
 \*\*\*\*\*  
 TABLÉAU STRUCTUREL DES COURBES LINDA  
 \*\*\*\*\*

PAGE 7

ANNÉE : 1974

V A R I A B L É

N°	01	02	04	05	07	10
CHIFFRE D'AFFAIRES*	EFFECTIF*	BENEFICE NET*	CASH FLOW*	CAPITAUX PROPRES*	VALEUR AJOUTÉE*	
2	.52670	.88150	.75962	.21247	.24303	.84921
3	.60587	.72794	.53460	.24189	.40093	.65198
4	.50043	.59776	.41142	.43659	.42394	.22465
5	.40633	.48344	.40265	.41460	.59017	.21773
6	.44697	.42384	.37152	.56509	.57261	.46603
7	.43442	.38536	.32853	.59098	.53840	.43392
8	.41934	.30991	.30600	.43353	.52571	.41453
9	.39365	.35625	.29595	.43419	.50741	.36554
10	.36833	.34344	.29816	.42837	.28935	.35358
11	.35821	.32533	.29782	.40869	.26978	.34934
12	.33897	.31325	.30453	.58549	.25874	.31355
13	.32055	.29825	.29978	.56179	.26504	.29735
14	.30924	.28214	.29297	.53936	.26411	.29034
15	.29877	.26663	.33980	.51932	.26104	.27992
16	.29007	.25206	.36427	.51120	.25394	.26796
17	.27945	.23969	.39083	.29928	.25266	.23657
18	.26774	.23318	.40431	.28920	.24958	.24555
19	.25859	.22513	.41229	.27887	.25125	.23674
20	.24835	.22154	.49256	.26874	.24905	.22737
21	.23994	.21582	.54701	.25799	.25052	.24004
22	.23106	.20914		.25110	.25190	.21493
23	.22359	.20480		.24471	.24994	.20868
24	.21647	.20088		.23825	.25396	.20343
25	.20984	.19394		.23205	.25394	.19860
26	.20450	.19049		.22940	.26528	.19402
27	.19971	.18732		.23508	.27860	.18997
28	.19788	.18567		.24989	.28966	.18928
29	.19584	.18589		.50390	.18822	
30	.19681	.19305				

IV/A-3

CONCENTRATION INDUSTRIELLE  
\*\*\*\*\*  
\* TABLEAU NO 4 \*  
\*\*\*\*\*

TABLAU RECAPITULATIF DES INDICES L  
\*\*\*\*\*

PAYS : FRANCE  
INSTITUT : I.A.M.-MONTPELLIER  
SECTEUR : BOISSONS  
ENTREPRISES

PAGE 1

VARIABLES	A N N E E											
	1969		1970		1971		1972		1973		1974	
	INDICES	LS	LN	INDICES	LS	LN	INDICES	LS	LN	INDICES	LS	LN
* 01 CHIFFRE D'AFFAIRES	* 32	* 12280	* 19357*31	* 13453	* 17599	* 27187*29	* 19788	* 28750*29	* 19116	* 28105	* 36301	* 36806
* 02 EFFECTIF NET	* 32	* 11493	* 20406*31	* 12905	* 16392	* 31463*29	* 18859	* 32706*29	* 19567	* 33693	* 62223	* 62223
* 04 BENEFICE NET	* 18	* 13173	* 22043*21	* 15589	* 16092	* 21728*50	* 20055	* 23762*23	* 37839	* 62223	* 62223	* 62223
* 05 CASH FLOW	* 25	* 11842	* 20190*24	* 12794	* 17975	* 35789*20	* 22384	* 37357*28	* 25984	* 36301	* 36301	* 36301
* 07 CAPITAUX PROPRES	* 24	* 12115	* 20661*20	* 12207	* 19541	* 37361*18	* 22718	* 34635*16	* 22942	* 36806	* 36806	* 36806
* 10	* 29	* 12022	* 20212*28	* 12717	* 16203	* 28375*27	* 18776	* 33480*28	* 17992	* 32424	* 32424	* 32424

\*\*\*\*\*  
 \* TABLEAU NO 4 \*  
 \*\*\*\*\*

CONCENTRATION INDUSTRIELLE  
 \*\*\*\*\*

TABEAU RECAPITULATIF DES INDICES L

\*\*\*\*\*

PAYS : FRANCE  
 INSTITUT : I.A.P.-MONTPELLIER  
 SECTEUR : BOISSONS  
 ENTREPRISES

PAGE 2

VARIABLES	1973		1974		A N N E E		INDICES		INDICES	
	LS	LN*	LS	LN*	LS	LN*	LS	LN*	LS	LN*
*01 CHIFFRE D'AFFAIRES	.17049	.28299*29	.19504	.32110*						
*02 EFFECTIF	.17936	.32182*20	.18567	.32055*						
*04 BENEFICE NET	.26469	.33046*14	.29297	.37720*						
*05 CASH FLOW	.20907	.30027*20	.22940	.34692*						
*07 CAPITAUX PROPRES	.22640	.30615*20	.24905	.31452*						
*10	.15072	.2765*29	.18022	.32708*						

\*\*\*\*\*  
 \* TABLEAU N 5 \*  
 \* ANNEE 1968 \*  
 \*\*\*\*\*

CONCENTRATION INDUSTRIELLE  
 \*\*\*\*\*

TAUX DE RENDEMENTS ET RANG DES ENTREPRISES DE L ECHANTILLON  
 \*\*\*\*\*

PAYS : FRANCE		RATIOS										RANG DANS LE CLASSEMENT DE LA VARIABLE													
SECTEUR : BOISSONS																									
ENTREPRISES :																									
VARIABLES :	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	R1	R2	R3	R4	R5	R6	R7	R8	R4 = 05/07	X	R5 =	R6 =	R7 =	R8 =	
	CHIFFRE D AFFAIRES	EFFECTIF	MASSE SALARIALE	BENEFICE NET	CASH FLOW	INVESTIS BRUTS	CAPITAUX PROPRES																		
* 001 *	E124009*	12.62	50.00	16.92	8.97	22.72	90.00												014	018	033	029			
* 002 *	E122006*	10.80	16.92	13.79	12.71	11.78	18.46												006	012	013	013			
* 003 *	E121001*	9.73	8.97	10.54	10.17	13.79	12.71												004	008	011	003			
* 004 *	E122004*	8.22	10.54	19.00	47.82	10.17	13.04												005	009	009	007			
* 005 *	E124007*	8.18	19.00	13.77	9.28	20.60	47.82												012	010	019	023			
* 006 *	E123010*	7.82	13.77	7.82	9.28	16.33	16.33												011	019	016	017			
* 007 *	E122005*	7.70	8.80	14.28	11.41	10.00	11.41												008	011	010	006			
* 008 *	E125010*	7.69	14.28	4.05	13.10	15.38	28.57												015	016	023	021			
* 009 *	E121004*	6.76	4.05	7.59	5.79	13.10	7.86												020	025	032	015			
* 010 *	E121003*	5.54	4.22	14.65	19.33	7.59	5.79												019	028	027	014			
* 011 *	E124002*	5.15	14.65	16.16	6.06	19.33	54.98												007	002	007	011			
* 012 *	E123001*	4.41	16.16	9.88	18.86	6.06	22.20												001	004	002	005			
* 013 *	E125003*	4.39	9.88	5.11	6.72	18.86	42.46												013	006	012	016			
* 014 *	E122007*	4.18	5.11	6.72	8.22	6.72	8.22												022	029	029	019			
* 015 *	E123008*	3.80	5.85	3.32	5.71	5.48	8.43												010	015	008	004			
* 016 *	E121002*	3.78	3.32	20.61	5.02	5.71	5.01												018	024	015	008			
* 017 *	E123002*	3.68	20.61	6.27	6.72	5.02	28.11												002	007	003	010			
* 018 *	E122012*	2.86	6.27	6.00	11.42	6.72	14.71												024	026	021	024			
* 019 *	E124006*	2.85	6.00	2.74	6.09	11.42	16.00												023	022	020	018			
* 020 *	E125001*	2.74	6.09	37.50	6.47	6.47	14.34												003	003	001	002			
* 021 *	E124010*	2.41	37.50	19.03	12.85	200.00	200.00												027	021	024	033			
* 022 *	E123003*	2.36	19.03	6.68	4.23	33.97	33.97												021	027	014	028			
* 023 *	E124003*	2.34	6.68	12.02	4.18	12.15	34.68												026	020	042	026			
* 024 *	E123011*	2.13	12.02	6.21	2.93	4.18	23.57												025	030	018	027			
* 025 *	E125002*	2.10	6.21	7.21	2.93	12.52	36.94												016	005	006	012			
* 026 *	E123015*	1.74	7.21	3.16	14.62	2.93	12.11												009	013	004	009			
* 027 *	E124005*	1.63	3.16	17.83	2.12	14.62	28.30												028	017	025	022			
* 028 *	E124011*	1.53	3.09	17.83	2.12	12.95	26.06												030	023	028	025			
* 029 *	E123016*	1.33	17.83	1.72	13.80	2.12	28.32												031	033	026	032			
* 030 *	E124001*	1.26	1.72	2.85	14.11	13.80	18.81												017	001	005	001			
* 031 *	E124004*	1.17	2.85	4.14	3.73	14.11	34.28												029	016	017	020			
* 032 *	E125004*	0.58	4.14	0.07	5.59	3.73	26.31												032	032	031	031			
* 033 *	E124008*	0.07	5.59	11.03	10.36	5.59	27.23												033	031	030	030			
* MOYENNE *		4.35	11.03	10.36	30.21																				

\*\*\*\*\*

CONCENTRATION INDUSTRIELLE

\*\*\*\*\*  
 \* TABLEAU N 5 \*  
 \* ANNEE 1969 \*  
 \*\*\*\*\*

TAUX DE RENDEMENTS ET RANG DES ENTREPRISES DE L ECHANTILLON

\*\*\*\*\*

PAYS : FRANCE  
 SECTEUR : BOISSONS

ENTREPRISES :  
 VARIABLES : 01 CHIFFRE D AFFAIRES 06 INVESTIS BRUTS RATIOS : R1 = 04/01 X R4 = 05/07 X R7= R8 =  
 02 EFFECTIF 07 CAPITAUX PROPRES R2 = 04/07 X R5 = R8 =  
 03 MASSE SALARIALE 08 R3 = 05/01 X R6 =  
 04 BENEFICE NET  
 05 CASH FLOW

NO	ENT	R1	R2	R3	R4	R5	R6	R7	R8	R4	R5	R6	R7	R8	R4	R5	R6	R7	R8	
001	E124009*	13.18	60.00	21.97	100.00	*	*	*	017	019	031	028	*	*	*	*	*	*	*	
002	E122006*	12.37	19.03	12.06	18.55	*	*	*	004	011	013	012	*	*	*	*	*	*	*	
003	E122004*	11.79	14.32	20.37	24.74	*	*	*	005	006	012	007	*	*	*	*	*	*	*	
004	E123014*	10.13	35.96	9.62	34.15	*	*	*	018	026	027	025	*	*	*	*	*	*	*	
005	E121001*	9.83	7.23	13.92	10.24	*	*	*	007	010	014	004	*	*	*	*	*	*	*	
006	E123010*	8.81	15.69	10.30	18.34	*	*	*	010	018	017	020	*	*	*	*	*	*	*	
007	E121003*	8.37	8.56	11.76	11.74	*	*	*	016	022	023	017	*	*	*	*	*	*	*	
008	E121002*	8.00	6.34	16.23	13.27	*	*	*	014	014	020	011	*	*	*	*	*	*	*	
009	E122005*	7.74	9.38	10.00	12.12	*	*	*	008	013	011	006	*	*	*	*	*	*	*	
010	E122007*	7.00	6.17	14.12	12.46	*	*	*	021	024	026	019	*	*	*	*	*	*	*	
011	E121004*	6.47	4.18	12.49	8.07	*	*	*	023	025	030	018	*	*	*	*	*	*	*	
012	E123001*	5.22	24.53	7.01	32.94	*	*	*	001	004	003	009	*	*	*	*	*	*	*	
013	E124002*	5.16	4.76	22.55	20.81	*	*	*	006	001	006	001	*	*	*	*	*	*	*	
014	E123002*	4.90	28.90	6.17	36.36	*	*	*	002	007	004	013	*	*	*	*	*	*	*	
015	E125001*	3.89	8.42	6.45	13.96	*	*	*	003	003	001	002	*	*	*	*	*	*	*	
016	E124017*	3.88	5.20	14.25	19.08	*	*	*	009	005	007	005	*	*	*	*	*	*	*	
017	E123008*	3.84	6.42	5.45	9.11	*	*	*	011	017	010	008	*	*	*	*	*	*	*	
018	E125003*	3.81	10.62	12.87	35.90	*	*	*	012	009	009	015	*	*	*	*	*	*	*	
019	E125002*	3.14	7.78	13.95	34.50	*	*	*	015	008	008	014	*	*	*	*	*	*	*	
020	E124011*	2.78	6.39	14.04	32.21	*	*	*	028	021	025	023	*	*	*	*	*	*	*	
021	E124010*	2.66	45.00	12.34	225.00	*	*	*	027	020	022	032	*	*	*	*	*	*	*	
022	E123016*	2.43	36.20	3.41	50.85	*	*	*	030	032	024	031	*	*	*	*	*	*	*	
023	E124018*	2.37	4.44	12.53	23.44	*	*	*	022	012	015	016	*	*	*	*	*	*	*	
024	E124003*	2.32	8.10	10.63	37.00	*	*	*	026	023	021	024	*	*	*	*	*	*	*	
025	E123003*	2.32	18.89	4.36	35.54	*	*	*	024	027	016	026	*	*	*	*	*	*	*	
026	E123011*	2.26	16.32	4.16	30.00	*	*	*	025	029	018	027	*	*	*	*	*	*	*	
027	E122012*	1.91	5.27	5.05	13.89	*	*	*	029	028	019	022	*	*	*	*	*	*	*	
028	E124001*	0.97	1.67	11.89	20.45	*	*	*	020	002	005	003	*	*	*	*	*	*	*	
029	E123015*	0.82	4.10	2.07	10.29	*	*	*	019	016	002	010	*	*	*	*	*	*	*	
030	E125004*	0.61	5.25	4.93	41.88	*	*	*	031	030	028	030	*	*	*	*	*	*	*	
031	E124008*	0.05	0.31	4.88	26.44	*	*	*	032	031	029	029	*	*	*	*	*	*	*	
032	E125010*	*	20.63	*	34.95	*	*	*	013	015	021	021	*	*	*	*	*	*	*	
033	E123012*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*

R A T I O S

\* RANG DANS LE CLASSEMENT DE LA VARIABLE \*

















CONCENTRATION INDUSTRIELLE

\*\*\*\*\*  
\* TARIFF NO 6 \*  
\*\*\*\*\*

RYTHME DE CROISSANCE DES ENTREPRISES DE L'ÉCHANTILLON

\*\*\*\*\*

PAYS : FRANCE  
SECTEUR : ROISSONS

ENTREPRISES : 01 CHIFFRE D'AFFAIRE 04 BÉNÉFICE NET 07 CAPITAUX PROPRES 10  
VARIABLES : 02 EFFETIF 05 CASH FLOW 08  
03 MARGE SALARIALE 06 INVESTIS BRUT 09

1968 / 1969

N°	E I	C-01	C-02	C-03	C-04	C-05	C-06	C-07	C-08	C-09	C-10
032	F124005	+ 01,2 %	- 02,0 %	%	+ 00,5 %	- 02,0 %	%	- 01,4 %	%	%	%
033	F124006	+ 01,4 %	- 02,0 %	%	- 01,0 %	- 01,8 %	%	- 02,2 %	%	%	%
034	F124007	+ 01,5 %	- 02,0 %	%	- 03,2 %	- 03,4 %	%	- 01,4 %	%	%	%
035	F124004	+ 01,7 %	- 02,4 %	%	- 00,5 %	- 02,7 %	%	- 01,5 %	%	%	%
036	F125010	%	+ 00,1 %	%	+ 00,3 %	- 00,1 %	%	- 00,3 %	%	%	%
037	F005004	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
038	F004011	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
039	F004010	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
040	F004009	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
041	F004008	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
042	F004003	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
043	F003016	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
044	F003014	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
045	F002007	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
046	F001004	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
047	F001003	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
048	F000010	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
049	F123012	%	+ 01,1 %	%	%	%	%	%	%	%	%
TOTAUX		+ 10,2 %	+ 09,8 %	%	+ 13,1 %	+ 18,6 %	%	+ 10,5 %	%	%	%
TOTAUX		- 11,2 %	- 09,7 %	%	- 14,9 %	- 20,1 %	%	- 21,0 %	%	%	%
TOTAUX ABSOLUS		21,4 %	19,5 %	%	28,0 %	38,7 %	%	40,5 %	%	%	%
INDICE D		10,7 %	09,7 %	%	14,0 %	19,3 %	%	20,2 %	%	%	%

\*\*\*\*\*

CONCENTRATION INDUSTRIELLE

\*\*\*\*\*  
\* TARIFF NO 6 \*  
\*\*\*\*\*

RYTHME DE CROISSANCE DES ENTREPRISES DE L'ÉCHANTILLON

PAYS : FRANCE  
SECTEUR : BOISSONS

ENTREPRISES : 01 CHIFFRE D'AFFAIRE 04 BÉNÉFICE NET 07 CAPITALS PROPRES 10  
VARIABLES : 02 EFFECTIF 05 CASH FLOW 08  
03 MASSE SALARIALE 06 INVESTIS BRUT 09

1969 / 1970

N°	E	Y	C-01	C-02	C-03	C-04	C-05	C-06	C-07	C-08	C-09	C-10
001	*	*	18.9	23.0	*	05.5	22.5	*	27.7	*	*	*
002	*	*	01.1	00.4	*	02.7	01.8	*	01.5	*	*	*
003	*	*	00.6	00.7	*	00.6	00.5	*	00.8	*	*	*
004	*	*	00.6	00.6	*	00.2	00.2	*	00.1	*	*	*
005	*	*	00.5	00.9	*	00.4	00.4	*	00.4	*	*	*
006	*	*	00.5	01.0	*	00.5	00.5	*	01.4	*	*	*
007	*	*	00.2	*	*	00.1	00.3	*	*	*	*	*
008	*	*	00.1	00.1	*	00.2	00.2	*	00.1	*	*	*
009	*	*	00.1	00.3	*	00.1	00.5	*	01.5	*	*	*
010	*	*	00.1	00.2	*	00.5	00.5	*	00.4	*	*	*
011	*	*	00.4	00.4	*	01.6	00.2	*	00.6	*	*	*
012	*	*	00.2	00.2	*	00.2	00.1	*	00.5	*	*	*
013	*	*	00.1	00.1	*	00.1	00.1	*	00.2	*	*	*
014	*	*	00.3	00.3	*	00.1	00.2	*	*	*	*	*
015	*	*	00.5	00.5	*	00.5	00.5	*	*	*	*	*
016	*	*	00.1	00.3	*	01.4	00.4	*	00.1	*	*	*
017	*	*	00.1	00.4	*	00.1	00.1	*	00.1	*	*	*
018	*	*	00.1	00.2	*	00.1	00.1	*	00.2	*	*	*
019	*	*	00.1	00.2	*	00.4	00.1	*	*	*	*	*
020	*	*	00.1	00.2	*	00.2	00.2	*	00.3	*	*	*
021	*	*	00.2	00.4	*	00.2	00.1	*	00.3	*	*	*
022	*	*	00.2	*	*	02.8	00.7	*	00.4	*	*	*
023	*	*	00.3	00.5	*	00.1	00.2	*	00.6	*	*	*
024	*	*	00.4	00.4	*	00.3	00.3	*	01.3	*	*	*
025	*	*	00.4	00.2	*	00.2	00.1	*	*	*	*	*
026	*	*	00.5	00.8	*	00.5	00.1	*	00.4	*	*	*
027	*	*	00.5	01.5	*	00.3	03.0	*	00.4	*	*	*
028	*	*	00.5	00.8	*	00.2	01.2	*	00.7	*	*	*
029	*	*	00.6	00.8	*	01.1	00.7	*	00.5	*	*	*
030	*	*	01.0	02.1	*	01.0	00.7	*	01.0	*	*	*
031	*	*	01.1	00.5	*	01.5	01.2	*	*	*	*	*

\*\*\*\*\*  
 \* TABLEAU NO 6 \*  
 \*\*\*\*\*

CONCENTRATION INDUSTRIELLE

\*\*\*\*\*

RYTHME DE CROISSANCE DES ENTREPRISES DE L'ECHANTILLON

\*\*\*\*\*

PAYS : FRANCE  
 SECTEUR : BOYSSONS  
 ENTREPRISES :  
 VARIABLES : 01 CHIFFRE D'AFFAIRE 04 BENEFICE NET 07 CAPITAUX PROPRES 10  
 02 EFFECTIF 08  
 03 MASSE SALARIALE 06 INVESTIS BRUT 09

1969 / 1970

N°	E	I	C-01	C-02	C-03	C-04	C-05	C-06	C-07	C-08	C-09	F-10
032	*	F121003	* - 01,2	* - 00,9	* - 02,3	* - 01,5	* - 02,5	* - 02,5	* - 02,5	*	*	*
033	*	F125002	* - 03,7	* - 08,4	* - 02,6	* - 05,3	* - 03,0	* - 03,0	* - 03,0	*	*	*
034	*	F124002	* - 05,3	* - 04,8	* - 06,1	* - 12,4	* - 11,8	* - 11,8	* - 11,8	*	*	*
035	*	F124001	* - 07,3	* - 10,3	* - 01,5	* - 08,9	* - 08,6	* - 08,6	* - 08,6	*	*	*
036	*	F125007	* - 00,2	* - 00,2	* - 00,7	* - 02,0	* - 02,0	* - 02,0	* - 02,0	*	*	*
037	*	F125016	* - 00,1	* - 00,1	* - 00,6	* - 00,1	* - 00,1	* - 00,1	* - 00,1	*	*	*
038	*	F125010	* - 01,1	* - 01,1	* - 01,1	* - 01,1	* - 01,1	* - 01,1	* - 01,1	*	*	*
040	*	F123042	* - 01,1	* - 01,1	* - 01,1	* - 01,1	* - 01,1	* - 01,1	* - 01,1	*	*	*
041	*	F120003	* - 01,1	* - 01,1	* - 01,1	* - 01,1	* - 01,1	* - 01,1	* - 01,1	*	*	*
042	*	F005004	* - 01,1	* - 01,1	* - 01,1	* - 01,1	* - 01,1	* - 01,1	* - 01,1	*	*	*
043	*	F004011	* - 01,1	* - 01,1	* - 01,1	* - 01,1	* - 01,1	* - 01,1	* - 01,1	*	*	*
044	*	F004010	* - 01,1	* - 01,1	* - 01,1	* - 01,1	* - 01,1	* - 01,1	* - 01,1	*	*	*
045	*	F004009	* - 01,1	* - 01,1	* - 01,1	* - 01,1	* - 01,1	* - 01,1	* - 01,1	*	*	*
046	*	F004008	* - 01,1	* - 01,1	* - 01,1	* - 01,1	* - 01,1	* - 01,1	* - 01,1	*	*	*
047	*	F004003	* - 01,1	* - 01,1	* - 01,1	* - 01,1	* - 01,1	* - 01,1	* - 01,1	*	*	*
048	*	F003016	* - 01,1	* - 01,1	* - 01,1	* - 01,1	* - 01,1	* - 01,1	* - 01,1	*	*	*
049	*	F003014	* - 01,1	* - 01,1	* - 01,1	* - 01,1	* - 01,1	* - 01,1	* - 01,1	*	*	*
050	*	F002007	* - 01,1	* - 01,1	* - 01,1	* - 01,1	* - 01,1	* - 01,1	* - 01,1	*	*	*
051	*	F001004	* - 01,1	* - 01,1	* - 01,1	* - 01,1	* - 01,1	* - 01,1	* - 01,1	*	*	*
052	*	F001003	* - 01,1	* - 01,1	* - 01,1	* - 01,1	* - 01,1	* - 01,1	* - 01,1	*	*	*
053	*	F000010	* - 01,1	* - 01,1	* - 01,1	* - 01,1	* - 01,1	* - 01,1	* - 01,1	*	*	*
TOTAUX	+		+ 22,7	+ 28,5	+ 15,5	+ 32,3	+ 30,1	+ 30,1	+ 30,1	*	*	*
TOTAUX	-		- 23,7	- 35,7	- 21,5	- 34,5	- 32,6	- 32,6	- 32,6	*	*	*
TOTAUX ABSOLUS			46,4	64,2	37,0	66,8	62,7	62,7	62,7	*	*	*
INDICE 0			23,2	32,1	18,5	33,4	31,3	31,3	31,3	*	*	*

\*\*\*\*\*  
 \* TARIFF NO 6 \*  
 \*\*\*\*\*

CONCENTRATION INDUSTRIELLE

\*\*\*\*\*

RYTHME DE CROISSANCE DES ENTREPRISES DE L'INDUSTRIE

\*\*\*\*\*

PAYS : FRANCE		RYTHME DE CROISSANCE DES ENTREPRISES DE L'INDUSTRIE									
SECTEUR : BOISSONS		10									
ENTREPRISES		07 CAPITAUX PROPRES									
VARIABLES :		08									
N O	E T	C-01	C-02	C-03	C-04	C-05	C-06	C-07	C-08	C-09	C-10
		01 CHIFFRE D AFFAIRE	04 BENEFICE NET	05 CASH FLOW	06 INVESTIS BRUT	07 CAPITAUX PROPRES					
		02 EFFECTIF	03 MASSE SALARIALE								
001	F120002	+ 06.8 %	+ 00.8 %	+ 12.6 %	+ 08.9 %	+ 13.3 %	%	+ 00.3 %	%	%	%
002	F123002	+ 01.3 %	+ 00.9 %	+ 02.2 %	+ 00.5 %	+ 00.3 %	%	+ 00.7 %	%	%	%
003	F123013	+ 01.2 %	+ 00.8 %	+ 00.8 %	+ 01.7 %	+ 01.8 %	%	+ 00.8 %	%	%	%
004	F121006	+ 00.6 %	+ 01.4 %	+ 00.3 %	+ 00.7 %	+ 00.5 %	%	+ 00.5 %	%	%	%
005	F123001	+ 00.5 %	+ 00.2 %	+ 01.2 %	+ 00.7 %	+ 00.2 %	%	+ 00.2 %	%	%	%
006	F125001	+ 00.3 %	+ 03.0 %	+ 01.5 %	+ 00.6 %	+ 00.6 %	%	+ 00.5 %	%	%	%
007	F121002	+ 00.2 %	+ 00.2 %	+ 00.6 %	+ 00.6 %	+ 00.1 %	%	+ 00.1 %	%	%	%
008	F124003	+ 00.2 %	+ 00.1 %	+ 00.2 %	+ 00.1 %	+ 01.2 %	%	+ 00.4 %	%	%	%
009	F124017	+ 00.1 %	+ 01.0 %	+ 00.6 %	+ 00.6 %	+ 00.4 %	%	+ 00.1 %	%	%	%
010	F121004	+ 00.1 %	+ 00.1 %	+ 01.2 %	+ 00.5 %	+ 00.6 %	%	+ 00.1 %	%	%	%
011	F122005	+ 00.1 %	+ 00.1 %	+ 00.5 %	+ 00.1 %	+ 00.1 %	%	+ 00.1 %	%	%	%
012	F125003	+ 00.1 %	+ 00.8 %	+ 00.3 %	+ 00.1 %	+ 00.1 %	%	+ 00.1 %	%	%	%
013	F124018	+ 00.1 %	+ 00.8 %	+ 00.3 %	+ 00.1 %	+ 00.1 %	%	+ 00.1 %	%	%	%
014	F124010	+ 00.1 %	+ 00.2 %	+ 00.6 %	+ 00.2 %	+ 00.2 %	%	+ 00.1 %	%	%	%
015	F124009	+ 00.1 %	+ 00.2 %	+ 00.6 %	+ 00.2 %	+ 00.2 %	%	+ 00.1 %	%	%	%
016	F123016	+ 00.1 %	+ 00.2 %	+ 00.3 %	+ 00.1 %	+ 00.1 %	%	+ 00.1 %	%	%	%
017	F123010	+ 00.1 %	+ 00.1 %	+ 00.2 %	+ 00.1 %	+ 00.1 %	%	+ 00.1 %	%	%	%
018	F123003	+ 00.1 %	+ 00.1 %	+ 00.1 %	+ 00.2 %	+ 00.2 %	%	+ 00.1 %	%	%	%
019	F123015	+ 00.1 %	+ 00.1 %	+ 01.3 %	+ 00.2 %	+ 00.2 %	%	+ 00.1 %	%	%	%
020	F124008	+ 00.1 %	+ 00.2 %	+ 00.4 %	+ 00.1 %	+ 00.1 %	%	+ 00.1 %	%	%	%
021	F124011	+ 00.1 %	+ 00.1 %	+ 00.4 %	+ 00.1 %	+ 00.1 %	%	+ 01.3 %	%	%	%
022	F122007	+ 00.1 %	+ 00.1 %	+ 00.3 %	+ 00.1 %	+ 00.1 %	%	+ 00.1 %	%	%	%
023	F125004	+ 00.1 %	+ 00.1 %	+ 00.3 %	+ 00.1 %	+ 00.1 %	%	+ 00.1 %	%	%	%
024	F125010	+ 00.2 %	+ 00.1 %	+ 00.3 %	+ 00.1 %	+ 00.1 %	%	+ 00.1 %	%	%	%
025	F123014	+ 00.2 %	+ 00.2 %	+ 00.5 %	+ 00.1 %	+ 00.1 %	%	+ 00.5 %	%	%	%
026	F123011	+ 00.3 %	+ 00.4 %	+ 00.2 %	+ 00.2 %	+ 00.2 %	%	+ 00.4 %	%	%	%
027	F123008	+ 00.3 %	+ 00.3 %	+ 00.2 %	+ 00.2 %	+ 00.2 %	%	+ 00.4 %	%	%	%
028	F122012	+ 00.3 %	+ 00.1 %	+ 00.2 %	+ 01.9 %	+ 00.6 %	%	+ 00.1 %	%	%	%
029	F123006	+ 00.3 %	+ 00.1 %	+ 00.2 %	+ 03.7 %	+ 00.1 %	%	+ 00.5 %	%	%	%
030	F120001	+ 00.4 %	+ 01.2 %	+ 03.3 %	+ 05.6 %	+ 00.5 %	%	+ 00.5 %	%	%	%
031	F121007	+ 00.5 %	+ 01.0 %	+ 00.6 %	+ 00.5 %	+ 01.4 %	%	+ 01.4 %	%	%	%

1970 / 1971

CONCENTRATION INDUSTRIELLE

\*\*\*\*\*  
\* TABIFAI NO 6 \*  
\*\*\*\*\*

RYTHME DE CROISSANCE DES ENTREPRISES DE L' ECHANTILLON

PAYS : FRANCE  
SECTEUR : BOISSONS

ENTREPRISES :  
VARIABLES : 01 CHIFFRE D'AFFAIRE 04 BENEFICE NET 07 CAPITAUX PROPRES 10  
02 EFFECTIF 05 CASH FLOW 08  
03 MARGE SALARIALE 06 INVESTIS BRUT 09

1970 / 1971

N°	E T	C-01	C-02	C-03	C-04	C-05	C-06	C-07	C-08	C-09	C-10
012	F125005	+ 00.4 %	+ 00.6 %	- 00.2 %	+ 00.2 %	- 00.2 %	- 00.2 %	- 00.1 %			
013	F122004	+ 02.3 %	+ 04.8 %	- 07.5 %	- 04.6 %	- 04.6 %	- 04.1 %	- 04.1 %			
014	F124001	+ 03.9 %	+ 03.4 %	- 08.8 %	- 05.7 %	- 05.7 %	- 09.0 %	- 09.0 %			
015	F120003										
016	F124005				+ 00.2 %	+ 00.2 %					
017	F123005						+ 03.4 %	+ 03.4 %			
018	F123019						+ 00.6 %	+ 00.6 %			
019	F125007		- 00.2 %		- 00.7 %						
020	F125016					- 02.1 %					
021	F225010										
TOTAUX		+ 11.5 %	+ 09.7 %		+ 27.2 %	+ 20.2 %		+ 23.1 %			
TOTAUX		- 09.7 %	- 07.9 %		- 25.8 %	- 19.6 %		- 17.6 %			
TOTAUX ABSOLUS		21.2 %	17.6 %		53.0 %	40.0 %		40.7 %			
INDICE D		10.6 %	08.8 %		26.5 %	26.0 %		20.3 %			

\*\*\*\*\*  
 \* TARIFAU NO 6 \*  
 \*\*\*\*\*

CONCENTRATION INDUSTRIELLE

\*\*\*\*\*

RYTHME DE CROISSANCE DES ENTREPRISES DE L' ECHANTILLON

\*\*\*\*\*

PAYS : FRANCE  
 SECTEUR : SOISSONS

ENTREPRISES : 01 CHIFFRE D AFFAIRE 04 BENEFICE NET C7 CAPITAUX PROPRES 10  
 VARIABLES : 02 EFFECTIF 05 CASH FLOW 08  
 03 MASSE SALARIALE 06 INVESTIS BRUT 09

1971 / 1972

N O	E I	C-01	C-02	C-03	C-04	C-05	C-06	C-07	C-08	C-09	C-10
* 001	* F125001	* + 01.9 %	* - 01.1 %	* - 02.6 %	* - 01.7 %	* - 01.7 %	* - 01.0 %	* - 01.0 %	* - 01.0 %	* - 01.0 %	* - 01.0 %
* 002	* F124019	* + 01.5 %	* + 02.6 %	* + 01.0 %	* + 01.7 %	* + 01.7 %	* + 00.2 %	* + 00.2 %	* + 00.2 %	* + 00.2 %	* + 00.2 %
* 003	* F122006	* + 00.6 %	* - 00.1 %	* - 02.5 %	* + 05.9 %	* + 05.9 %	* + 01.0 %	* + 01.0 %	* + 01.0 %	* + 01.0 %	* + 01.0 %
* 004	* F125006	* + 00.6 %	* + 00.9 %	* + 00.3 %	* + 00.6 %	* + 00.6 %	* + 00.2 %	* + 00.2 %	* + 00.2 %	* + 00.2 %	* + 00.2 %
* 005	* F121002	* + 00.4 %	* + 00.2 %	* + 00.4 %	* + 02.2 %	* + 02.2 %	* + 01.3 %	* + 01.3 %	* + 01.3 %	* + 01.3 %	* + 01.3 %
* 006	* F122007	* + 00.2 %	* + 00.1 %	* + 00.1 %	* + 00.5 %	* + 00.5 %	* + 00.3 %	* + 00.3 %	* + 00.3 %	* + 00.3 %	* + 00.3 %
* 007	* F123014	* + 00.2 %	* + 00.1 %	* + 00.1 %	* + 00.7 %	* + 00.7 %	* + 00.1 %	* + 00.1 %	* + 00.1 %	* + 00.1 %	* + 00.1 %
* 008	* F123013	* + 00.1 %	* + 00.1 %	* + 00.5 %	* + 00.7 %	* + 00.7 %	* + 00.3 %	* + 00.3 %	* + 00.3 %	* + 00.3 %	* + 00.3 %
* 009	* F123011	* + 00.1 %	* + 00.1 %	* + 00.1 %	* + 00.1 %	* + 00.1 %	* + 00.1 %	* + 00.1 %	* + 00.1 %	* + 00.1 %	* + 00.1 %
* 010	* F123016	* + 00.1 %	* + 00.2 %	* + 00.1 %	* + 00.1 %	* + 00.1 %	* + 00.1 %	* + 00.1 %	* + 00.1 %	* + 00.1 %	* + 00.1 %
* 011	* F124003	* + 00.1 %	* + 00.5 %	* + 00.3 %	* + 00.3 %	* + 00.3 %	* + 00.2 %	* + 00.2 %	* + 00.2 %	* + 00.2 %	* + 00.2 %
* 012	* F124011	* + 00.1 %	* + 00.1 %	* + 00.1 %	* + 00.1 %	* + 00.1 %	* + 00.3 %	* + 00.3 %	* + 00.3 %	* + 00.3 %	* + 00.3 %
* 013	* F124009	* + 00.1 %	* + 00.1 %	* + 00.6 %	* + 00.6 %	* + 00.6 %	* + 00.3 %	* + 00.3 %	* + 00.3 %	* + 00.3 %	* + 00.3 %
* 014	* F122005	* + 00.1 %	* + 00.1 %	* + 01.8 %	* + 00.8 %	* + 00.8 %	* + 00.1 %	* + 00.1 %	* + 00.1 %	* + 00.1 %	* + 00.1 %
* 015	* F125010	* + 00.1 %	* + 00.1 %	* + 00.5 %	* + 00.7 %	* + 00.7 %	* + 00.1 %	* + 00.1 %	* + 00.1 %	* + 00.1 %	* + 00.1 %
* 016	* F125004	* + 00.1 %	* + 00.2 %	* + 00.4 %	* + 00.4 %	* + 00.4 %	* + 00.1 %	* + 00.1 %	* + 00.1 %	* + 00.1 %	* + 00.1 %
* 017	* F121034	* + 00.1 %	* + 00.4 %	* + 00.4 %	* + 00.4 %	* + 00.4 %	* + 00.2 %	* + 00.2 %	* + 00.2 %	* + 00.2 %	* + 00.2 %
* 018	* F122012	* + 00.1 %	* + 00.1 %	* + 00.1 %	* + 00.1 %	* + 00.1 %	* + 00.1 %	* + 00.1 %	* + 00.1 %	* + 00.1 %	* + 00.1 %
* 019	* F123010	* + 00.1 %	* + 00.2 %	* + 01.0 %	* + 00.5 %	* + 00.5 %	* + 00.5 %	* + 00.1 %	* + 00.1 %	* + 00.1 %	* + 00.1 %
* 020	* F123003	* + 00.1 %	* + 00.1 %	* + 00.3 %	* + 00.2 %	* + 00.2 %	* + 00.4 %	* + 00.4 %	* + 00.4 %	* + 00.4 %	* + 00.4 %
* 021	* F120002	* + 00.2 %	* + 00.1 %	* + 02.8 %	* + 02.1 %	* + 02.1 %	* + 00.5 %	* + 00.5 %	* + 00.5 %	* + 00.5 %	* + 00.5 %
* 022	* F123008	* + 00.3 %	* + 00.2 %	* + 03.8 %	* + 02.1 %	* + 02.1 %	* + 00.1 %	* + 00.1 %	* + 00.1 %	* + 00.1 %	* + 00.1 %
* 023	* F124018	* + 00.3 %	* + 00.4 %	* + 01.1 %	* + 01.1 %	* + 01.1 %	* + 00.2 %	* + 00.2 %	* + 00.2 %	* + 00.2 %	* + 00.2 %
* 024	* F124017	* + 00.3 %	* + 00.7 %	* + 01.1 %	* + 01.7 %	* + 01.7 %	* + 01.1 %	* + 01.1 %	* + 01.1 %	* + 01.1 %	* + 01.1 %
* 025	* F123001	* + 00.5 %	* + 00.3 %	* + 00.3 %	* + 01.7 %	* + 01.7 %	* + 00.2 %	* + 00.2 %	* + 00.2 %	* + 00.2 %	* + 00.2 %
* 026	* F120001	* + 00.5 %	* + 00.7 %	* + 03.9 %	* + 06.6 %	* + 06.6 %	* + 02.6 %	* + 02.6 %	* + 02.6 %	* + 02.6 %	* + 02.6 %
* 027	* F121006	* + 00.6 %	* + 01.6 %	* + 00.9 %	* + 00.7 %	* + 00.7 %	* + 01.8 %	* + 01.8 %	* + 01.8 %	* + 01.8 %	* + 01.8 %
* 028	* F123002	* + 00.6 %	* + 00.3 %	* + 02.7 %	* + 01.4 %	* + 01.4 %	* + 04.3 %	* + 04.3 %	* + 04.3 %	* + 04.3 %	* + 04.3 %
* 029	* F124008	* + 00.6 %	* + 01.4 %	* + 00.6 %	* + 00.1 %	* + 00.1 %	* + 00.1 %	* + 00.1 %	* + 00.1 %	* + 00.1 %	* + 00.1 %
* 030	* F125003	* + 00.7 %	* + 01.0 %	* + 01.9 %	* + 01.0 %	* + 01.0 %	* + 00.2 %	* + 00.2 %	* + 00.2 %	* + 00.2 %	* + 00.2 %
* 031	* F123015	* + 01.0 %	* + 00.5 %	* + 00.5 %	* + 00.5 %	* + 00.5 %	* + 00.2 %	* + 00.2 %	* + 00.2 %	* + 00.2 %	* + 00.2 %

CONCENTRATION INDUSTRIELLE

\*\*\*\*\*  
 \* TARIFF NO 6 \*  
 \*\*\*\*\*

RYTHME DE CROISSANCE DES ENTREPRISES DE L ECHANTILLON

\*\*\*\*\*

PAYS : 1 FRANCE  
 SECTEUR : 1 ROTISSONS  
 ENTREPRISES :  
 VARIABLES : 01 CHIFFRE D AFFAIRE 04 BENEFICE NET 07 CAPITAUX PROPRES 10  
 02 EFFECTIF 05 CASH FLOW 08  
 03 MASSE SALARIALE 06 INVESTIS BRUT 09

\*\*\*\*\*

1971 / 1972

N O	E Y	C-01	C-02	C-03	C-04	C-05	C-06	C-07	C-08	C-09	C-10
012	F124010	* - 01.2 %	* - 02.3 %	* - 00.7 %	* - 00.7 %	* - 01.5 %	* - 00.1 %	* - 00.1 %	*	*	*
013	F124317	* *	* *	* *	* *	* *	* *	* *	*	*	*
014	F123010	* *	* *	* *	* *	* *	* *	* - 00.6 %	*	*	*
015	F123012	* *	* *	* *	* *	* + 00.6 %	* *	* *	*	*	*
016	F123005	* *	* *	* *	* *	* *	* *	* *	*	*	*
017	F121005	* *	* *	* + 00.2 %	* *	* - 00.1 %	* *	* *	*	*	*
018	F125005	* *	* *	* *	* *	* *	* + 00.1 %	* *	*	*	*
TOTAUX	+	+ 05.7 %	+ 04.5 %	+ 29.7 %	+ 29.7 %	+ 24.2 %	+ 07.9 %	+ 07.9 %	*	*	*
TOTAUX	-	- 07.2 %	- 11.7 %	- 26.1 %	- 26.1 %	- 25.5 %	- 08.7 %	- 08.7 %	*	*	*
TOTAUX ABSOLUS	+	12.9 %	16.2 %	55.8 %	55.8 %	49.7 %	14.6 %	14.6 %	*	*	*
INDICE D	+	06.4 %	08.1 %	27.9 %	27.9 %	24.8 %	08.3 %	08.3 %	*	*	*

\*\*\*\*\*

CONCENTRATION INDUSTRIELLE

\*\*\*\*\*  
\* TAPI FAI NO 6 \*  
\*\*\*\*\*

RYTHME DE CROISSANCE DES ENTREPRISES DE L'ÉCHANTILLON

PAYS : FRANCE  
SECTEUR : BOISSONS

ENTREPRISES : 01 CHIFFRE D'AFFAIRE 04 BÉNÉFICE NET 07 CAPITAUX PROPRES 10  
VARIABLES : 02 EFFECTIF 05 CASH FLOW 08  
03 MASSE SALARIALE 06 INVESTIS BRUT 09

1972 / 1973

N°	E	I	C-01	C-02	C-03	C-04	C-05	C-06	C-07	C-08	C-09	C-10
001	*	*	F120002	+ 01,5 %	+ 00,5 %	- 22,6 %	- 11,2 %	%	- 04,7 %	*	*	*
002	*	*	F123001	+ 01,1 %	- 00,1 %	%	+ 02,5 %	%	+ 04,0 %	*	*	*
003	*	*	F123017	+ 01,0 %	+ 00,7 %	%	+ 00,7 %	%	+ 00,5 %	*	*	*
004	*	*	F125007	+ 00,8 %	+ 00,3 %	%	+ 00,5 %	%	+ 00,2 %	*	*	*
005	*	*	F120001	+ 00,6 %	- 01,1 %	%	- 00,8 %	%	- 03,7 %	*	*	*
006	*	*	F123016	+ 00,4 %	+ 00,3 %	%	- 00,3 %	%	+ 00,1 %	*	*	*
007	*	*	F123013	+ 00,3 %	%	%	- 00,3 %	%	%	*	*	*
008	*	*	F121004	+ 00,3 %	+ 00,5 %	%	+ 01,1 %	%	%	*	*	*
009	*	*	F122007	+ 00,3 %	+ 00,4 %	%	+ 01,0 %	%	- 00,3 %	*	*	*
010	*	*	F125006	+ 00,3 %	+ 00,3 %	%	+ 00,3 %	%	+ 00,1 %	*	*	*
011	*	*	F121002	+ 00,1 %	+ 00,3 %	%	+ 00,6 %	%	- 00,0 %	*	*	*
012	*	*	F124017	+ 00,1 %	+ 00,1 %	%	+ 01,0 %	%	- 00,1 %	*	*	*
013	*	*	F124011	%	+ 00,2 %	%	- 00,2 %	%	- 00,3 %	*	*	*
014	*	*	F125003	%	%	%	+ 00,3 %	%	%	*	*	*
015	*	*	F123014	%	%	%	+ 00,4 %	%	%	*	*	*
016	*	*	F122005	%	- 00,1 %	%	+ 00,7 %	%	+ 00,6 %	*	*	*
017	*	*	F121005	%	%	%	- 00,2 %	%	%	*	*	*
018	*	*	F122012	- 00,1 %	%	%	+ 00,1 %	%	- 00,1 %	*	*	*
019	*	*	F123003	- 00,1 %	%	%	+ 00,4 %	%	- 00,4 %	*	*	*
020	*	*	F123010	- 00,1 %	+ 00,1 %	%	+ 00,4 %	%	- 00,2 %	*	*	*
021	*	*	F124009	- 00,1 %	+ 00,1 %	%	+ 00,1 %	%	- 00,2 %	*	*	*
022	*	*	F125010	- 00,1 %	+ 00,1 %	%	+ 00,2 %	%	- 00,1 %	*	*	*
023	*	*	F124003	- 00,2 %	- 00,4 %	%	- 00,1 %	%	- 00,1 %	*	*	*
024	*	*	F123008	- 00,2 %	- 00,5 %	%	+ 00,4 %	%	- 00,3 %	*	*	*
025	*	*	F122006	- 00,2 %	%	%	- 00,6 %	%	- 00,1 %	*	*	*
026	*	*	F123011	- 00,2 %	- 00,2 %	%	%	%	%	*	*	*
027	*	*	F123015	- 00,3 %	- 00,5 %	%	+ 02,0 %	%	- 00,3 %	*	*	*
028	*	*	F124019	- 00,3 %	- 00,3 %	%	- 00,7 %	%	+ 00,2 %	*	*	*
029	*	*	F123002	- 00,4 %	- 00,4 %	%	+ 00,6 %	%	+ 04,5 %	*	*	*
030	*	*	F124018	- 00,5 %	- 00,2 %	%	- 00,5 %	%	- 00,2 %	*	*	*
031	*	*	F125004	- 00,0 %	- 01,0 %	%	- 00,3 %	%	- 00,2 %	*	*	*

\*\*\*\*\*  
\* TABLEAU NO 6 \*  
\*\*\*\*\*

CONCENTRATION INDUSTRIELLE

\*\*\*\*\*

RYTHME DE CROISSANCE DES ENTREPRISES DE L'ÉCHANTILLON

\*\*\*\*\*

PAYS : FRANCE		1972 / 1973									
SECTEUR : BOISSONS											
ENTREPRISES											
VARIABLES	01 CHIFFRE D'AFFAIRE	02 EFFECTIF	03 MASSE SALARIALE	04 BÉNÉFICE NET	05 CASH FLOW	06 INVESTISSEMENT	07 CAPITAUX PROPRES	08	09	10	
	C-01	C-02	C-03	C-04	C-05	C-06	C-07	C-08	C-09	C-10	
012	+ 03.6 %	- 00.7 %	+ 05.5 %	+ 01.6 %	+ 01.6 %	%	- 00.7 %	%	%	%	
013	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	
014	%	%	%	- 00.6 %	%	%	%	%	%	%	
015	%	%	%	- 08.7 %	%	%	%	%	%	%	
016	%	%	%	%	%	%	- 00.1 %	%	%	%	
TOTAUX	+ 06.8 %	+ 03.7 %	+ 26.0 %	+ 14.5 %	+ 14.5 %	%	+ 07.9 %	%	%	%	
TOTAUX	- 07.6 %	- 04.8 %	+ 36.5 %	- 15.8 %	- 15.8 %	%	- 10.3 %	%	%	%	
TOTAUX ABSOLUS	14.2 %	08.5 %	60.5 %	30.3 %	30.3 %	%	18.2 %	%	%	%	
INDICE D	07.1 %	04.2 %	30.2 %	15.1 %	15.1 %	%	09.1 %	%	%	%	

\*\*\*\*\*  
 \* TAFI 6 \*  
 \*\*\*\*\*

CONCENTRATION INDUSTRIELLE

\*\*\*\*\*

RYTHME DE CROISSANCE DES ENTREPRISES DE L' ECHANTILLON

\*\*\*\*\*

PAYS : FRANCE  
 SECTEUR : BOISSONS

ENTREPRISES : 01 CHIFFRE D AFFAIRE 04 BENEFICE NET 07 CAPITAUX PROPRES 10  
 VARIABLES : 02 EFFECTIF 05 CASH FLOW 08  
 03 MARGE SALARIALE 06 INVESTIS BRUT 09

1975 / 1974

N O	F Y	C-01	C-02	C-03	C-04	C-05	C-06	C-07	C-08	C-09	C-10
001	F123001	+ 08.2	+ 03.7	%	+ 07.2	+ 10.8	%	+ 09.8	%	%	%
002	F123001	+ 01.9	%	%	%	%	%	%	%	%	%
003	F123015	+ 00.6	- 00.1	%	- 00.8	+ 01.5	%	%	%	%	%
004	F120001	+ 00.4	- 00.6	%	- 02.3	- 01.0	%	- 01.7	%	%	%
005	F121004	+ 00.2	+ 00.5	%	+ 00.1	%	%	+ 01.0	%	%	%
006	F122007	+ 00.2	+ 00.2	%	+ 04.1	+ 00.2	%	- 00.4	%	%	%
007	F125007	+ 00.2	+ 00.1	%	+ 00.6	+ 00.4	%	%	%	%	%
008	F125006	+ 00.1	- 00.1	%	+ 00.1	+ 00.3	%	- 00.2	%	%	%
009	F124018	+ 00.1	+ 00.1	%	+ 00.2	+ 00.1	%	%	%	%	%
010	F124009	+ 00.1	- 00.1	%	+ 00.4	+ 00.3	%	%	%	%	%
011	F124003	+ 00.1	- 00.1	%	+ 00.4	+ 00.3	%	- 00.1	%	%	%
012	F123017	+ 00.1	+ 00.2	%	+ 00.6	+ 00.3	%	- 00.1	%	%	%
013	F122006	+ 00.1	- 00.1	%	- 00.6	- 00.3	%	+ 01.8	%	%	%
014	F122012	+ 00.1	- 00.1	%	- 00.3	+ 00.3	%	%	%	%	%
015	F123003	+ 00.1	%	%	+ 00.4	- 00.1	%	%	%	%	%
016	F123008	%	%	%	+ 01.1	%	%	- 00.3	%	%	%
017	F123010	%	- 00.1	%	+ 00.6	+ 00.1	%	- 00.1	%	%	%
018	F124011	%	- 00.1	%	%	+ 00.3	%	- 00.1	%	%	%
019	F125010	%	%	%	- 00.6	- 00.2	%	- 00.1	%	%	%
020	F124019	- 00.1	- 00.1	%	+ 00.4	+ 00.1	%	- 00.2	%	%	%
021	F123016	- 00.1	%	%	- 00.2	%	%	+ 00.2	%	%	%
022	F123014	- 00.2	- 00.1	%	%	%	%	- 00.2	%	%	%
023	F125003	- 00.2	- 00.2	%	+ 06.2	- 02.2	%	- 00.2	%	%	%
024	F121005	- 00.2	%	%	+ 00.3	+ 00.2	%	%	%	%	%
025	F121002	- 00.3	+ 00.1	%	- 02.6	- 01.0	%	%	%	%	%
026	F124017	- 00.3	- 00.5	%	+ 04.5	- 03.1	%	- 00.5	%	%	%
027	F123013	- 00.3	%	%	- 00.8	%	%	+ 03.2	%	%	%
028	F122005	- 00.5	%	%	+ 02.9	- 02.0	%	- 00.4	%	%	%
029	F125001	- 01.0	- 00.2	%	+ 03.1	- 01.5	%	- 00.0	%	%	%
030	F120002	- 01.0	+ 00.1	%	- 10.0	- 05.0	%	- 01.5	%	%	%
031	F123002	- 08.4	- 03.2	%	- 07.2	- 04.5	%	- 00.3	%	%	%

\*\*\*\*\*  
 \* TARIFF NO 6 \*  
 \*\*\*\*\*

CONCENTRATION INDUSTRIELLE

\*\*\*\*\*

RYTHME DE CROISSANCE DES ENTREPRISES DE L'ÉCHANTILLON

\*\*\*\*\*

PAYS : FRANCE  
 SECTEUR : BOISSONS

ENTREPRISES : 01 CHIFFRE D'AFFAIRE 04 BÉNÉFICE NET 07 CAPITAUX PROPRES 10  
 VARIATIONS : 02 EFFECTIF 05 CASH FLOW 08  
 03 MARGE SALARIALE 06 INVESTIS BRUT 09

1973 / 1974

* N O *	* F Y *	* C-01 *	* C-02 *	* C-03 *	* C-04 *	* C-05 *	* C-06 *	* C-07 *	* C-08 *	* C-09 *	* C-10 *
* 032 *	* F123011 *	% + 00.7 %	% + 01.2 %	% + 00.7 %	% + 00.7 %	% + 00.7 %	% + 00.7 %	% + 00.7 %	% + 00.7 %	% + 00.7 %	% + 00.7 %
* TOTALX +	* + 12.5 %	* + 05.4 %	* + 30.3 %	* + 19.5 %	* + 15.1 %						
* TOTALY -	* - 12.3 %	* - 06.7 %	* - 32.5 %	* - 21.2 %	* - 16.0 %						
* TOTALX ABSOLUS +	* 24.8 %	* 12.1 %	* 62.8 %	* 40.7 %	* 31.1 %						
* INDICE 0 +	* 12.4 %	* 06.0 %	* 31.4 %	* 20.5 %	* 15.5 %						

\*\*\*\*\*



## DEUXIEME PARTIE

L'évolution de la concentration et de la concurrence dans  
le secteur des boissons non alcoolisées en France



## A. ETUDE GENERALE DU SECTEUR



CHAPITRE PRELIMINAIRE :  
PRESENTATION DU SECTEUR

Dans l'ensemble des Industries Agricoles et Alimentaires, le secteur des boissons non alcoolisées regroupe les entreprises élaborant (et commercialisant) à titre principal, tout ou partie des produits suivants (la définition de ces produits est donnée au chapitre suivant) :

- eaux de boissons
  - . eaux de sources
  - . eaux minérales
  - . eaux minérales artificielles
- boissons gazeuses
  - . limonades
  - . sodas
  - . colas
  - . tonics et bitters
- sirops
- jus de fruits et de liqueurs
- nectars
- boissons aux fruits,

Au sens de la nomenclature des activités économiques de l'INSEE, le secteur des boissons non alcoolisées regroupe les catégories suivantes :

Nomenclature des Activités Economiques  
(N. A. E.)  
(en vigueur jusqu'en 1973)

- 429 - Boissons non alcoolisées
- 429-0- Fabrication de boissons non alcoolisées, de boissons rafraichissantes
- 429-1- Production de jus de fruits et de légumes
- 429-2- Fabrication de sirops
- 429-3- Fabrication de boissons gazeuses ; limonades, sodas, etc... ; fabrication d'eau de Seltz, d'eau minérale artificielle
- 699-3- Exploitation d'eaux minérales naturelles (sans établissement thermal)

Nomenclature des Activités et des Produits  
(en vigueur depuis le 1.I.1974)

- 4108 - Production de jus de fruits et de légumes
- 4109 - Fabrication de boissons non alcoolisées élaborées
- 4110 - Production d'eau minérale naturelle

Pour l'approche globale du secteur, trois sources principales d'information sont disponibles :

- . au niveau de l'offre, l'annuaire de Statistique Agricole du SCEES (Service Central des Enquêtes et Etudes Statistiques du Ministère de l'Agriculture) et l'annuaire de l'INSEE, fournissent les statistiques de production pour :
  - . les eaux de boissons (appelées eaux minérales)
  - . les boissons gazeuses

- . les jus de fruits et nectars
  - . les sirops
- .. au niveau de la structure industrielle, les enquêtes annuelles du SCEES sur les Industries Agricoles et Alimentaires décontractent le secteur des boissons non alcoolisées en trois sous secteurs :
- . eaux de boisson (appelées eaux minérales)
  - . boissons gazeuses et sirops
  - . jus de fruits et de légumes
- ... Au niveau de la demande, les séries statistiques de l'INSEE et du CREDOC, indiquent les achats des ménages pour la consommation à domicile, pour trois groupes de boissons non alcoolisées :
- . eaux de boissons (appelées eaux minérales)
  - . boissons gazeuses
  - . jus de fruits et nectars (appelées liqueurs) et sirops

Il ressort de cette présentation que, selon les sources statistiques utilisées, les regroupements des produits en sous-secteurs (ou sous-branches) ne sont pas exactement les mêmes. Pour l'essentiel, les différences d'agrégation concernent les sirops qui sont rattachés soit aux boissons gazeuses, soit aux jus de fruits.

Par ailleurs les boissons aux fruits n'étant pas explicitement mentionnées, on fera l'hypothèse qu'elles sont regroupées avec les boissons gazeuses au niveau des statistiques de production et de consommation.

CHAPITRE I : LES PRODUITS

I. DEFINITION (1) :

Les boissons sont, en vue de leur réglementation et de leur fabrication, de leur mise en vente et de leur consommation, réparties en cinq groupes :

- boissons non alcooliques  
Groupe 1
- boissons alcooliques  
Groupes 2 à 5.

GROUPE 1 - Boissons sans alcool : eaux minérales ou gazéifiées, jus de fruits ou de légumes non fermentés ou ne comportant pas, à la suite d'un début de fermentation de traces d'alcool supérieures à 1%, limonades, sirops, infusions, lait, café, thé, chocolat, etc...

Dans le présent rapport, certains de ces produits et des activités correspondantes ne seront pas étudiés :

- le lait, car il s'agit d'un secteur qui, dans l'ensemble des Industries Agricoles et Alimentaires, n'est, généralement, pas classé dans les boissons.

En effet, en 1972 par exemple, sur un total de 28 846 000 tonnes de lait de vache collecté en France, la consommation humaine de lait frais (qui n'est pas uniquement utilisé sous forme de boisson) ne représente que 3 362 000 tonnes (soit 11,7 %), auxquels on doit ajouter 413 000 tonnes de lait concentré (qui correspond à environ 700 000 tonnes de lait frais, soit 2,5 % du total) et 498 000 tonnes de lait en poudre (soit approximativement 5 000 000 tonnes de lait frais, c'est-à-dire 17,3 %). On admettra donc que moins d'un tiers de la production de lait va à la consommation humaine sous forme de boisson.

- les infusions, le café, le thé, le chocolat.

Ce groupe de boissons diverses représente, dans les budgets alimentaires des ménages une part importante des boissons (en 1972 les achats des ménages pour ces produits, équivalaient, en valeur, à ceux de l'ensemble des autres boissons non alcoolisées).

Cependant dans une étude générale des boissons non alcoolisées, il est difficile d'inclure ce groupe, en raison de sa grande hétérogénéité, tant au niveau des produits qu'à celui des entreprises et des marchés.

Inversement le manque d'informations cohérentes et exhaustives nous empêche, actuellement, d'en faire une étude particulière.

Compte tenu de ces remarques préliminaires, nous distinguerons dans ce qui suit, cinq groupes de boissons non alcoolisées :

-----  
(1) Toutes les dispositions légales concourant à la définition des produits, qui figurent dans le présent chapitre, ont été relevées dans le livre de :

Edmont A. DEHOVE : "La réglementation des produits alimentaires et non alimentaires - Répression des fraudes et Contrôle de la Qualité".  
7ème Edition - Commerce - Editions - Paris.

## 1. Eaux de boisson

Elles regroupent trois catégories de produits :

### a) Eau de source

"La dénomination "Eau de source" ou toute autre, indiquant une eau de boisson d'une origine déterminée, est réservée aux eaux potables, c'est-à-dire aux eaux bonnes pour l'alimentation humaine introduites à leur lieu d'émergence, telles qu'elles sortent du sol, dans les récipients de livraison aux consommateurs ou dans des canalisations les amenant directement dans ces récipients.

L'exploitation de ces eaux ne peut avoir lieu qu'après déclaration préalable au Préfet du département. Un contrôle bactériologique est exercé sur les eaux susvisées tant à l'émergence qu'au stade de l'embouteillage, de la distribution et de la vente (article 1er, alinéa I, du décret du 12 Janvier 1922 remplacé par le décret du 24-5-1957)".

### b) Eau minérale

"Les dénominations "Eau minérale", "Eau minérale naturelle" ou toute autre contenant ces mots, sont réservés aux eaux douées de propriétés thérapeutiques, provenant d'une source dont l'exploitation a été autorisée, par décision ministérielle, dans les conditions prévues par les lois et règlements en vigueur.

La déferrisation et le mélange entre eux d'eaux ou de gaz de sources d'eaux minérales autorisées ne peuvent avoir lieu que dans les conditions fixées dans l'arrêté d'autorisation (article 1er, alinéa 2, du décret du 12-1-1922 remplacé par le décret du 24-5-1957).

Toute entreprise qui veut procéder à l'embouteillage d'une eau minérale pour la livrer au public doit obtenir une autorisation d'embouteillage délivrée par le Ministre de la Santé publique et de la Population (extrait de l'article 1er du décret du 11-12-1964)".

### c) Eau minérale artificielle

"Les dénominations contenant les mots "Eau minérale artificielle" ou "Eau artificiellement minéralisée" sont réservées aux eaux potables additionnées de matières minérales dont la fabrication ne peut avoir lieu sans l'autorisation du Préfet du département (article 1er, alinéa 4, du décret du 12-1-1922).

Les dénominations contenant les mots "gazeuse", "eau gazeuse", sont réservées aux eaux naturellement gazeuses ou à ces mêmes eaux regazéifiées avec les gaz provenant de la source même ou des mélanges des eaux de sources dont l'exploitation a été autorisée, par décision ministérielle, dans les conditions prévues par les lois et règlements en vigueur.

Les dénominations contenant le mot "gazéifié" sont réservées aux eaux potables rendues gazeuses par addition de gaz purs et dont la fabrication ne peut avoir lieu sans l'autorisation du Préfet du département.

Cette autorisation n'intervient qu'après production d'une demande indiquant les nom, prénom et domicile du fabricant ou, s'il s'agit d'une société, la raison sociale ou la dénomination et le siège social, et tous renseignements utiles sur l'installation de l'exploitation, notamment les caractéristiques du matériel utilisé. Cette demande doit être accompagnée d'un certificat d'analyse chimique et bactériologique délivré par un laboratoire officiellement agréé (article 1er, alinéas 3 et 5, du décret du 12 janvier 1922, modifié et complété par le décret du 24-5-1957).

Les dispositions relatives à l'emploi du mot "gazéifiée" s'appliquent aux eaux gazéifiées fabriquées à l'échelle industrielle, embouteillées et livrées ensuite pour la vente au consommateur.

Par contre, l'eau gazéifiée en siphons peut être considérée comme une simple préparation et assimilée à une eau de consommation courante, dispensée de l'étiquetage réglementaire (1) et dispensée également de l'autorisation préfectorale sous la double condition qu'elle soit préparée :

- avec de l'eau potable,
- par le vendeur direct au consommateur.

Par analogie, sous les deux mêmes conditions, les mêmes dispenses s'appliquent lorsque l'eau est gazéifiée, en vue de sa distribution en continu, au moyen d'appareils appropriés répondant simultanément aux exigences des règlements des appareils à pressions du gaz (Service des Mines) et à celles du Règlement sanitaire".

Dans la suite de cette étude, ces différents produits seront regroupés sous leur appellation générique courante : "eaux minérales".

## 2. Boissons gazeuses

On distingue quatre catégories principales de produits :

### a) Les limonades

"L'appellation "limonades" est réservée, en vertu des usages, aux boissons gazéifiées, sucrées, limpides et incolores, additionnées de matières aromatiques ou sapides provenant du citron et éventuellement d'autres hespéridées, acidulées au moyen des acides citrique, tartrique ou "lactique".

### b) Les sodas

Boissons gazeuses, consistant en eau chargée d'acide carbonique, ordinairement additionnée de sirop de fruit.

### c) Les colas

Boissons gazeuses à base d'extraits végétaux et éventuellement de noix de cola, à haute teneur en saccharose, aromatisées très légèrement à la vanille et colorées par du caramel.

### d) Les tonics et bitters

Ce sont des boissons gazeuses amères, à base d'extraits végétaux.

## 3. Les sirops

"La dénomination de "sirop" ou de "sirop de sucre" est réservée aux dissolutions de sucre (saccharose) dans l'eau (article 2, 1er, du décret du 28-7-1908).

La dénomination de "sirop" accompagnée de l'indication de l'espèce ou des espèces prédominantes de fruits entrant dans la fabrication, est réservée aux sirops composés de sucre ou de sirop de sucre et de jus de fruits (article 2, 2°, du décret du 28-7-1908)".

L'emploi d'additifs divers (acide citrique ou tartrique, colorants, arômes artificiels) est réglementé pour chaque catégorie de sirop (citron, grenadine, orange, orgeat, etc...). Leur utilisation suppose généralement que les sirops correspondants soient qualifiés des termes de "artificiel" ou "fantaisie" ou "coloré", etc..

#### 4. Les jus de fruits, jus de légumes, nectars

##### a) Jus de fruits - jus de légumes - jus de ...

"La dénomination "jus de fruits" ou "jus de légumes", ou toute autre dénomination contenant ces mots, est réservée au produit naturel provenant de la pression des fruits ou légumes frais, sains et mûrs, non fermenté ou ne comportant pas, à la suite d'un début de fermentation, de traces d'alcool supérieures à 1° (article 1er, alinéa I, du décret du 1-10-1938 modifié par le décret du 4-2-1955).

Sont considérées comme boissons sans alcool les jus de fruits ou de légumes ne comportant pas, à la suite d'un début de fermentation, de traces d'alcool supérieures à un degré (article 1er, 1°, de la loi du 24-9-1941 modifié par la loi du 1-2-1955).

La dénomination "Jus" suivie de l'indication d'une espèce de fruits ou de légumes déterminée est réservée aux jus de fruits ou de légumes répondant aux conditions ci-dessus énoncées, et provenant exclusivement de l'espèce indiquée (article 1er, alinéas 1 et 2, du décret du 1-10-1938).

Ces dénominations peuvent être précédées ou suivies de l'indication de la région d'origine des fruits ou des légumes dont provient le jus, ainsi que, lorsque le produit ne présente pas de trace appréciable d'alcool, de la mention "sans alcool". Dans le cas contraire, la mention "un degré d'alcool au maximum" sera obligatoire (article 1er, alinéa 9, du décret du 1-10-1938 modifié par le décret du 4-2-1955)".

##### b) Jus gazéifiés

"Dans le cas où la quantité d'anhydride carbonique est supérieure à celle contenue normalement dans les jus, c'est-à-dire à la quantité susceptible d'y être dissoute, rien ne s'oppose à ce que le jus soit vendu sous la dénomination "jus gazéifié". Cette dernière dénomination devra être employée obligatoirement pour désigner un jus rendu pétillant par addition de gaz carbonique (circulaire n° 148 du 14-12-1938)".

##### c) Jus reconstitués

Deux lettres circulaires Ministérielles (19-4-72 et 9-8-72), avaient, à partir du 1er Septembre 1972, autorisé la reconstitution de jus de fruits à partir de la dilution de concentrés (ce qui était interdit auparavant). La dénomination "à base de concentré" devait figurer sur l'étiquette de ces jus, dont les caractéristiques organoleptiques devaient être les mêmes que celles des jus de fruits traditionnels.

Un arrêt du Conseil d'Etat, pris le 13-11-1974 a cassé ces décisions. Les jus de fruits reconstitués ont donc, à nouveau été interdits en France. Le 1er Décembre 1975 le Journal Officiel des Communautés Européennes a publié une directive du Conseil des Ministres, relative au rapprochement des législations des Etats Membres concernant les jus de fruits et certains produits similaires.

La législation des Etats membres doit, d'ici le 1er Décembre 1976, être modifiée pour se conformer à cette directive. La généralisation de la commercialisation des produits autorisés par la directive communautaire, doit être effective à partir du 1er Décembre 1977, alors que l'interdiction des produits non conformes sera totale après le 1er Décembre 1978.

Pour la France, la principale nouveauté réside dans l'autorisation par la Communauté Economique, de commercialiser les jus de fruits reconstitués à partir de concentrés, à condition que l'étiquetage le mentionne.

De même est autorisée l'adjonction de sucre aux jus de fruits, une nouvelle catégorie de jus étant créée : "jus de fruit sucré".

Les nouvelles conditions législatives vont, vraisemblablement, avoir des répercussions importantes sur la technologie des jus de fruits, et, par voie de conséquence, entraîner des bouleversements importants dans les structures industrielles de ce secteur.

En effet, pour les industries de jus de fruits, la possibilité de travailler sur des matières premières concentrées et stabilisées (surgelés) représente un affranchissement presque total à l'égard des producteurs agricoles nationaux, avec, par contre une grande facilité d'approvisionnement sur le marché mondial.

Les deux ou trois prochaines années risquent donc d'être décisives dans la restructuration du secteur des jus de fruits.

#### d) Pétillant de raisin

Par dérogation aux dispositions relatives au jus de fruits, sont autorisées, sous la dénomination "Pétillant de raisin", la production, la mise en vente et la vente de jus de raisin dont l'effervescence et le titre alcoolique acquis, ne dépassant pas trois degrés, résultent de la fermentation de ce jus par le procédé de la cuve close, sans coupage avec du vin (article 5-1, alinéa I, du décret 1-10-1938, complété par le décret du 29-11-1960).

#### e) Nectars de fruits

"A côté des espèces fruitières traditionnellement utilisées pour la fabrication des jus de fruits, d'autres espèces de fruits ont eu la faveur du consommateur. Cependant certaines de ces dernières donnent un jus naturellement trop pulpeux ou trop acide pour être consommable en l'état et il est apparu indispensable d'admettre pour ces boissons une addition d'eau et de sucre, opérations interdites par la réglementation en vigueur pour les jus de fruits proprement dits. Il est apparu souhaitable de dégager les règles relatives à la fabrication et à la commercialisation des boissons préparées et vendues sous la dénomination de nectars de fruits, compte tenu des usages intervenus en la matière (lettre circulaire du 27-2-1965)".

### 5. Boissons aux fruits

Les boissons aux fruits sont des boissons à base de jus de fruits ou de concentrés de fruits. Elles se présentent sous forme gazeuse ou non. On distingue habituellement deux catégories de boissons aux fruits :

- contenant plus de 35 % de jus de fruits
- contenant 12 à 35 % de jus de fruits.

## II. PRESCRIPTIONS D'ORDRE GENERAL CONCERNANT LES BOISSONS SANS ALCOOL

"Les fabricants de boissons sans alcool peuvent être autorisés par le Ministère de la Santé Publique et de la Population à faire apposer, sur chaque conditionnement des dites boissons, une vignette tendant à appeler l'attention du public sur le caractère hygiénique du produit contenu.

Cette autorisation peut être utilisée à toutes fins publicitaires. L'autorisation n'ayant pour but que de reconnaître les conditions de fabrication et de composition, l'exploitation publicitaire ne pourra comporter que la mention : "Boisson hygiénique, enregistrée par le Ministère des Affaires Sociales sous le n°..",

à l'exclusion de toute autre formule, de tout autre commentaire ou slogan, et, notamment, de toute allusion à une garantie éventuelle de santé pour le consommateur. Toute publicité comportant d'autres indications que celle prévue est interdite sous quelque forme que ce soit.

Toute publicité qui serait jugée abusive pourra entraîner le retrait immédiat de l'autorisation (extrait de l'arrêté du 24-6-1956 modifié par l'arrêté du 11-5-1966)".

### III. LA TECHNOLOGIE

Nous distinguerons deux niveaux technologiques :

- la technologie des produits
- la technologie du conditionnement.

#### 1. La technologie des produits

Il convient, de ce point de vue, de répartir les boissons non alcoolisées en deux groupes :

a) Les boissons sans technologie, c'est-à-dire les produits naturels, d'extraction : eaux de source, eaux minérales à technologie réduite : eaux minérales artificielles, limonades,

b) Les boissons à technologie développée : jus de fruits, nectars de fruits, boissons aux fruits, sodas, sirops, colas, bitters.

Dans le premier groupe, la technologie qui est, soit inexistante, soit simple et relativement figée, ne représente pas une donnée significative dans la dynamique du secteur.

Dans le second groupe, la technologie est un élément important de la dynamique et de la concurrence. On doit d'ailleurs distinguer dans cette catégorie, deux domaines technologiques distincts :

- la maîtrise technologique de la fabrication, dans le but soit d'améliorer la stabilité du produit final, soit de modifier la nature et la qualité des matières premières. Ce sont essentiellement les jus de fruits qui sont concernés par ces problèmes.

. Le contrôle de la stabilité (principalement le blocage des fermentations éventuelles) représente un élément important à la fois du coût de production et de la qualité organoleptique du produit fini. L'innovation en la matière a été pendant longtemps et reste encore en partie, une variable de base de la stratégie des entreprises du secteur des jus de fruits.

.. L'activité technologique en direction des matières premières s'inscrit principalement dans une perspective d'artificialisation de la fabrication. Il s'agit pour les firmes de s'affranchir au maximum des contraintes d'approvisionnement en produits agricoles frais. La principale étape en la matière a été la fabrication de jus de fruits à partir de concentrés. Cette technologie (qui a longtemps été interdite par le législateur français - cf supra) permet aux entreprises de mieux planifier leurs approvisionnements et leur production et d'acheter leurs matières premières au meilleur prix sur le marché international (par exemple concentrés surgelés originaires d'Amérique),

A terme les entreprises paraissent s'orienter vers une industrialisation plus poussée : dessiccation, lyophilisation ou surgélation des produits frais ; récupération des arômes ; reconstitution du produit fini. A partir d'une même matière première il devient alors possible d'élaborer, à la demande, plusieurs produits finis.

Dans cette perspective on peut noter l'apparition récente sur le marché français d'une boisson aux fruits présentée en poudre au consommateur ; la reconstitution de la boisson devant se faire à domicile.

Cela dit, dans le domaine des jus de fruits, des nectars, et des boissons aux fruits, le produit fini ne peut contenir que des constituants des fruits ou des produits de conservation autorisés.

Par contre pour les colas, bitters, sodas, l'innovation technologique permet plus facilement la création de produits nouveaux.

La maîtrise technologique, dans le cas de sodas, colas, tonics, bitters, concerne, en effet, la création de produits nouveaux dont les caractéristiques organoleptiques correspondent à l'exploitation publicitaire du symbolisme de la consommation alimentaire.

La publicité pour l'un de ces produits, résumée dans la formule "un goût étrange venu d'ailleurs" indique clairement l'axe suivi par les firmes : l'exploitation des symboles les plus percutants auprès des segments de consommateurs visés (en général les jeunes et les catégories sociales aisées), et leur traduction au niveau des caractères organoleptiques.

Le symbole de l'évasion (qu'elle soit sociale : "un goût insolent", géographique "venu d'ailleurs", historique "déjà en 1925 à Chicago") trouve sa correspondance dans le goût amer, épicé, etc... ou dans des couleurs nouvelles : rose, vert, etc...

L'activité technologique des firmes se situe alors principalement, au niveau de la psychophysiologie de la nutrition, c'est-à-dire de la transformation des caractères organoleptiques en sensations pour le consommateur.

Il s'agit de mettre au point des recettes de produits qui permettent une bonne implantation sur le plan commercial.

La technologie proprement dite est relativement simple puisque ces boissons sont, pour la plupart, des boissons gazeuses additionnées d'extraits de plantes aromatiques.

## 2. La technologie du conditionnement

### a) Les matériaux d'emballage

En rapprochant deux études, publiées l'une par la Revue Viticole Internationale (en 1971 avec des chiffres fournis par la Société Saint Gobain), l'autre par la Revue Neid-Information (en 1976), on peut établir le tableau ci-après indiquant l'évolution du conditionnement des boissons, en France :

Type d'emballage	Années		Prévisions
	1967	1972	1980
Verre consigné	78	52	19
Verre perdu	7	12	21
Plastique	8	21	36
Complexes carton	} 7	14	19
Métal		1	1
Total %	100 %	100 %	100 %
Volume en millions hl	115	135	169

On observe, sur la période étudiée, et si la prévision pour 1980 est vérifiée, une mutation fondamentale dans le mode de conditionnement des boissons non alcoolisées. L'emballage verre consigné régresse sensiblement (le volume conditionné en verre consigné diminue de 64 % sur la période), au profit de l'emballage plastique (le volume concerné est multiplié par 6,6) et dans une moindre mesure les emballages complexes, et le verre perdu.

Selon les catégories de produits cette évolution globale se différencie nettement, ainsi que l'indique le tableau ci-après pour les boissons non-alcoolisées:

EVOLUTION DES EMBALLAGES DES BOISSONS NON ALCOOLISEES

Produits → conditionnements ↓	Eaux plates		Eaux gazeuses		Autres boissons non alcoolisées		Ensemble boissons non alcoolisées	
	1972	1980	1972	1980	1972	1980	1972	1980
Verres consignés	9,1	12,5	80,0	36,4	72,6	28,0	38,0	19,2
Verres perdus	-	-	20,0	36,4	24,2	64,0	10,1	22,6
Plastique	90,9	87,5	-	27,2	-	2,0	50,8	56,3
Complexes carton	-	-	-	-	0,8	3,5	0,3	1,1
Métal	-	-	-	-	2,4	2,5	0,8	0,8
Total %	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Volume : millions hl	22,0	40,0	5,0	5,5	12,4	20,0	39,4	65,5

On peut noter les particularités suivantes :

En 1972 :

Pour les boissons non alcoolisées la part du verre consigné est, en 1972, nettement plus faible que pour l'ensemble des boissons (38,0 % contre 52 %), le plastique étant en contre-partie deux fois plus développé (50,8 % contre 21,0 %).

Cette situation particulière est due principalement aux eaux minérales, dont le conditionnement plastique était déjà presque généralisé en 1972 (90,9 % pour les eaux plates, soit 74,1 % pour l'ensemble des eaux de table).

Par contre on constate que le plastique est inexistant, en 1972, dans le domaine des autres boissons non alcoolisées.

- L'emballage complexe-carton (du type jet-pack) est fort peu utilisé dans les boissons non alcoolisées, alors qu'il représente déjà 14 % du conditionnement de l'ensemble des boissons en 1972.

- L'emballage métal est un peu utilisé dans les boissons non alcoolisées autres que les eaux minérales, et notamment par les jus de fruits.

Les prévisions 1980 :

Contrairement à ce qui est prévu pour l'ensemble des boissons, la part du plastique dans l'emballage des boissons non alcoolisées doit rester relativement stable (56,3 % en 1980, contre 50,8 % en 1972). Ceci résulte d'une légère diminution de son importance dans les eaux plates.

Il s'agit là, semble-t-il, d'un léger infléchissement de la stratégie commerciale des firmes, en fonction des thèmes, répandus dans l'opinion publique, de lutte contre la pollution, et d'économie d'énergie.

Cependant ce retour au verre consigné ne devrait pas atteindre une grande ampleur, car il représente une charge sensible pour les entreprises de conditionnement (modification des chaînes d'embouteillage) et de distribution (personnel pour la manutention et la déconsignation).

- Pour les autres boissons non alcoolisées, le plastique ne devrait pas non plus acquérir une grande place (2,0 % prévu pour 1980), notamment en raison des problèmes techniques de stabilité des produits (boissons gazeuses).

- Le phénomène le plus marquant pour les eaux minérales gazeuses, et pour les autres boissons non alcoolisées, c'est la substitution très rapide du verre perdu au verre consigné.

b) Les volumes de conditionnements

On note deux évolutions contradictoires au sein des boissons non alcoolisées :

- D'une part, l'augmentation régulière depuis 1968 du volume moyen du col pour les eaux minérales (il est passé de 0,84 l en 1968, à 1,16 l en 1974, avec une légère diminution en 1975 en raison du retour partiel du verre, tel qu'on vient de l'analyser). C'est le développement de l'emballage plastique en "majorettes" de 1,5 l qui explique cette évolution ; elle caractérise le marché des boissons de table.

- D'autre part la tendance à la généralisation des conditionnements en récipients de 0,19 l à 0,33 l pour les autres boissons non alcoolisées. Au stade de la vente au détail ces conditionnements individuels sont présentés en multipacks de 6 ou 12; ils caractérisent le marché des boissons de "loisir", hors-repas,...

## CHAPITRE II : LES MARCHES

Nous étudierons, pour chacun des cinq groupes de produits définis précédemment, les principaux flux, physiques et en valeur, relatifs à l'offre et à la demande.

Pour faciliter l'analyse économique nous regrouperons les différentes boissons non alcoolisées non pas dans les cinq groupes précédents, mais en trois catégories :

1. Les eaux minérales, plates et gazeuses
2. Les jus de fruits, nectars de fruits et boissons aux fruits

Nous traiterons les boissons aux fruits avec les jus de fruits et les nectars, et non pas avec les soft-drinks, car, à plusieurs titres, le rapprochement entre jus de fruits et boissons aux fruits (appelées encore "fruités") est nécessaire :

- au niveau de la consommation les boissons aux fruits deviennent directement concurrentes des jus de fruits, et sont souvent perçues par le consommateur, comme des jus de fruits.

- au niveau des définitions légales des produits la similitude est d'ailleurs grande, puisque l'on peut admettre que les boissons aux fruits sont des dilutions, de jus de fruits, qui en plus peuvent être gazéifiées. (cf supra).

- au niveau des structures de production, c'est à l'Union Nationale des Producteurs de jus de fruits que sont rattachées les entreprises productrices de boissons aux fruits.

3. Les "soft-drinks" : les limonades, sodas, bitters, tonics, colas, sirops. Nous donnons ici au concept de "soft-drinks" (littéralement : "boissons molles") un sens plus restrictif que son usage commun, Dans la terminologie de la distribution et du marketing les "soft-drinks" regroupent en effet l'ensemble des boissons non alcoolisées autres que les eaux minérales,

### I. LES EAUX MINÉRALES

Dans l'ensemble des boissons non alcoolisées, les eaux minérales représentent en volume près de 70 % du marché,

#### A. L'OFFRE

##### 1. L'offre intérieure

Le tableau 1 donne l'évolution, de 1962 à 1975, de la production française d'eaux minérales.

Entre 1962 et 1975 la production a été multipliée par 2,5 passant de 11,35 à 28,14 millions d'hectolitres,

On notera que dans le même temps la production estimée en nombre de cols a moins que doublé, puisqu'elle est passée de 1,397 milliards de cols en 1962 à 2,466 milliards de cols en 1975,

On peut constater en effet que, à partir de 1970 le volume moyen du col a sensiblement augmenté : de 0,84 litre avant 1970 il a augmenté jusqu'à 1,16 litre en 1974, pour diminuer légèrement en 1975 (1,13 litre). Cette augmentation du volume moyen du récipient est liée à la généralisation du conditionnement en plastique,

Tableau 1.

LA PRODUCTION FRANÇAISE D'EAUX MINÉRALES

Unité : Millions d'hectolitres  
Milliards de cols.

Années	1962	1964	1966	1968	1970	1971	1972	1973	1974	1975
Production Nbre de de cols	1,397	1,766	1,934	2,128	2,297	2,378	2,393	2,684	2,540	2,466
française Volume	11,35	14,40	16,08	17,80	21,55	22,53	27,20	30,97	29,55	28,16
volume moyen du col	0,81	0,82	0,83	0,84	0,94	0,95	1,14	1,16	1,16	1,13
Indice de la pro- duction (en vol.)	100	127	142	157	190	198	240	273	260	248
Marché métropolitain (en volume)	10,71	13,67	14,94	16,50	20,26	21,01	25,62	28,80	27,11	25,53
Exportations (en volume)	0,64	0,73	1,14	1,30	1,29	1,52	1,58	2,17	2,44	2,61
% des exportations dans la production	5,64%	5,07%	7,09%	7,30%	5,99%	6,75%	5,81%	7,01%	8,26%	9,28%

Source : Chambre Syndicale des Eaux Minérales.

Avant 1970 l'emballage standard était le récipient en verre, de 100 cl à côté duquel existaient plusieurs types de conditionnements (0,5 l , 0,25 l), notamment pour les cafés, restaurants et collectivités.

Depuis 1970 l'emballage le plus répandu est la bouteille en plastique PVC, d'un volume unitaire de 1,50 l. Il convient de souligner une régression assez sensible de la production en 1974 et 1975 (- 9,1 % en 1975 par rapport à 1973).

Le tableau 2 donne l'évolution de la production française, répartie selon les principales marques.

Les trois premières marques : Contrexeville, Evian, Vittel, représentent en moyenne 80 % de la production, depuis 1971. En 1969 et 1970 la part de ces trois marques était moins importante (respectivement 64 % et 69 %). On notera en particulier le développement très important et très rapide de la marque Contrexeville entre 1969 et 1972, puisqu'elle a plus que doublé ses ventes au cours de cette période.

La répartition de la production entre eaux plates et eaux gazeuses se fait, approximativement, selon la proportion de 85 % et 15 %.

## 2. Les importations

Les flux d'importations en valeur et en volume sont indiqués par le tableau ci-après :

Années Pays	1971		1972		1973		1974	
	Volume	Valeur	Volume	Valeur	Volume	Valeur	Volume	Valeur
CEE à 6	2 209	526	2 245	703	2 189	669	-	-
CEE à 9	-	-	-	-	2 192	675	20 762	847
Autres Pays	158	62	40	10	65 858	760	392 555	732
Total	2 367	588	2 585	713	68 050	1 435	413 317	1 579

Les données en volume représentent le tonnage des importations en poids brut (emballages compris), ce qui ne permet pas d'avoir une connaissance exacte des volumes, en hectolitres. En estimant le prix de gros du litre entre 0,30 et 0,50f en 1971, le volume des importations peut être estimé à environ 10 000 à 15 000 hectolitres.

En 1973 et 1974 l'augmentation considérable des volumes importés des pays extérieurs à la CEE (et en 1974 de la CEE à 9), est due à des importations massives d'eau potable (du réseau urbain), en provenance de Suisse. Il s'agit donc de produits ne concernant pas la présente étude.

Les importations d'eaux minérales restent donc très marginales par rapport au marché intérieur français (moins de 0,1 % en volume).

TABLEAU 2

VENTES DES PRINCIPALES MARQUES D'EAUX MINÉRALES  
(Marché intérieur)

Unité : millions d'hl

Marques	Années													
	1969	1970	1971	1972	1973	1974	1975							
Contrexeville	3,42	17,7	4,30	20,0	6,25	25,6	7,95	29,2	8,48	29,4	8,33	30,7	7,56	29,6
Evian	4,60	23,9	5,30	24,6	5,80	23,8	6,91	25,4	7,79	27,0	7,65	28,2	7,24	28,4
Vittel	4,36	22,6	5,20	24,2	6,00	24,6	6,18	22,7	6,40	22,2	5,59	20,6	5,15	20,2
Vichy	2,44	12,7	2,43	11,3	2,42	9,9	2,42	8,9	1,94	6,7	1,81	6,7	1,85	7,2
Perrier							1,48	5,4	1,50	5,2	1,22	4,5	1,23	4,8
Volvic	4,45	23,1	4,32	20,0	3,93	16,1	0,79	2,9	1,04	3,6	1,03	3,8	1,03	4,0
Saint Galmier Badoit							0,43	1,6	0,44	1,5	0,44	1,6	0,45	1,7
Autres							1,04	3,8	1,21	4,2	1,04	3,8	1,02	4,0
Total	19,27	100	21,58	100	24,40	100	27,20	100	28,80	100	27,11	100	25,53	100

Source : Chambre Syndicale des  
Eaux Minérales

## B. LA DEMANDE

Les stocks n'étant que des stocks outils de courte durée, on assimile, chaque année, la demande à l'offre.

### 1. Demande intérieure

Le marché intérieur représente en moyenne, sur la période 1962-1975, 93 % de la production.

Il est passé de 10,71 millions d'hectolitres en 1962 à 25,53 millions d'hectolitres en 1975, avec un maximum en 1973, avec 28,80 millions d'hectolitres.

La demande intérieure a donc, après avoir connu un accroissement de 268 % entre 1962 et 1973, décliné de 11,4 % entre 1973 et 1975. La régression de la production en 1974 et 1975 est donc due uniquement au marché intérieur, puisque dans le même temps les exportations se sont développées (cf infra).

En valeur, le marché des eaux minérales représentait, en 1972, une dépense totale des ménages pour leur consommation à domicile, de 1,912 milliards de Francs, soit 66,8 % des achats de boissons non alcoolisées et 8,5 % de l'ensemble des achats de boissons (pour la consommation à domicile).

En francs constants 1972 ces achats ont évolué de 0,706 milliards en 1959 à 1,912 milliards en 1972, soit un taux annuel moyen de croissance de 14,2 % (ce taux étant de 16,1 %, sur la même période pour l'ensemble des boissons non alcoolisées et 3,4 % pour l'ensemble des boissons).

#### a) Evolution de la consommation individuelle

Le graphique 1 retrace l'évolution de la consommation individuelle de 1950 à 1975. Partant d'un niveau de 9 litres, en 1950, les français buvaient en moyenne 28 litres d'eaux minérales par personne et par an, en 1965. Cette consommation atteignait 55,5 litres en 1973, puis elle a légèrement diminué ensuite.

Les eaux minérales arrivent donc au deuxième rang des boissons commercialisées après le vin, et avant la bière.

En fait, compte tenu de son statut dans la consommation alimentaire (cf infra) on doit aussi comparer l'eau minérale à l'eau du robinet. Il n'existe malheureusement pas de statistiques concernant la consommation d'eau du robinet au cours des repas. Tout au plus peut-on tenter une estimation très approximative.

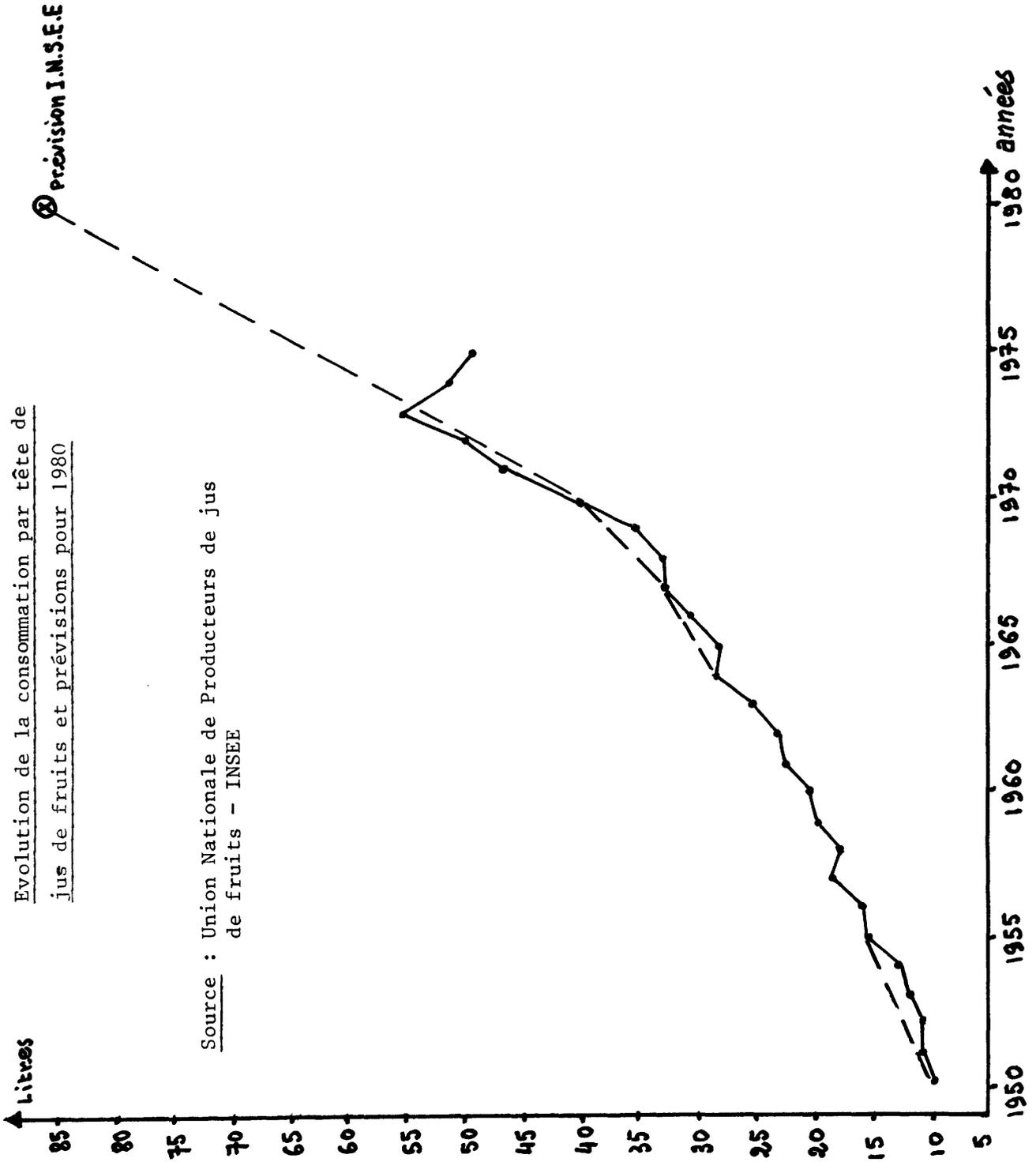
Si l'on admet une consommation moyenne de liquide au cours de chacun des principaux repas, de l'ordre de 1/2 litre (1) (moyenne qui bien sûr recouvre le cas de l'homme adulte qui peut boire un litre de liquide, mais aussi celui de la femme qui, faisant un régime amaigrissant ne boit pas à table, ou des enfants en bas âge, nourris au biberon), soit environ 350 litres par an, le volume global correspondant pour le marché intérieur français est de 180 millions d'hectolitres en 1972.

Parmi les boissons d'accompagnement des repas, les volumes annuels consommés à table par personne, sont les suivants (en chiffres arrondis) :

- vin : 115 litres
- bière : 20 litres

---

(1) On admet que l'organisme humain a besoin de 2,5 litres de liquide par jour, dont 1 litre est fourni par les aliments et 1,5 litre par la boisson. On fait donc l'hypothèse d'une consommation de boissons de 0,5 litre hors repas et 1 litre au cours du repas.



- eaux minérales : 60 litres
- divers (cidre, lait, boissons non alcoolisées) : 9 litres
- ensemble : 200 litres environ.

La consommation d'eau du robinet pourrait être, au cours des repas, de 150 litres par personne et par an. L'eau reste donc la principale boisson d'accompagnement des repas.

Le problème qui se pose est de savoir si les eaux minérales peuvent conquérir ce marché potentiel de 80 millions d'hectolitres en 1975, ou si la demande va atteindre un certain plafonnement.

Les projections faites par l'INSEE sur la consommation alimentaire des français en 1980, indiquent un niveau de 87 litres. Cette projection, ainsi que l'indique le graphique 1 extrapole la tendance enregistrée entre 1950 et 1973.

Par contre la baisse de consommation enregistrée en 1974 et 1975 introduit une rupture importante dans la tendance.

La question qui se pose est donc de savoir si ce retournement de tendance est purement conjoncturel ou plus durable.

b) Répartition de la consommation individuelle selon quelques critères socio-économiques

Les tableaux VIII, IX et X de l'annexe 1 donnent la répartition de la consommation d'eaux minérales selon trois critères (en 1972 ).

- Influence de la catégorie socio-professionnelle du chef de ménage.  
On constate que par rapport à une consommation individuelle moyenne de 60 litres (1), ce sont les professions agricoles et les ouvriers qui sont les plus faibles consommateurs, avec moins de la moitié de la moyenne nationale pour les premiers et 49 litres pour les seconds.

Le record de consommation est détenu par les inactifs, ce qui, compte tenu de la faiblesse des revenus moyens dans cette catégorie, semble traduire des préoccupations d'ordre thérapeutique. Quant aux catégories à hauts revenus : professions indépendantes et cadres, ainsi que les employés, elles ont une consommation supérieure à la moyenne, comprise entre 68 et 73 litres.

- Influence de la région de résidence.  
Ce sont la Région Parisienne et le Nord qui détiennent les records de consommation, avec respectivement 90 et 86 litres par personne et par an. Le Bassin Parisien vient en troisième avec 44 litres.

Par contre, la consommation moyenne dans le Sud-Ouest est de 38 litres seulement. Pour les autres régions les chiffres s'échelonnent entre 44 et 52 litres.

- Influence de la catégorie de commune.  
Les données du tableau X permettent de recouper les informations précédentes. D'une part la consommation moyenne de la population agricole se situe au niveau de 26 litres, contre 65 litres pour la population non agricole. D'autre part dans la population non agricole, c'est dans l'agglomération parisienne que se situe le maximum de consommation, avec 90 litres. On constate par ailleurs une relation assez nette entre le niveau de consommation et l'importance de la ville.

(1) Ce chiffre qui résulte de l'enquête permanente de l'INSEE auprès des ménages ne correspond pas exactement à celui du paragraphe précédent, obtenu en divisant la consommation totale par le nombre d'habitants.

c) Les principaux facteurs d'évolution de la consommation des eaux minérales

Afin de définir les facteurs d'évolution de la consommation des eaux minérales il convient d'abord de préciser le statut de ce produit dans la consommation alimentaire.

L'eau minérale est une boisson de table, d'accompagnement des repas, lorsqu'il s'agit d'eaux plates, et une boisson désaltérante, hors repas, lorsqu'il s'agit d'eaux gazeuses.

On ne développera pas particulièrement l'analyse pour ce qui concerne les eaux gazeuses, sur lesquelles il n'existe pas de statistiques très précises. Il semble que ce marché soit relativement stagnant, et ceci en raison des caractéristiques propres du produit qui, en tant que boisson de loisir est directement concurrencée par les boissons nouvelles du groupe des soft-drinks.

Pour ce qui concerne les eaux plates on peut souligner les éléments d'analyse suivants :

- l'eau minérale est une boisson directement concurrente de l'eau du robinet.

On constate que le développement de la consommation des eaux minérales à partir des années 60, s'est accompagné d'une augmentation parallèle du volume global des boissons que les ménages achètent.

Ce n'est évidemment pas pour des raisons de coût que l'eau minérale s'est substituée à l'eau du robinet, puisque son prix est environ 400 fois plus élevé.

En fait deux causes principales permettent d'expliquer l'extraordinaire succès des eaux minérales auprès des consommateurs :

- d'une part, sur le plan organoleptique, les eaux minérales n'ont pas de qualités particulières (ni saveur, ni odeur), mais cela constitue un avantage par rapport à l'eau du robinet qui, notamment en ville, présente une odeur prononcée, sinon un goût, de chlore.

- d'autre part, et c'est le point le plus important, au regard de leur définition légale les eaux minérales sont des "eaux douées de propriétés thérapeutiques".

La publicité des entreprises du secteur, s'est bien sûr, centrée sur cette caractéristique, afin d'exploiter au maximum le symbolisme de la consommation alimentaire : besoin de pureté, de santé, de jeunesse ; recherche de la bonne condition physique, de la sveltesse, etc...

Le fac-similé ci-joint des étiquettes figurant sur les bouteilles des principales marques d'eaux minérales, fait apparaître l'importance de ces axes publicitaires :

"eau légère et facilement assimilable par l'organisme"

"favorise l'élimination des déchets"

"concourt à l'élimination des excès d'acide urique et des cristaux générateurs de calculs du rein"

"laver les cellules et chasser les toxines" (sic)

"permet aux reins d'éliminer les toxines sans fatigue"

"en éliminant les toxines vous aide à conserver votre forme"

"est remarquablement légère et équilibrée"



**COMPOSITION**

<b>Anions</b>	g/l
HCO <sub>3</sub> <sup>-</sup>	0,349
Cl <sup>-</sup>	0,006
SO <sub>4</sub> <sup>-</sup>	1,058
NO <sub>3</sub> <sup>-</sup>	0,001
NO <sub>2</sub> <sup>-</sup>	0,000
<b>Cations</b>	g/l
Ca <sup>++</sup>	0,057
Mg <sup>++</sup>	0,066
K <sup>+</sup>	0,003
Na <sup>+</sup>	0,004

Pur sans aucun traitement elle est naturellement riche en sels minéraux et oligo-éléments. Elle est douce et agréable à boire.

eau  
minérale naturelle  
**CONTREXÉVILLE**

SOURCE PAVILLON

PRELÈVE DÉPOSÉ 1290

DÉCLARÉ D'INTÉRÊT PUBLIC - AUTORISATION DU 22 JUIN 1961

**1 litre et demi**

**INDICATIONS**  
Goutte - Calcium - Régluménal - Régulation de la diétose - Obésité - Hépatite - Diète

Stomatite - Parodontite - Gingivite - Malocclusion -

Stomatite - Parodontite - Gingivite - Malocclusion -

D. C. MIRECOURT B. 582/22-181

Quand Vitel a chassé les toxines des cellules,  
Vitel les chasse du corps.

Le Club Méditerranée d'Hyères  
est le Village d'Hyères.

Le Club Méditerranée d'Hyères  
est le Village d'Hyères.

Calcium	0,53	0,21
Magnésium	0,50	0,30
Sulfate	0,35	0,14
Chlorure	0,12	1,04

**volvic**  
et votre organisme

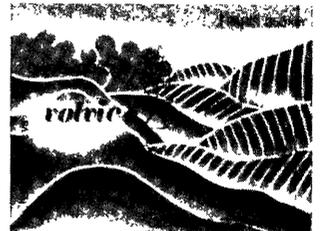
Très pure et peu minéralisée, ni salée ni calcaire, VOLVIC contient néanmoins en de justes proportions des précieux oligo-éléments qui activent les fonctions essentielles. Elle facilite le travail du rein et entraîne les toxines au dehors. Continuant au bon équilibre du milieu sanguin, elle soulage le cœur.

eau minérale naturelle

Autorisation du Ministère de la Santé du 5 10 1965



Source d'Artèse



**volvic**  
et les tout petits

VOLVIC est conseillée par les médecins pour la préparation des biberons. Du fait de son équilibre et de sa pureté elle est très digeste et bien absorbée par l'estomac, encore délicat des nourrissons. Elle dissout parfaitement les laits en poudre et facilite leur complète assimilation. Sans aucune contre-indication VOLVIC convient à tous les âges de la vie.

Hypermétrie - azotémie - arthrose - diabète - hypertension - hypercholestérolémie - hyperuricémie - hyperlipémie - hypercholestérolémie - hyperuricémie - hyperlipémie

15 L

"est bue par des dizaines de millions de consommateurs, des bébés, des prématurés. Les malades la boivent sur prescription médicale"  
" contient de justes proportions de précieux éléments qui activent les fonctions essentielles"  
"facilite le travail du rein et entraîne les toxines en douceur"  
"elle soulage le coeur".

Il est remarquable de noter une telle densité d'arguments sur quatre étiquettes. Dans le même temps les actions publicitaires par les supports traditionnels (presse, télévision, cinéma, affiches) ont encore plus accentué les vertus thérapeutiques des eaux minérales, au point que certains excès trop flagrants ont, récemment, ramené les publicitaires à plus de prudence.

Il semble que l'axe publicitaire principal (la santé) utilisé pour la vente des eaux minérales se soit avéré particulièrement efficace dans une société qui comme la nôtre, connaît de nombreux problèmes liés à un mode de vie et de travail fortement mécanisés, urbanisés, sédentarisés, liés aussi à une culture où les vertus dominantes sont : jeunesse, sveltesse, sportivité (cf le tableau de la page 22).

Ces éléments d'analyse sont confirmés par l'étude de la répartition de la consommation selon les critères socio-économiques tels qu'étudiés ci-dessus.

En effet on a vu que les principaux consommateurs sont :  
- les catégories socio-professionnelles à haut revenu  
- les urbains et notamment les habitants des grandes agglomérations.

Dans ce contexte la baisse sensible de consommation en 1974 et 1975 trouve son origine dans l'apparition de facteurs nouveaux, dont on peut repérer les principaux :

- les mauvaises conditions atmosphériques de l'été 1974 ont été préjudiciables d'une façon générale, à la vente des boissons rafraichissantes. Elles ont donc pu influencer la consommation des eaux minérales, du moins par la fraction bue en dehors des repas.

- en 1975, dans le cadre de la crise économique, les ménages ont réduits leurs achats sur les produits les moins indispensables. Ce fut le cas notamment pour les eaux minérales.

- en 1974, une forte hausse du prix des eaux minérales, avait provoqué une réaction des associations de consommateurs, qui avaient envisagé de demander à leurs adhérents de faire la grève des achats.

- en 1975, cette hausse s'est poursuivie, et même accentuée, ainsi que l'indique l'évolution de l'indice des prix au détail, calculé par l'INSEE.

EVOLUTION DE L'INDICE DES PRIX AU DETAIL DES EAUX MINERALES

Années	1970	1971	1972	1973	1974	1975	Janvier 1976
Indice	100	105,8	110,1	113,9	126,2	144,3	150,4
Variation annuelle	-	5,8	4,0	3,4	10,8	14,3	-

LE "POSITIONNEMENT" DES EAUX MINERALES ET LES MOYENS PUBLICITAIRES  
MIS EN DEUVRE POUR LE CREER

Marques	Positionnement	Moyens publicitaires et promotionnels
EVIAN	<ul style="list-style-type: none"> <li>- eau provenant des Alpes, très pure, particulièrement bien adaptée pour les bébés</li> <li>- eau qui circule avec le sang</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Agence : TBWA</li> <li>- budget publicitaire : 7 millions F</li> <li>- actions promotionnelles :                             <ul style="list-style-type: none"> <li>. proposition de pellicules photo gratuite</li> <li>. organisation de manifestations sportives</li> </ul> </li> </ul>
VITTEL Grande Source	<ul style="list-style-type: none"> <li>- eau qui élimine les toxines, eau diététique</li> <li>- eau bonne pour tout le monde, bénéfique à une bonne forme physique</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- agence : CLM - TEAM</li> <li>- budget tri-média 1972 : 8,9 millions F</li> <li>- actions promotionnelles à l'étude en accord avec le CLUB MEDITERRANEE</li> </ul>
CONTREX	<ul style="list-style-type: none"> <li>- eau qui lutte contre le poids</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- agence : LANGELAAN et CERF</li> <li>- budget tri-média 1972 : 5,7 millions F</li> </ul>
BADOIT	<ul style="list-style-type: none"> <li>- eau qui facilite la digestion</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- agence : DDB</li> <li>- médias utilisés : radio, cinéma</li> </ul>
PERRIER	<ul style="list-style-type: none"> <li>- eau des réunions amicales, eau gaie, soft-drink, eau de long-drinks</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- agence : LANGELAAN et CERF</li> <li>- budget tri-média : 5,4 millions F</li> <li>- 2 campagnes publicitaires par an</li> <li>- promotion : organisation de manifestations sportives</li> </ul>
VICHY	<ul style="list-style-type: none"> <li>- eau facilitant la digestion : "Mon foie, connais pas!"</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- agence : HAVAS CONSEIL</li> <li>- budget tri-média : 3,8 millions F</li> </ul>
VOLVIC	<ul style="list-style-type: none"> <li>- eau pure, eau vitale, provenant de l'Auvergne : "La vie à l'état pur"</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- agence : BOSCH</li> <li>- budget : 1 à 2 millions F</li> <li>- médias : surtout presse, radio, affichage...</li> </ul>

Les moyens publicitaires mis en oeuvre sont importants : le budget tri-média représente en 1972 : 31,8 millions F  
soit : environ 3 % du chiffre d'affaires de la profession

Source : Etrie - International - Service d'Etudes de marchés sur les Boissons - 1973 - 3.

- Enfin, à partir du début de 1974, les Associations de Consommateurs et l'Institut National de la Consommation ont entamé plusieurs campagnes d'opinion très critiques à l'égard des eaux minérales, les principaux axes en étant :

- excessive cherté d'un produit qui, pour l'usage qu'en font la majorité des consommateurs, est équivalent à l'eau du robinet

- ambiguïté des caractères d'un produit, qui se veut médicament et dont l'usage le plus courant est celui d'une boisson désaltérante

- dangers d'une publicité qui entretient volontairement cette ambiguïté, à des fins strictement commerciales

- étiquetage informatif très insuffisant, que ladite publicité étouffe presque totalement

- dangers dans un certain nombre de cas de contre-indications, non mentionnées par l'étiquetage

- dangers de l'emballage plastique en matière de pureté bactériologique ou chimique.

Ces actions ont eu un retentissement important au point :

- d'amener les producteurs d'eau minérale à réfréner certaines publicités quelques peu abusives

- de provoquer de vives réactions de la part du Groupement National des exploitations des eaux de source et de table (Octobre 1975), accusant au contraire les eaux de distribution publique de présenter un plus grand risque de pollution

- de susciter, enfin, ce qui est assez rare dans ce genre de débats publics, une mise au point publique du Ministre de la Santé (débat parlementaire du 22 Janvier 1976), défendant les eaux minérales de la plupart des critiques dont elles avaient été l'objet.

Compte tenu de ces divers éléments, il apparaît que la chute de consommation des eaux minérales en 1974 et 1975, ressortit à plusieurs facteurs, qui, à l'exception d'un seul (les mauvaises conditions atmosphériques de l'été 1974), peuvent rester conjoncturels et disparaître en 1976, ou revêtir un caractère plus permanent :

Pour les huit premiers mois de 1976, on enregistre durant 5 mois, une maintenance du recul de la demande, mais durant les trois mois d'été, exceptionnellement chauds et secs, la relance de la consommation est très importante. Il s'agit donc d'une nouvelle année exceptionnelle (à l'opposé de 1974), ne fournissant que peu d'indications sur la tendance.

On peut seulement noter que la pénurie d'eau en 1976, et la pollution aggravée qui l'accompagne, ayant souvent pour conséquence la détérioration du goût de l'eau du réseau urbain (fortes doses de chlores), représentent autant de facteurs, malheureusement de nature structurelle, favorisant la demande d'eaux minérales.

## 2. La demande externe

Le tableau 1 fournit, sur les exportations d'eaux minérales les informations suivantes :

- en volume les exportations ont représenté, en 1975, 2,6 millions d'hectolitres

- en pourcentage, elles représentent, en 1975, 9,28 % de la production française

- sur la période 1962-1975, les exportations ont connu une croissance assez régulière, tant en valeur relative (passant de 9,64 % à 9,28 % de la production), qu'en volume (passant de 0,64 à 2,61 millions d'hectolitres).

TABEAU 3

REPARTITION DES EXPORTATIONS D'EAUX MINERALES EN 1975

Sources	Zone Franc		Marché commun		Autres Pays		total exportations		Total métropole	
	hl	%	hl	%	hl	%	hl	%	hl	%
CONTREXEVILLE	101900	12,2	587020	7,0	98660	1,1	787580	9,4	7555820	90,6
EVIAN	109756	13,7	431581	5,4	175392	2,2	716729	9,0	7237338	91,0
PERRIER	48360	3,4	71410	5,1	42440	3,0	162210	11,7	1222920	89,3
ST GALMIER	515	0,1	479	0,1	1163	2,6	2157	4,8	447885	95,2
ST YORRE	3230	0,2	8040	0,5	6220	0,4	17490	1,1	1539110	98,9
VICHY ETAT	53390	9,1	157080	27,4	54620	9,3	265090	45,6	316130	54,4
VITTEL	38072	5,8	524894	9,1	54874	1,0	617840	10,7	5149905	89,3
VOLVIC	13500	1,3	11800	1,1	12000	1,1	37300	3,5	1027000	96,5
AUTRES SOURCES	3348	0,3	242		3247	0,3	6836	0,7	1030922	99,3
TOTAL	372071	1,3	1792545	6,4	448615	1,6	2613232	9,3	25527029	90,7

Le tableau 3 ventile, pour l'année 1975, les exportations selon, d'une part les régions de destination, d'autre part les marques commerciales exportées.

- Répartition géographique des exportations,

Ce sont les pays membres de la CEE qui, avec 68,6 % de l'ensemble des exportations représentent le principal débouché extérieur.

Ensuite, dans le reste du monde, les pays non compris dans la Zone Franc, reçoivent 17,2 % des exportations.

Enfin, la Zone Franc est destinataire pour 14,2 % des exportations.

## II. LES JUS DE FRUITS, NECTARS ET BOISSONS AUX FRUITS

### A. LES JUS DE FRUITS

#### 1. Remarques méthodologiques

L'analyse du marché français des jus de fruits, en volume, présente des difficultés liées à des problèmes de nature statistique. Les seules statistiques d'ensemble permettant d'établir un bilan du marché, sont d'origine professionnelle (Union Nationale des Producteurs de Jus de Fruits).

Or trois causes limitent la portée de ces statistiques :

- les importations de jus de raisin (en fait des moûts de raisin) ne sont pas prises en compte dans le marché des jus de fruits, car la plus grande partie de ces produits est destinée au secteur des vins ou des spiritueux. Il existe cependant un certain volume d'importation de jus de raisins destinés à la production de jus de fruits, qu'il est, malheureusement impossible de connaître. Le volume de la production française obtenu par la formule : production = marché intérieur + exportation - importation est donc légèrement surestimé pour ce produit.

- depuis 1969 les importations de jus de fruits ne sont plus connues en volume, mais seulement en valeur. En effet le développement des importations des jus de fruits conditionnés (sous des conditionnements divers) rend impossible, depuis cette date, la transformation des tonnages bruts en hectolitres.

- la connaissance statistique des ventes des entreprises sur le marché intérieur français qui permettrait, à partir de 1969, de reconstituer les volumes des importations (selon la formule : importations = marché intérieur + exportations - production), ne correspond, malheureusement, qu'aux seuls jus de fruits conditionnés. Les bilans des années 1969 à 1974 ne permettent donc pas de ventiler l'offre totale entre production française et importations. Seules les importations de jus d'oranges, ananas et pamplemousse sont connues, puisqu'il n'existe pas de production nationale correspondante.

Nous avons cependant tenté une estimation des importations et de la production française en calculant un volume théorique d'importation à partir d'un prix moyen à l'hectolitre, extrapolé des valeurs des années antérieures à 1969 (compte tenu de la généralisation des importations de jus conditionnés. Les estimations ne fournissent bien sûr que des ordres de grandeur approximatifs (cf, Tableau 4).

#### 2. Le bilan du marché

- L'offre intérieure de jus de fruits, exprimée dans le tableau 4, par la production livrée par les entreprises françaises, se caractérise ainsi :

. de 1960 à 1963 la production a doublé, passant de 435000 hl à 1 047 000 hl.

BILAN DU MARCHÉ FRANÇAIS  
DES JUS DE FRUITS

Tableau 4 :

Unité : Milliers Hl.

Années	Production livrée		Importations			Exportations			Marché intérieur		
	Ensemble	Dont Pommes, poires raisins	Ensemble A	B Pommes Poires	Oranges Ananas Pample. C	(A)	(B)	(C)	(A)	(B)	(C)
1960	435,4	407,5	133,3	2,4	122,5	215,0	204,1	1,6	353,7	206,0	120,9
1961	825,3	790,5	122,1	2,3	112,4	373,1	361,7	2,2	574,3	431,1	110,2
1962	906,2	864,2	169,9	2,7	158,4	331,4	318,9	1,7	744,7	548,0	156,7
1963	1.047,2	1.012,9	194,7	2,4	182,1	387,9	377,7	4,0	854,0	637,6	178,1
1964	1.104,1	1.017,0	212,4	5,6	192,7	305,0	282,9	4,0	1.011,4	739,8	188,7
1965	1.078,2	953,6	224,2	5,8	209,3	339,0	290,2	3,8	963,4	669,2	205,4
1966	1.050,5	937,1	256,7	6,3	236,0	337,0	260,8	3,8	970,2	682,6	232,2
1967	1.161,7	1.068,8	349,7	7,1	322,5	251,1	191,3	5,1	1.260,3	884,6	317,5
1968	1.064,9	948,5	377,9	6,4	343,1	298,3	214,2	8,6	1.144,5	740,7	334,5
1969	(1.021,0)	( 937,1)	(310,0)	(13,9)	284,6	289,7	203,6	18,2	1.041,4	747,3	266,4
1970	(1.200,1)	(1.123,4)	(400,8)	(18,4)	353,9	445,4	357,8	35,7	1.155,5	784,0	318,2
1971	(1.239,6)	(1.123,4)	(423,2)	(21,5)	392,6	491,0	358,5	64,6	1.171,8	786,4	328,0
1972	(1.134,7)	(1.015,7)	(418,8)	(57,2)	360,8	468,3	316,3	76,7	1.085,2	756,5	284,1
1973	( 982,0)	( 858,9)	(378,7)	(22,4)	357,9	431,8	298,5	84,1	929,0	582,8	273,8
1974	( 750,2)	( 650,4)	(392,2)	(20,6)	351,6	303,9	191,4	70,7	838,5	479,6	280,9

source : Union National des Producteurs de Jus de Fruits.  
Les chiffres entre parenthèses sont des estimations.

.. elle a ensuite plafonné jusqu'en 1972 au niveau de 1 million d'hectolitres (avec une pointe en 1971 à plus de 1 200 000 hl).

... depuis 1972 la production diminue très rapidement et nous l'estimons à 750 000 hl en 1974.

.... dans cet ensemble la production de jus de pomme, poire et raisin représente entre 80 et 93 % du total selon les années, avec une répartition sensiblement égale entre jus de pomme et poire d'une part, jus de raisin d'autre part. Le jus de tomate vient en troisième position avec 75 000 hl environ depuis les années 70.

- les importations, sont en croissance assez régulière entre 1960 et 1972, période au cours de laquelle elles ont presque triplé (133 000 hl en 1960 ; 419 000 en 1972). En 1973 et 1974 elles régressent légèrement.

. D'une façon générale les importations qui représentaient 20 à 30 % de la production française durant la période 1960 - 1967, ont depuis 1968 tendance à avoir une part relative nettement plus importante dans l'approvisionnement du marché : elles équivalent actuellement à 40 - 50 % de la production.

.. Les importations de jus d'orange, de pamplemousse et d'ananas constituent 90 % des importations totales, mais depuis 1969 les importations de jus de pommes, poire et raisin devraient (estimation) tripler en volume.

- La demande sur le marché intérieur présente globalement une évolution sensiblement parallèle à celle de la production française :

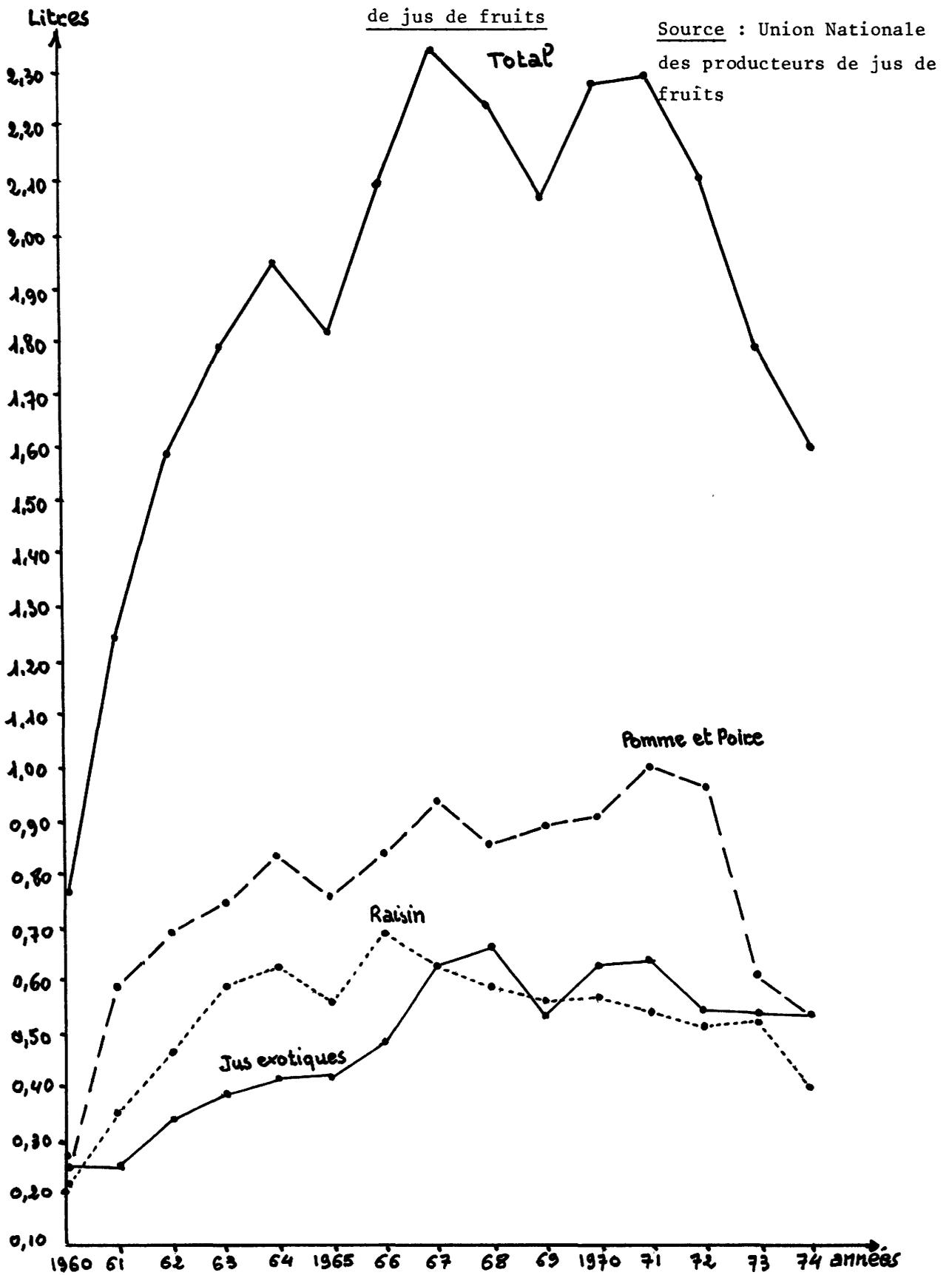
. Croissance de 354 000 hl à 1 000 000 hl entre 1960 et 1964 plafonnement ensuite, puis régression depuis 1972. En 1975 une reprise s'amorce, puisque la demande semble retrouver son niveau de 1973.

.. Du point de vue de la structure de la consommation par produit jusqu'en 1972 les jus de fruits français et les jus exotiques se répartissaient selon la proportion moyenne de 2/3 et 1/3. Depuis que le marché est en régression, on observe une relative stabilité des jus exotiques et par contre une nette régression des jus français (leur consommation a baissé de 39 % entre 1970 et 1974), notamment les jus de pomme et poire.

... Le graphique 2 présente l'évolution de la consommation annuelle par habitant des principaux jus de fruits. On constate, en premier lieu, que cette consommation individuelle reste très faible en valeur absolue : le maximum atteint, en 1967, est de 2,35 litres. De plus, après une période de forte croissance de la consommation entre 1960 et 1965 (qui triple entre ces deux dates), on enregistre depuis 1971 une forte décroissance qui ramène le niveau de consommation de 1974 à celui de l'année 1962. Les estimations pour 1975 laissent apparaître une reprise. Au niveau des catégories de produits, les jus de pommes et poires, qui sont, en valeur absolue, les plus consommés, sont aussi ceux dont la demande a le plus régressé entre 1971 et 1974 (chute de consommation de près de 50 %). Pour les jus de raisin la régression de la consommation, plus lente, a commencé dès 1966. Enfin les jus exotiques (orange, pamplemousse, ananas) ont une évolution comparable à celle des jus de raisin.

.... Une tentative d'explication de cette évolution du marché intérieur français des jus de fruits doit faire intervenir la dynamique des boissons directement complémentaires : nectars, ou concurrentes : boissons aux fruits (cf infra).

Consommation annuelle par personne



- Les exportations, représentent selon les années entre 30 et 45 % en volume, de la production des entreprises françaises. La tendance longue est à la croissance de ce volume d'exportation.

. On note une augmentation très nette depuis 1969 des exportations de jus exotiques dont le volume a été multiplié par 20 entre 1965 et 1973.

- Le bilan du commerce extérieur fait apparaître un équilibre au niveau global du secteur, aussi bien en volume qu'en valeur. Mais, au niveau des produits il y a complémentarité : importations de jus exotiques, exportations de jus français.

### 3. Le marché des concentrés de jus de fruits

La reconstitution de jus de fruits à partir de concentrés est autorisée légalement depuis le 1er Décembre 1975, date à laquelle est parue la directive du Conseil des Ministres de la CEE concernant les jus de fruits (cf supra).

Auparavant les concentrés de jus de fruits ne pouvaient être utilisés, en France, que dans des industries alimentaires (cidrerie, pâtisserie, plats cuisinés) ou dans des restaurants de collectivités.

En fait, entre le 1er Septembre 1972 et le 13 Novembre 1974, une autorisation provisoire, cassée ensuite par le Conseil d'Etat, avait permis la reconstitution de jus de fruit par dilution de concentrés (cf supra).

Cela dit, et malgré cette période, le marché des concentrés est resté très restreint sur le marché intérieur français, l'essentiel de la production étant exporté.

Il n'est pas possible, avec les statistiques disponibles (fournies par l'Union Nationale des Producteurs de Jus de fruits), d'établir un bilan complet du marché des concentrés. Seuls les points suivants peuvent être précisés :

. La production française est passée de 10 000 tonnes à 30 000 tonnes entre 1962 et 1968, puis elle a régressé ensuite pour atteindre, en 1974 14 000 tonnes (il s'agit en fait de la production livrée sur le marché, c'est-à-dire fabrication + variation de stocks).

.. Sur ce total les jus de pomme et poire représentent 75 % à 90 %, hormis la période 1967-1970 durant laquelle la production de concentrés de jus de raisin était de l'ordre de 10 000 tonnes (19 000 tonnes en 1968).

... Les importations, connues seulement avant 1968, étaient inférieures à 600 tonnes.

.... Les exportations représentent l'essentiel des débouchés, le marché intérieur français ne paraissant être que de l'ordre de 1 000 à 3 000 tonnes.

Il convient cependant de souligner que ces données sont très insuffisantes pour permettre une analyse correcte du marché des concentrés. En particulier pour la période 1972-1974, pendant laquelle la dilution des concentrés a été autorisée, il aurait été utile de savoir si les importations s'étaient accrues sensiblement. De même, à partir de 1976 il conviendrait de suivre attentivement ce marché, dans la mesure où l'approvisionnement, sur le marché international, en concentrés surgelés ou liophilisés, pourrait devenir un atout important dans la stratégie concurrentielle des firmes.

TABLEAU 5

BILAN DU MARCHÉ FRANÇAIS DES NECTARS DE FRUITS

Unité : Milliers d'hl

Années	Production	Importation	Exportation	Total	Marché intérieur français dont		
					Abricot	Cassis	Prune
1964	22,9	4,6	0,9	26,6	24,0	3,0	0,5
1965	24,3	0,2	0,6	23,9	19,0	5,0	0,3
1966	26,7	-	0,7	26,0	20,0	5,0	0,3
1967	26,5	-	0,4	26,1	21,0	3,0	2,0
1968	28,3	-	0,6	27,7	23,0	2,0	2,0
1969	39,8	-	-	39,8	33,0	3,0	3,0
1970	58,3	-	-	58,3	47,0	3,0	4,0
1971	69,0	-	-	69,0	50,0	3,0	4,0
1972	69,7	-	-	69,7	50,0	2,0	5,0
1973	78,0	-	0,2	77,8	48,0	2,0	10,0
1974	69,6	-	0,3	69,3	48,0	1,0	6,0

Source : Union Nationale des Producteurs de Jus de Fruits

## B. LES NECTARS DE FRUITS

Rappelons que les nectars sont des jus de fruits fabriqués par la dilution, et éventuellement le sucrage, du jus de certains fruits qui, à l'état naturel sont trop pulpeux ou trop acides pour être consommés tels quels : abricot, pêche, prune, cassis, framboise, etc... (cf supra).

Le tableau 5 présente le bilan du marché français des nectars de fruits.

. La production a triplé entre 1964 et 1974 (passant de 22 900 hl à 69 600 hl). Il convient de noter que, en volume, la production française de nectars représente moins de 10 % de la production des jus de fruits. Il s'agit donc d'un marché très restreint.

.. Le commerce extérieur est marginal sur ce marché, et il concerne moins de 1 000 hl par an.

... Le marché intérieur, qui correspond donc sensiblement à la production française, est composé, à 70 %, du nectar d'abricot. Vient ensuite, pour un volume dix fois moindre, le nectar de prune, en augmentation sensible, et le nectar de cassis.

La consommation annuelle par habitant est, pour l'ensemble des nectars, de l'ordre de 0,1 litre...

## C. LES BOISSONS AUX FRUITS

Les boissons aux fruits ou boissons fruitées sont des dilutions de jus de fruits ou de concentrés de jus de fruits, gazéifiées ou non.

On distingue habituellement deux catégories de boissons aux fruits :

- les boissons contenant plus de 35 % de jus de fruits
- les boissons contenant 12 à 35 % de jus de fruits.

D'implantation relativement récente sur le marché français, les boissons fruitées représentent une production en expansion très rapide.

Le graphique 3 présente l'évolution comparée de la consommation française de jus de fruits et de boissons fruitées.

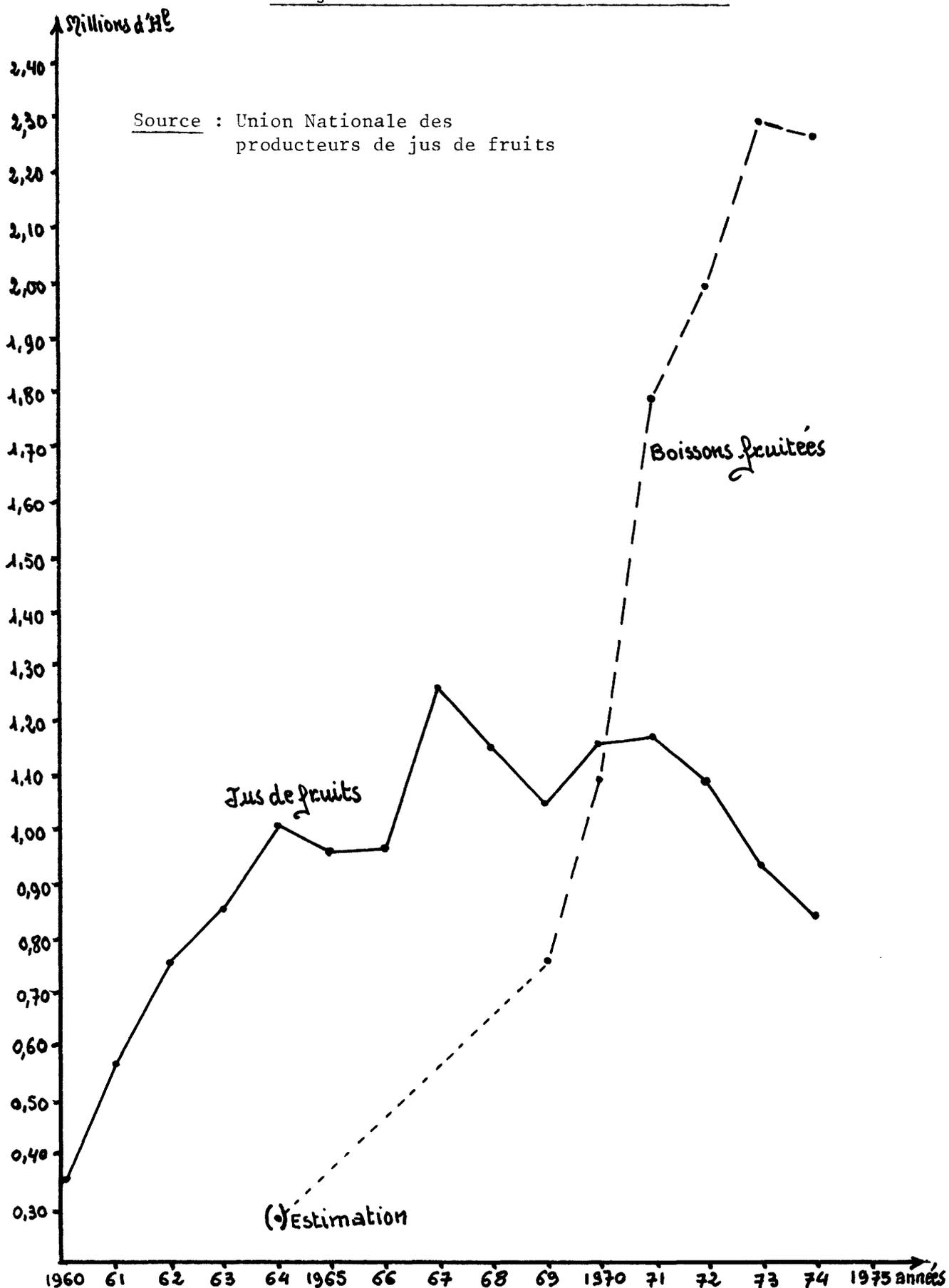
- Pour cette seconde catégorie les données statistiques ne sont fiables que depuis 1969, mais on peut admettre que le volume de leur consommation a été multiplié par 8 entre 1964 et 1974, soit un taux de croissance annuel moyen de 66 %.

- Depuis 1970 le marché des boissons fruitées est plus important que celui des jus de fruits, et en 1974 il représente un volume 2,7 fois plus important. On estime que dans cet ensemble le marché des boissons gazéifiées est en relative stagnation, au profit des boissons plates qui, ne représentant que 20 % du total en 1969, atteindraient plus de 40 % en 1974.

Quant à la répartition par degré de dilution, les boissons détenant 12 à 35 % de jus de fruits constituent 80 % du total.

Enfin, du point de vue, des produits, ce sont les boissons à l'orange qui dominent le marché.

Evolution de la consommation globale  
des jus de fruits et boissons aux fruits



D. LES CONDITIONS D'EVOLUTION DU MARCHE DES JUS DE FRUITS, DES NECTARS ET DES BOISSONS FRUITEES

Le tableau ci-après récapitule l'évolution du marché français des jus de fruits, nectars et boissons fruitées au cours de la dernière décennie :

	1965	1969	1970	1971	1972	1973	1974
Jus de fruits	0,96	1,04	1,16	1,17	1,09	0,93	0,84
Nectars	0,03	0,04	0,06	0,07	0,07	0,08	0,09
Boissons fruitées	0,34	1,08	1,08	1,78	1,98	2,29	2,27
Total	1,33	2,16	2,30	3,02	3,14	3,30	3,20

Unité : million d'hl

On constate que, globalement, ce marché a triplé en dix ans, mais cette évolution globale masque une différenciation très nette des tendances selon les produits :

. le marché des jus de fruits, en croissance sensible jusqu'en 1971, est en régression depuis.

. le marché des boissons fruitées est, par contre, en forte croissance sur l'ensemble de la période, malgré un plafonnement entre 1973 et 1974.

. le marché des nectars, réduit en valeur absolue est, cependant, en croissance, bien qu'amortie en fin de période.

Cette étude comparable des trends de consommation est indispensable pour mettre en évidence les facteurs d'évolution des marchés de ces produits.

Au sein de conditions globalement favorables aux boissons non alcoolisées (cf infra), les facteurs de la consommation des jus de fruits présentent les caractéristiques suivantes :

. les jus de fruits sont des boissons non alcoolisées de luxe, (car chères), peu désaltérantes (car souvent très sucrées), et très typées (car les caractéristiques des fruits d'origine se retrouvent très distinctement dans le jus correspondant).

Il résulte de ces trois caractères spécifiques que le marché des jus de fruits correspond à un segment de demande bien défini, et assez restreint.

Leur profil organoleptique, de boissons très typées, en limite la consommation au cours du repas. Leurs qualités désaltérantes assez médiocres, associées à leur prix élevé ne les situe pas en bonne position au sein des boissons de "loisir".

On doit donc admettre que la baisse de consommation à partir de 1971 ne ressort pas des mêmes causes que celle des eaux minérales. En effet, ni les réactions aux abus publicitaires, ni l'éventuelle toxicité des conditionnements plastiques (qui sont encore en verre pour les jus de fruits), ne constituent des éléments de cette baisse de consommation.

Il est par contre probable, que les hausses de prix au détail (difficile à mesurer compte-tenu de la grande variété des produits), la crise économique et

enfin les mauvaises conditions climatiques de l'été 1974 ont pu se conjuguer et jouer négativement.

Cependant, la principale raison du recul des jus de fruit est à notre avis l'apparition et le développement rapide d'une gamme de produits directement substituables et donc concurrents : les boissons fruitées.

Celles-ci n'ayant pas les mêmes "défauts" que les jus de fruits (elles sont moins chères, plus désaltérantes, moins typées) ont, très rapidement (entre 1969 et 1975) conquis un segment important de la demande : la consommation à domicile, en grands conditionnements.

On admettra donc comme hypothèse vraisemblable que le marché de ce groupe de produits se caractérise désormais ainsi :

- les jus de fruits, régressent sensiblement sur le marché de la consommation à domicile (directement concurrencés par les boissons fruitées), et se maintient comme segment particulier de la consommation hors domicile (consommation au café, où ils sont concurrencés par les soft drinks et la bière).

- les boissons fruitées se développent très rapidement sur le marché de la consommation familiale à domicile.

Il est difficile de traduire ces données en évolutions chiffrées, mais il est possible que, en volume, le marché des jus de fruits aura tendance à stagner au cours des prochaines années, alors que celui des boissons fruitées pourrait encore progresser sensiblement.

Au sein même des jus de fruits on peut penser que les jus de fruits reconstitués se développent au détriment des jus 100 % jus de fruits, grâce à l'accomplissement de la législation dans le cadre de la CEE.

### III. LES SOFT DRINKS : LIMONADES, SODAS, BITTERS, TONICS, COLAS, SIROPS

On peut, globalement, définir ces produits comme des boissons gazeuses ou non, parfumées aux extraits végétaux.

En dehors de la limonade et des sirops, produits assez bien définis, les soft-drinks constituent une gamme de produits dont la typologie est difficile à établir. En effet, ces boissons étant d'implantation relativement récente (du moins en France pour les bitters, tonics et colas), et la création de produits nouveaux étant fréquente, la normalisation des définitions n'est pas encore pleinement opératoire. Il en résulte, au niveau des données statistiques un manque de cohérence entre les diverses sources.

Pour ces diverses raisons l'étude du marché des soft-drinks sera relativement succincte.

#### 1. Le marché intérieur

Le tableau 6 indique l'évolution du marché intérieur français des soft-drinks, de 1969 à 1974, et fournit une estimation des données relatives à l'année 1965.

. Ce marché est nettement croissant : il aurait doublé entre 1965 et 1974; il a augmenté de 39 % entre 1969 et 1974.

. Dans ce total, les limonades, qui représentaient 42 % de l'ensemble des soft-drinks en 1969, ont un marché stationnaire, et ne constituent plus que 33 % de cet ensemble en 1974.

LE MARCHÉ FRANÇAIS DES SOFT DRINKS

TABLEAU 6

Ventes sur le marché intérieur français

Unité : 1 000 hl

Produits	Années	1965 (estimation)	1969	1970	1971	1972	1973	1974
Limonade		(3140)	3340	3900	3760	3540	3980	3690
Sodas			2330	3470	3480	3470	4200	3640
Colas				980	1080	1140	1400	1450
Tonics				300	500	460	600	630
Bitters				80	100	100	320	350
Sirops				725	906	970	1170	1256
Ensemble		5640	7900	9455	9826	9680	11670	11016

Source : - Fédération Nationale des Boissons  
- Union Nationale des Producteurs de Jus de Fruits

. Les produits les plus dynamiques sont les bitters ( + 438 % entre 1970 et 1974), les tonics ( + 210 %), les sirops ( + 173 %) et les colas ( + 147 %).

. Globalement en 1974 la consommation intérieure française de soft-drinks représente 11 Millions d'hectolitres, soit 21 litres par personne et par an dont 14 litres pour les limonades et sodas (7 litres pour chacun).

. En valeur le marché intérieur est difficile à mesurer pour les raisons indiquées précédemment.

Deux estimations partielles peuvent être proposées :

- En 1972, l'INSEE évalue les achats de boissons gazeuses par les ménages, pour la consommation à domicile, à 656 millions de francs (ce chiffre ne comprend pas les sirops qui, dans cette statistique, sont compris avec les jus de fruits).

Si l'on estime la consommation à domicile de soft-drinks à environ 70 % de la consommation totale, le marché français de ces produits serait donc de l'ordre de 950 millions de francs en 1972 (non compris les sirops),

- Dans une étude réalisée en 1974 sur le marché des boissons l'APRIA (1) estime les marchés respectifs des soft-drinks aux valeurs suivantes pour l'année 1971 (valeurs H.T.) :

sirops : 243 millions de F,  
limonade : 120 à 140 millions de F  
sodas : 140 à 160 millions de F,  
colas : 220 à 260 millions de F,  
tonics et bitters : 180 millions de F,  
Total : 903 à 983 millions de F., H.T.

Les deux estimations sont donc cohérentes entre elles, et l'on peut estimer la valeur du marché français des soft-drinks entre 950 et 1200 millions de F, en 1972.

- La structure de la demande selon des critères socio-économiques n'a pas été étudiée par l'INSEE. Des études réalisées par des sociétés d'études spécialisées (notamment l'APRIA) permettent de fournir quelques indications en ce domaine.

. La limonade est consommée principalement à domicile, par des milieux sociaux modestes, et la répartition régionale de son marché fait apparaître l'Est comme principale région consommatrice.

. les sirops sont consommés à domicile dans la proportion de 75 à 80 % ; la région parisienne est la plus forte consommatrice ; ils sont bus principalement par les enfants, dans des ménages plutôt aisés. Il convient cependant de noter l'apparition récente de nouveaux sirops destinés aux adultes. Il s'agit de concentrés de colas, bitters et tonics, qui vont concurrencer directement, en consommation à domicile, ces soft-drinks dans leur présentation en multipacks.

. Les sodas sont des produits plutôt consommés à domicile (70 %), par les ménages avec enfants, et principalement dans les milieux modestes.

---

(1) Le marché des boissons - APRIA (Association pour la Promotion Industrie - Agriculture) - Décembre 1974.

TABLEAU 7

LE COMMERCE EXTERIEUR DES SOFT-DRINKS

Unité : veleur : 1 000 F

Pays	Années	1971	1972	1973	1974
CEE à 6		4088	6198	5273	-
CEE à 9		-	-	5321	7150
Autres pays		4858	5007	6324	7367
TOTAL		8946	11205	11645	14517
CEE à 6		13490	14963	14845	-
CEE à 9		-	-	17375	17127
Autres pays		1210	2425	1870	1866
TOTAL		14700	17388	19245	18963
CEE à 6		- 9402	- 8765	-	-
CEE à 9		-	-	- 12054	- 9977
Autres pays		+ 3648	+ 2582	+ 4454	+ 5501
TOTAL		- 5754	- 6183	- 7600	- 4476

Source : CFCE

. Les autres soft-drinks (colas, bitters, tonics), boissons dites "modernes" sont essentiellement demandés par des consommateurs ayant entre 18 et 35 ans, de milieux urbains, de niveau de vie plutôt supérieur. La consommation hors domicile tend à l'emporter sur la consommation à domicile.

On peut conclure de cette analyse succincte que le marché des soft-drinks comporte trois groupes de produits :

- les boissons traditionnelles, de consommation populaire, et dont le marché n'est pas très dynamique, voire stagnant, les limonades et les sodas.
- les sirops, marché particulier pour la consommation des enfants à domicile, dont la demande est en net développement. Marché qui se diversifie aussi avec l'apparition des sirops pour adultes.
- les bitters, tonics et colas, produits de semi-luxe, destinés aux adolescents ou adultes jeunes, dont la distribution s'accompagne d'un effort publicitaire intense. Leur marché est en pleine expansion et la création de produits nouveaux y est fréquente.

## 2. Le commerce extérieur

Le tableau 7 présente le bilan du commerce extérieur des soft-drinks, en valeur, pour les années 1971 à 1974. On constate que le solde est toujours négatif au cours de ces quatre années, le déficit variant entre 4 et 7 millions de francs.

Le montant des échanges évolue entre 11 et 14 millions de francs pour les exportations et 14 et 19 millions pour les importations. Le commerce extérieur de ces produits, qui représente environ 1 à 2 % du marché intérieur français est donc faible.

La faiblesse des exportations et l'existence d'un déficit permanent s'expliquent par le fait que les produits les plus dynamiques sont d'origine anglo-américaine, et les entreprises françaises ne sont pas en position dominante sur les marchés extérieurs.

Quant à la faiblesse relative des importations malgré cette domination étrangère, elle résulte du fait que les firmes étrangères n'exportent pas en France, mais y créent des filiales ou sous-traitent la fabrication à des firmes françaises, sous licence de leurs propres marques (exemple : coca-cola).

IV. DONNEES GLOBALES SUR LES BOISSONS NON ALCOOLISEES

A. EN VOLUME

1. Place des boissons non alcoolisées dans l'ensemble des boissons

La meilleure façon d'apprécier la dynamique globale du marché des boissons non alcoolisées est de le situer dans le marché de l'ensemble des boissons.

Le tableau ci-après permet une telle comparaison sur une période de 20 ans :

Evolution de la consommation individuelle de boissons

	Vins		Autres boissons alcoolisées		Boissons non alcoolisées		Ensemble	
	litres	%	litres	%	litres	%	litres	%
1960	127,7	56,8	66,5	29,6	30,6	13,6	224,8	100
1970	106,2	45,5	66,0	28,3	61,4	26,2	233,6	100
1980 (prévisions)	91,7	32,0	69,2	24,1	125,8	43,9	286,7	100

Source : INSEE - CREDOC

Ce tableau indique clairement les modifications intervenues dans la structure de la consommation des boissons en France, au cours des deux dernières décennies :

- le volume global des boissons achetées aurait augmenté de 60 litres par personne, soit 27,5 % par rapport à 1960. Cette information indique que la part de l'eau du réseau urbain dans l'ensemble des boissons, diminue.

- cette augmentation globale bénéficie uniquement aux boissons non alcoolisées.

- le volume de consommation individuelle du vin diminue de 36 litres (- 28,1 %), au profit, là encore, des boissons non alcoolisées.

- la part relative des boissons non alcoolisées, dans l'ensemble des achats de boissons, est multipliée par 3, passant de 13,6 % en 1960 à 43,9 % en 1980.

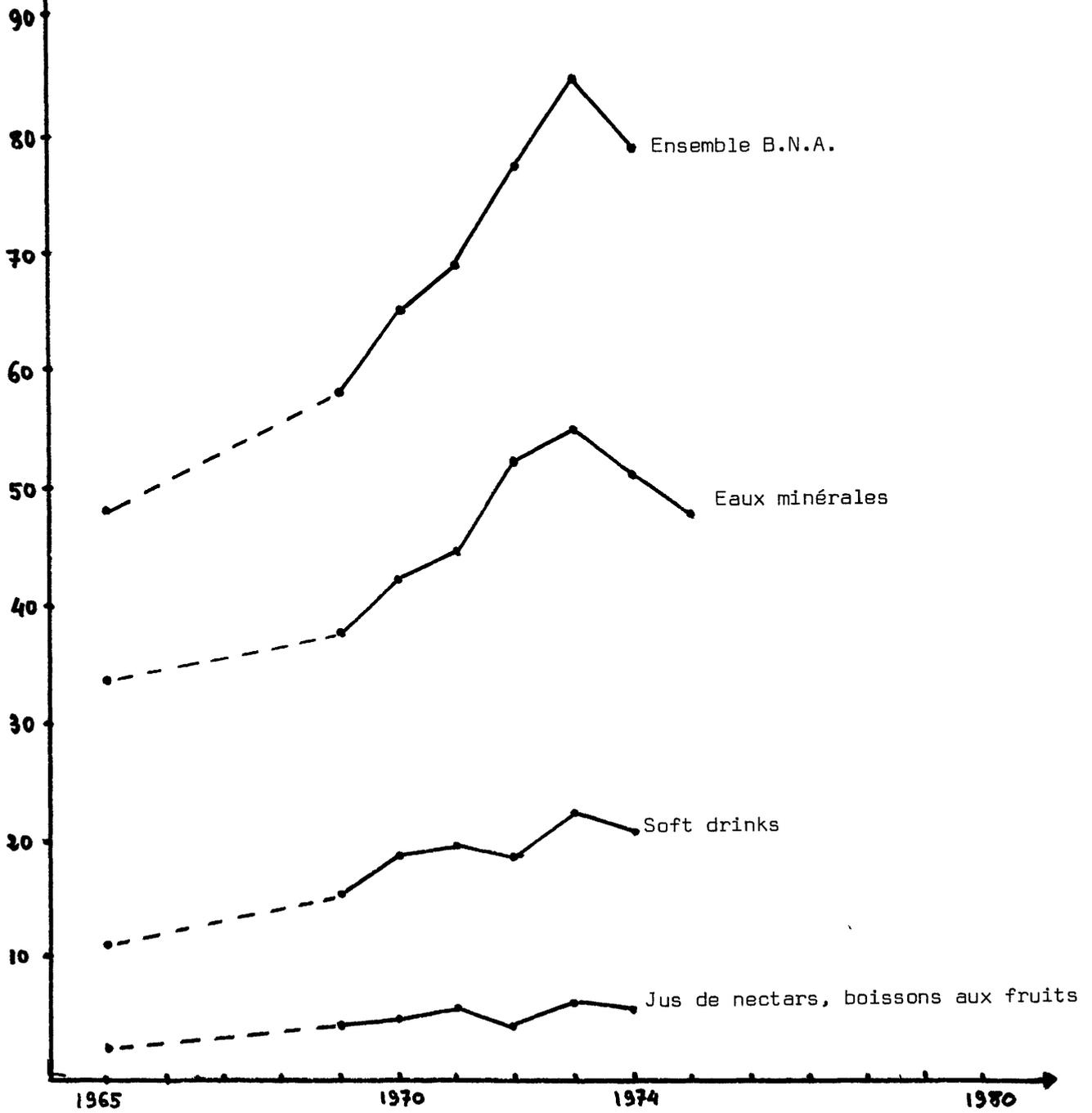
Ainsi que nous l'avons souligné précédemment, à propos des eaux minérales, il est fort probable que les prévisions de 1980, pour les boissons non alcoolisées, ne seront pas atteintes. Le graphique n° 4 permet de préciser l'évolution réelle de la consommation individuelle, de 1969 à 1975. Si la forte relance de la demande au cours de l'été 1976 se prolongeait par une nouvelle phase de croissance au taux antérieur (+ 11,6 % par an entre 1969 et 1973), le niveau atteint en 1980 serait de l'ordre de 100 litres.

EVOLUTION DE LA CONSOMMATION INDIVIDUELLE

DE BOISSONS NON ALCOOLISEES, EN FRANCE

Litres/personne/an

Source : INSEE  
Syndicats professionnels



La ligne 1980 du tableau précédent est donc relativement imprécise. Il convient cependant de noter que la non réalisation de prévisions en matière de consommation des B.N.A., ne remet pas en cause la logique d'évolution de la structure de l'ensemble des boissons. En effet, le recul passager des B.N.A. ne se fait pas au profit des achats des autres boissons, mais de la consommation d'eau du réseau urbain.

Le tableau ci-après permet de préciser ces tendances :

Evolution du marché français des boissons

Unité : 1 000 hl

Années Boissons	1965	1966	1967	1968	1969	1970	1971	1972	1973	1974	Indice
Alcoolisées	7207	7305	7307	7204	7304	7310	7340	7440	7684	7525	104
Non alcoolisées	2226	2414	2636	2690	2877	3046	3689	3842	4377	4130	185
TOTAL	9433	9719	9943	9894	10181	10356	11029	11282	12061	11655	124
Part des non alcoolisées en %	23,6	24,8	26,5	27,2	28,3	29,4	33,4	34,1	36,3	35,4	-

Source : IFC - Marketing

On constate que la réduction de consommation des BNA en 1974, due aux mauvaises conditions climatiques de l'été, mais aussi à la crise économique, n'a pas profité aux boissons alcoolisées, qui, au contraire, ont reculé elles-aussi. Le marché de l'ensemble des boissons semble donc, désormais évoluer au rythme des B.N.A., la consommation globale des boissons alcoolisées étant à peu près stabilisée (la diminution de la consommation individuelle étant compensée par la croissance démographique).

A plus long terme, c'est de la réponse à une double question, que l'on peut déduire des évolutions possibles, sinon probables :

. à quel niveau, en volume, s'arrêtera la régression de la consommation individuelle de boissons alcoolisées ?

.. quelle part de la consommation d'eau du réseau urbain peut-elle être "conquise" par les B.N.A. ?

Les éléments de réponse à la première question sont contenus dans les divers rapports sectoriels concernés (brasserie, spiritueux, champagne et mousseux) (1) mais aussi, et surtout, dans l'étude du marché du vin (2), qui reste la principale boisson alcoolisée, en même temps que celle qui régresse le plus.

- 
- (1) "L'évolution de la concentration dans l'industrie de la Brasserie en France". Commission des communautés européennes. D. BOULET - J.P. LAPORTE - Octobre 1975.  
 "L'évolution de la concentration dans l'industrie des spiritueux en France". Commission des communautés européennes. D. BOULET - J.P. LAPORTE - Juin 1976.  
 "L'évolution de la concentration dans le secteur des Champagnes et Mousseux en France". Commission des Communautés Européennes. D. BOULET - J.P. LAPORTE. Sept 76.
- (2) "La question viticole : essai d'analyse". D. BOULET - Ph. LACOMBE - J.P. LAPORTE - R. LIFRAN. Article à paraître dans le Bulletin Technique d'Information du Ministère de l'Agriculture.

**TABLEAU 8 :** L'EVOLUTION DU MARCHÉ FRANÇAIS DES BOISSONS NON ALCOOLISÉES  
(VENTES SUR LE MARCHÉ INTÉRIEUR)

Unité : Millions d'hl.

Années Pro- duits	1965		1969		1970		1971		1972		1973		1974		1975	
	Volume	%														
Eaux minér.	16,36	69,5	19,27	66,3	21,55	64,7	22,53	63,7	27,20	68,0	28,80	65,8	27,11	65,6	25,53	62,5
- Limo.	(3,20)	13,6	3,34	11,5	3,90	11,7	3,76	10,6	3,54	8,8	3,98	9,1	3,69	8,9	3,90	9,6
- Sodas	(1,50)	6,4	2,35	8,1	3,47	10,4	3,48	9,8	3,47	8,7	4,20	9,6	3,64	8,8	3,69	9,0
- Colas					0,98	2,9	1,08	3,1	1,14	2,8	1,40	3,2	1,45	3,5	1,58	3,9
- Tonics	(0,80)	3,4	1,28	4,4	0,30	0,9	0,50	1,4	0,46	1,1	0,60	1,4	0,63	1,5	0,72	1,8
- Bitters					0,08	0,2	0,10	0,3	0,10	0,2	0,32	0,7	0,35	0,8	0,38	0,9
- Sirops	(0,36)	1,5	0,65	2,2	0,73	2,2	0,91	2,6	0,97	2,4	1,17	2,7	1,26	3,0	1,29	3,2
Soft- Drinks	5,86	24,9	7,62	26,2	9,46	28,4	9,83	27,8	9,68	24,2	11,67	26,7	11,02	26,7	11,56	28,3
Jus de fruits	0,96	4,1	1,04	3,6	1,16	3,5	1,17	3,3	1,09	2,7	0,93	2,1	0,84	2,0	0,94	2,3
Nectars	(0,03)	0,1	0,04	0,1	0,06	0,2	0,07	0,2	0,07	0,2	0,08	0,2	0,09	0,2	0,10	0,2
B. Fr.	(0,34)	1,4	1,08	3,7	1,08	3,2	1,78	5,0	1,98	4,9	2,29	5,2	2,27	5,5	2,70	6,6
Jus et B. Fr.	1,33	5,6	2,16	7,4	2,30	6,9	3,02	8,5	3,14	7,8	3,30	7,5	3,20	7,7	3,74	9,2
B.N.A.	23,55	100,0	29,05	100,0	33,31	100,0	35,38	100,0	40,02	100,0	43,77	100,0	41,33	100,0	40,83	100,0

Les chiffres entre parenthèses ( ) sont des estimations.

Sources : Professionnelles.

Quant à la réponse à la deuxième question, elle dépend, selon nous, de deux éléments principaux : les qualités organoleptiques de l'eau du réseau urbain (goût de chlore) et le prix des eaux minérales.

Rappelons que nous avons estimé la consommation d'eau du réseau à 77 millions d'hectolitres en 1975. (150 litres par personne). Compte-tenu de la croissance démographique, ce volume pourrait atteindre 83 millions d'hectolitres en 1980.

Le marché intérieur potentiel des B.N.A. est donc, pour l'horizon 1980 de l'ordre de 140 millions d'hectolitres, soit une possibilité de triplement du marché actuel.

Il ne s'agit, bien sûr, que de points de repères pour l'analyse : ce marché potentiel est plausible physiologiquement, il ne l'est certainement pas, à l'échéance de 1980, ni du point de vue technique, ni du point de vue économique et social. Cette extrapolation explique cependant en grande partie, l'afflux des capitaux industriels et financiers vers ce secteur, et l'acuité de la concurrence qui s'y manifeste.

L'étude de l'évolution du marché des B.N.A. en valeur ne pourra que confirmer cette analyse (cf infra).

## 2. Evolution du marché par groupes de produits

Le tableau 8 permet de récapituler de façon comparative, l'évolution des ventes sur le marché intérieur français, des différentes boissons non alcoolisées.

Compte tenu des différences entre les sources d'information, les volumes globaux ne correspondent pas exactement à ceux du tableau de la page précédente.

On retiendra les éléments d'analyse suivants :

. les eaux minérales constituent, de loin, la catégorie de boisson non alcoolisée la plus importante, soit environ les 2/3 du volume total.

.. viennent en second les soft-drinks, catégorie assez hétérogène, représentant 1/4 environ des B.N.A.

... enfin les jus de fruits, nectars et boissons aux fruits n'interviennent que pour un peu plus de 7 % du total.

.... de 1965 à 1975 la structure des B.N.A. par groupes de produits est relativement stable.

..... au niveau des produits individualisés, on doit noter le recul relatif de la limonade (passant de 11,4 % en 1969 à 8,9 % en 1974), et des jus de fruits (régressant de 3,6 % à 2,0 %), et par contre l'élargissement du marché des colas, tonics, bitters (de 4,4 % à 5,8 %) et des boissons aux fruits (de 3,7 % à 5,5 %).

## B. LES FLUX EN VALEUR

### 1. Place des boissons non alcoolisées dans l'ensemble des boissons

Les données statistiques disponibles ne permettent d'étudier que le marché de la consommation hors domicile (cafés, restaurants), incorporent des services, qui gonflent les prix des produits, et empêchent toute agrégation des données.

L'analyse ci-après ne sera donc que partielle, mais il est difficile d'apprécier la part de la consommation hors domicile.

Nous donnons ci-après, à titre indicatif, des chiffres publiés dans l'étude de l'APRIA, signalée précédemment : (chiffres valables pour l'année 1972) :

Part de la consommation en volume hors-domicile dans le marché des boissons non alcoolisées (1972)

jus de fruits : 20 - 25 %	Boissons aux fruits : 25 - 30 %
limonade : 25 - 30 %	Colas : 33 - 35 %
sodas : 30 %	Tonics et bitters : 45 - 55 %

Cette remarque étant faite, l'étude du tableau V de l'annexe 1, nous permet de préciser la dynamique du marché à domicile, en valeur, des B.N.A.

Entre 1959 et 1972, les achats de B.N.A. par les ménages, sont passés de 978 millions de F à 2864 millions de F, (en Francs constants 1972), soit un triplement, au cours de la période, c'est-à-dire un taux de croissance annuel moyen de 16 %.

En 1969, la part des B.N.A. dans l'ensemble des boissons (non compris café, thé, infusions) était de 7,3 % ; elle est passée à 14,6 % en 1972. Par rapport à l'ensemble des dépenses alimentaires ces pourcentages sont respectivement de 1,1 % en 1959 et 2 % en 1972.

En 1973 on observe une diminution en Francs constants de la valeur des achats de B.N.A., par rapport à 1972 (leur part dans l'ensemble des boissons descend aussi à 13,5 %). Comme l'année 1973 est celle du record des ventes en volume, (notamment pour les eaux minérales), ce recul serait donc uniquement imputable à la baisse des prix relatifs des B.N.A. (cf infra).

En 1974, les hausses de prix intervenues, notamment pour ce qui concerne les eaux minérales (cf supra) ont compensé, la chute en volume, mais seulement, en francs courants (c'est ce qui ressort de l'examen des chiffres d'affaires des entreprises du secteur). Il y a donc eu vraisemblablement une nouvelle régression en francs constants des achats de B.N.A. par les ménages, pour leur consommation à domicile.

Néanmoins, il convient de retenir que sur la période 1959 - 1972, le marché en valeur des B.N.A. (du moins pour la fraction correspondant à la consommation à domicile), a été l'un des plus dynamiques du secteur alimentaire.

Sur l'ensemble de la période la part des B.N.A. dans l'ensemble des achats d'alimentation, a doublé, et par rapport aux boissons alcoolisées, le taux de croissance annuel moyen est cinq fois plus élevé.

## 2. Evolution du marché par groupes de produits

Du point de vue de la répartition par produits, la structure des achats des ménages est la suivante :

Répartition, par groupe de produits, des achats de boissons non alcoolisées par les ménages (consommation à domicile)

années	1959	1973
Produits		
Eaux minérales	72,2	66,8
Boissons gazeuses	24,3	22,9
Jus de fruits, sirops	3,5	10,3
Total B.N.A.	100,0	100,0

On retrouve une structure du marché en valeur, relativement comparable à ce qu'elle est en volume (cf tableau 8). Mais il convient de noter que la consommation hors domicile des eaux minérales, qui n'est pas connue avec précision, est certainement beaucoup plus faible que pour les autres B.N.A. (cf infra).

3. Le commerce extérieur (tableau 9)

La valeur globale des exportations de boissons non alcoolisées est passée de 200 millions de Francs à 300 millions de Francs entre 1971 et 1974, alors que les importations restaient relativement stables, au niveau de 110 à 120 millions.

Le solde du commerce extérieur reste donc positif, passant de 95 à 175 millions de Francs entre 1971 et 1974.

Les exportations représentent environ 10 % du chiffre d'affaires des entreprises du secteur (cf infra).

Par répartition géographique, on notera que :

- les exportations qui se répartissaient en 1971 et 1972 à égalité entre CEE à 6 et autres pays, se sont ensuite développées uniquement dans le cadre européen (CEE à 6 puis à 9), car les pays tiers n'étant plus destinataires en 1974, que d'un tiers du total des exportations.

- les importations, à l'inverse, proviennent principalement de pays extérieurs à la CEE, l'essentiel de ces importations étant en effet constitué par les jus de fruits exotiques.

Selon les groupes de produits la situation est différente :

- Jus de fruits : exportations et importations, d'une valeur sensiblement égale, (au niveau de 100 millions), restent stables au cours de la période 1971-1974. Le solde, faible, est positif, sauf en 1972.

- . La part du commerce extérieur dans l'activité du secteur est relativement importante puisque les exportations représentent, selon les années entre 20 et 30 % du chiffre d'affaires du secteur.
- . Les exportations se font dans le cadre de la CEE, alors que les importations proviennent, pour les trois-quarts, des pays tiers.
- . Les exportations de jus de fruits qui constituaient la moitié de l'ensemble des exportations de B.N.A. en 1971, n'en forment plus qu'un tiers en 1974.

Tableau n° 9 : LE COMMERCE EXTERIEUR DES BOISSONS NON ALCOOLISEES

Unité : Millions de F.

	JUS DE FRUITS (1)			EAUX MINERALES			LIMONADES, SODAS			TOTAL		
	1971	1973	1974	1971	1973	1974	1971	1973	1974	1971	1973	1974
EXPORTATIONS												
CEE 6	61,1	81,1	-	40,7	83,9	-	4,1	5,3	-	105,9	170,3	-
CEE 9	-	84,5	86,8	-	85,7	98,5	-	5,3	7,1	-	175,5	192,4
Autres pays	33,7	27,4	24,2	60,6	65,0	69,9	4,9	6,3	7,4	99,2	98,7	101,5
Total	94,8	111,9	111,0	101,3	150,7	168,4	9,0	11,6	14,5	205,1	274,2	293,9
IMPORTATIONS												
CEE 6	9,4	16,1	-	0,5	0,7	-	13,5	14,8	-	23,4	31,6	-
CEE 9	-	18,4	26,5	-	0,7	0,8	-	17,4	17,1	-	36,4	44,4
Autres pays	84,3	73,6	71,6	0,1	0,8	0,7	1,2	1,9	1,9	85,6	76,2	74,2
Total	93,7	92,0	98,1	0,6	1,4	1,6	14,7	19,2	19,0	109,0	112,6	118,6
SOLDES												
CEE 6	+ 51,7	-	-	+ 40,2	-	-	- 9,4	-	-	+ 82,5	-	-
CEE 9	-	+ 66,1	+ 60,3	-	+ 85,0	+ 97,6	-	- 12,1	- 1,0	+ 139,1	+ 139,1	+ 148,0
Autres pays	- 50,6	- 46,2	- 47,3	+ 60,5	+ 64,3	+ 69,2	+ 3,6	+ 4,5	+ 5,5	+ 13,6	+ 22,5	+ 27,3
Total	+ 1,1	+ 19,9	+ 13,0	+ 100,7	+ 149,3	+ 166,8	- 5,8	- 7,6	- 4,5	+ 96,1	+ 161,6	+ 175,3

(1) Non compris les mouts de raisin.

. Les importations représentent sur toute la période étudiée, plus de 90 % des importations totales de B.N.A.

- Eaux minérales : Les exportations, passant de 100 millions en 1971 à 170 millions en 1974, représentent environ 10 % du chiffre d'affaires du secteur.

Les importations sont presque nulles, d'autant que dans les chiffres de 1973 et 1974, figurent des achats d'eau du réseau urbain à la Suisse (cf supra).

Géographiquement les importations se répartissent entre 60 % vers la CEE à 9 et 40 % vers les pays tiers.

- Limonades, sodas, soft-drinks

Le commerce extérieur de ce groupe de produits reste assez marginal, comprises entre 9 et 15 millions, les exportations n'interviennent que pour moins de 2 % dans le chiffre d'affaires du secteur. Les importations sont un peu supérieures aux exportations, le solde négatif se situant entre 4 et 8 millions de francs.

### C. LES FACTEURS D'EVOLUTION DE LA CONSOMMATION DES BOISSONS NON ALCOOLISEES

Nous avons, pour chacun des groupes de produits analysés dans le présent chapitre, essayé de mettre en évidence les principaux facteurs permettant d'expliquer l'évolution récente de leur marché, et d'en prévoir les tendances à venir.

On s'efforcera, dans ce qui suit, de dégager les caractéristiques communes à l'ensemble des B.N.A.

Par référence à une étude réalisée en 1969 par la Section de Nutrition de l'INSERM sur les facteurs de choix des aliments (1), nous regrouperons les facteurs du choix des B.N.A. par les consommateurs en deux catégories :

- les facteurs rationnels
- les facteurs irrationnels.

#### 1. Les facteurs rationnels

Nous classons ainsi.

. Les facteurs du comportement alimentaire qui s'imposent de façon relativement objective aux individus, en ce sens qu'ils résultent de l'action de données extérieures sur lesquelles l'individu isolé n'a pas de prise, et auxquelles il s'adapte de façon relativement instinctive. Il s'agit pour l'essentiel des caractéristiques générales du mode de vie des consommateurs qui peuvent influencer leur comportement alimentaire.

En tant que facteurs favorisant la consommation des B.N.A. nous retiendrons : l'urbanisation, la sédentarisation, le développement des fatigues nerveuses, la généralisation de la conduite automobile, la multiplication des repas pris sur les lieux de travail. Ces différents éléments, apparemment hétérogènes ont cependant comme caractéristique commune d'être défavorables à la consommation de boissons alcoolisées. Ils ont donc, a contrario, une influence favorable sur la demande de boissons non alcoolisées, y compris l'eau du robinet. La préférence des B.N.A. par rapport à l'eau du robinet, fait intervenir un autre facteur s'imposant au consommateur : le mauvais goût de l'eau du robinet, qui peut apparaître à certaines époques. Mais cette préférence peut résulter, de façon plus permanente, de facteurs rationnels du second type.

-----  
(1) J. CLAUDIAN - Y. SERVILLE - F. TREMOLIERES. "Enquête sur les facteurs de choix des aliments" - Bulletin de l'INSERM - T. 24, 1969, n° 5, pp. 1277 - 1390.

.. Certains éléments du choix du consommateur résultent d'un raisonnement. Ce peut être le cas notamment en ce qui concerne l'influence de la boisson sur la santé. On constate ainsi que, dès leur apparition les eaux minérales ont été recherchées pour leur valeur thérapeutique. On peut penser qu'il en est de même pour les jus de fruits, considérés comme des produits sains (naturels, vitaminés, sans colorants, etc...)

Le prix est en général considéré comme un facteur de choix rationnel. En l'occurrence les B.N.A. ne sont pas, à priori, en position favorable de ce point de vue relativement à leur principale boisson concurrente qu'est l'eau du robinet. On peut cependant considérer que le prix est un élément attractif pour certaines boissons non alcoolisées par rapport à d'autres. C'est le cas notamment pour les boissons aux fruits par rapport aux jus de fruits, pour les sirops par rapport aux sodas, tonics ou bitters. Par ailleurs le conditionnement individuel permet de diminuer le prix apparent (conditionnements en 19 cl).

Ajoutons comme dernier facteur rationnel, un fait qui s'impose à l'ensemble des consommateurs : les B.N.A. sont les seules boissons qui sont disponibles dans presque tous les lieux publics. On trouve des distributeurs de boissons rafraichissantes aussi bien dans les stations services que dans les hopitaux, dans les administrations et entreprises, que dans les gares ou sur les autoroutes.

Cette omniprésence est un facteur de choix très puissant, mais y a-t-il encore choix là où ces boissons sont les seules disponibles ?

## 2. Les facteurs irrationnels

On aborde, de ce point de vue, le vaste domaine des aspects affectifs et symboliques de la consommation alimentaire.

D'une façon générale on admettra que la publicité, par la fraction de son message qui n'est pas purement informatif (c'est-à-dire la partie qui fait appel à l'irrationnel, par opposition à l'information qui doit aider les choix rationnels), confère à tous les comportements à l'égard des produits concernés, une dimension irrationnelle (y compris dans le refus de consommer, qui peut se produire en réaction contre le message publicitaire).

Cette dimension du problème est d'autant plus importante dans le cas des B.N.A., que, parmi l'ensemble des boissons, ce sont les seules pour lesquelles la publicité soit libre, puisqu'elle est soit interdite (groupe 5 : alcools de grains), soit plus ou moins restreinte pour les boissons alcoolisées.

Deux types de facteurs irrationnels peuvent être distingués.

### a) Les facteurs irrationnels d'ordre affectif

Le plus important d'entre eux est le goût, qui est généralement considéré comme le principal critère de choix du consommateur dans le domaine alimentaire. Au goût, défini au sens strict, il convient pour les B.N.A. d'ajouter le caractère désaltérant, puisque l'on peut définir le besoin auquel doit satisfaire une boisson non alcoolisée, comme étant celui de se désaltérer agréablement.

Dans ce domaine du goût, le groupe des soft-drinks possède l'avantage aux yeux de certaines catégories de consommateurs (les jeunes en particulier) de fournir à un rythme relativement rapide des produits nouveaux. Ce rythme d'innovation élevé, soutenu par un effort publicitaire intense, relance constamment la demande. L'effort des fabricants porte sur la recherche de goûts originaux, notamment dans le domaine des goûts épicés, amers, astringents, etc...

De ce point de vue les produits plus traditionnels (jus de fruits autres que jus exotiques, limonades) paraissent avoir une image de marque vieillissante auprès du consommateur.

Cela dit, il paraît difficile de parler de l'attitude des consommateurs en fonction du goût des B.N.A., sans faire intervenir la dimension symbolique de ce comportement.

b) Les facteurs irrationnels d'ordre symbolique

Par la nature même de leurs caractéristiques intrinsèques (boissons désal-térantes, rafraîchissantes), les B.N.A. évoquent, pour le consommateur, les vacan-ces, le soleil et plus généralement la détente (y compris les temps de pause sur les lieux de travail). Partant de ces symboles classiques, mais toujours efficaces, la publicité a glissé sur les thèmes complémentaires plus "modernes" : la jeunesse, l'évasion, l'érotisme.

De même les quatre "clés" principales de partition du comportement ali-mentaire : attitude à l'égard, du nouveau ou de l'ancien, du naturel ou de l'arti-ficiel (y compris lorsque le nouveau est évoqué par référence à un passé mythique : par exemple la prohibition aux Etats-Unis), sont les axes prioritaires pour la création de produits nouveaux destinés principalement aux jeunes.

Il est d'ailleurs remarquable de constater que l'attitude d'aversion à l'égard du nouveau, fréquente dans la population adulte en matière de produits alimentaires, se transforme au contraire chez les jeunes en un attrait, qui exprime le désir, chez eux, de rejeter les valeurs traditionnelles d'une société dans laquelle ils sont mal à l'aise. Il est pour le moins paradoxal que les produits, symboles pour les jeunes d'une telle contestation, soient les plus purs résultats de la logique capitaliste, et les biens les plus caractéristiques d'une certaine société de consommation.

L'analyse de ces différents facteurs permet de constater que le marché des B.N.A. semble bien adapté à l'évolution actuelle du comportement de consom-mation alimentaire dans le type de société que connaît la France contemporaine. On admettra donc que la tendance de la demande restera, à moyen terme, assez soutenue, même si des accidents conjoncturels peuvent se produire comme en 1974 et 1975.

CHAPITRE III - LES PRIX

Les prix en tant qu'expression des performances des entreprises, donc de la concurrence, et en tant que critère important de choix du consommateur, représentent une variable essentielle dans l'analyse du processus de concentration et de concurrence.

Il est malheureusement très difficile de disposer de séries chronologiques importantes à un niveau de décontraction élevé. Ceci est particulièrement vrai en matière de boissons non alcoolisées, en raison du grand nombre de produits, et de la fréquence élevée de produits nouveaux. Enfin l'évolution des modes de conditionnement de ces boissons et la multiplication du volume unitaire des cols, rendent délicates les comparaisons.

Nous donnerons, dans ce qui suit, quelques éléments d'analyse en fonction des données disponibles.

I. L'EVOLUTION DES PRIX DES BOISSONS NON ALCOOLISEES

Le tableau VI de l'annexe 1, fournit, pour les achats alimentaires des ménages (consommation à domicile) l'évolution des indices des prix de détail en francs constants, base 1959, de 1960 à 1972.

Pour l'ensemble des B.N.A., et les eaux minérales, il est possible d'actualiser cette série chronologique jusqu'en début 1976 en utilisant l'indice des prix de détail de l'INSEE (295 articles) et les tables de dépréciation monétaire raccordant les deux séries, et sous réserve des écarts de méthodes pouvant exister entre elles, on obtient, pour la période 1959-1975 l'évolution suivante.

Evolution des indices des prix au détail en Francs constants 1959 (base 100 en 1959)

	1960	1962	1964	1966	1968	1970	1972	1973	1974	1975
. Eaux minérales	98,8	95,0	90,0	86,9	84,5	83,0	83,1	78,4	72,9	78,9
. Boissons gazeuses	99,3	105,0	106,3	101,9	102,9	97,6	94,1	n.c.	n.c.	n.c.
. Jus de fruits	95,8	81,9	94,7	81,5	81,1	75,1	79,7	n.c.	n.c.	n.c.
Total B.N.A.	99,3	96,7	94,0	90,6	89,1	86,2	90,9	86,2	79,5	85,1
Ensemble Boissons	98,8	95,9	94,2	91,3	92,9	93,0	91,4	93,6	86,5	87,2
Alimentation	99,8	101,6	104,4	105,0	107,4	104,8	105,1	104,8	99,0	104,4

Source : INSEE - CREDOC

Ce tableau permet de faire un certain nombre d'observations.

1) - La tendance générale d'évolution des prix relatifs de l'ensemble des B.N.A., est, pour la période étudiée, à la régression. En 1975 l'indice de ce prix est au niveau 85,1, soit un recul de 15 % par rapport à 1959. En fait la tendance décroissante est plus accentuée, car les années 1972 et 1975 marquent un rattrapage partiel de prix.

On notera en particulier la forte chute du prix relatif entre 1973 et 1974 (- 7,8 %), malgré une hausse importante en prix nominal (+ 9,7 %). Cette année là en effet le taux de dépréciation monétaire est de 16 %.

La hausse nominale qui s'est poursuivie en 1975 (+ 13,2 %) s'est, elle, traduite par un rattrapage partiel du prix relatif (+ 7,0 %), la dépréciation monétaire étant retombée à 5,7 %.

Ces hausses nominales, bien qu'insuffisantes pour rattraper totalement le niveau de prix de 1970, ont cependant été très ressenties par les consommateurs, et permettent d'expliquer, en partie, la régression du marché des B.N.A. en 1974 et 1975 (cf supra).

2) - Comparativement à l'ensemble des boissons, la régression de l'indice des prix des B.N.A. paraît un peu plus sévère, bien qu'en 1975 le niveau des deux indices soit sensiblement le même. On notera seulement que le recul pour les B.N.A. a été nettement plus accentué certaines années, notamment en 1970 et 1974.

3) - On constate que l'évolution du prix de l'ensemble de l'alimentation, est, contrairement à celle des boissons, positive, sur la période. En fait, après une hausse rapide entre 1959 et 1964, les prix relatifs de l'alimentation sont restés stationnaires, puisque l'indice 1974 est le même que l'indice 1964 (104,4).

4) - Par catégorie de B.N.A., on note quelques différences d'évolutions :

- les variations affectant les eaux minérales sont de même nature que celles de l'ensemble des B.N.A., mais plus accentuées. Les eaux minérales représentant en valeur les deux tiers des B.N.A., et c'est donc l'évolution de leur prix qui détermine principalement celle de l'ensemble.

- la régression des prix des jus de fruits est plus accentuée encore que celle des eaux minérales, du moins sur la période 1959-72.

- quant au prix des boissons gazeuses, après avoir augmenté jusqu'en 1964, il régresse, pour tomber à 94,1 en 1972.

5) - En conclusion, il convient de retenir comme information majeure, une baisse tendancielle du prix relatif des B.N.A., sur la période 1959-1975. Cette évolution peut ressortir de deux causes principales, qui ne sont d'ailleurs pas exclusives l'une de l'autre :

- des gains de productivité des entreprises de production et de distribution.
- du contrôle des prix par les Pouvoirs Publics.

Il est difficile d'obtenir des données significatives sur le premier aspect du problème. Mais, à contrario, nous pouvons dire que, malgré la baisse des prix relatifs, le secteur des B.N.A. reste très attractif pour les capitaux industriels ou marchands, et que les taux de profits y sont assez confortables (cf infra).

- quant au contrôle des prix il est assez strict, comme pour la plupart des boissons de grande consommation (vin de table, bière), et il est vraisemblable que sans ce contrôle et dans la dynamique d'un marché en forte croissance depuis 10 ans, les prix relatifs des B.N.A. auraient augmenté.

6) - Les niveaux de prix en valeur absolue sont hétérogènes, et leur éventail est assez large.

Au cours du premier semestre de l'année 1976, on note, en supermarché à Montpellier, les gammes de prix suivantes :

- Eaux minérales : de 0,90 à 1,30 F le litre
- Limonade : de 1,00 à 1,20 F le litre

- Sodas : de 1,10 à 1,25 F le litre
- sirops : de 3,50 à 5,90 F le litre
- Tonics-bitters : de 4,80 à 6,00 le multipack de 6 X 20 cl soit de 4,00 à 5,00 F/l
- Boissons aux fruits : de 5,00 à 6,20 le multipack de 6 X 20 cl soit de 4,15 à 5,15 F/l
- Jus de fruits : en litre : de 3,20 à 4,95 F  
en pack : de 6 X 12 : 4,40 F.

A noter que les tonics-bitters présentés en sirops, et reconstitués à domicile avec des eaux minérales, reviennent environ moitié moins cher que sous le conditionnement en multipack.

## II. LA STRUCTURE DES PRIX ET LA REMUNERATION DES ENTREPRISES

Les données relatives à la structure des prix des B.N.A. sont rares et peu fiables. Nous fournirons ci-après quelques éléments d'analyse, à partir de deux sources d'information distinctes :

- une étude de l'INSEE sur les marges commerciales des produits alimentaires
- la structure moyenne du prix des eaux minérales, calculée par la Chambre Syndicale des Eaux Minérales.

### 1. Marges commerciales sur les boissons non alcoolisées

Le Département "Entreprises" de l'INSEE a publié en 1975, une étude sur les marges commerciales sur les produits agricoles et alimentaires, en fonction des circuits de distribution (1). Cette étude a été réalisée dans le cadre des travaux pour l'établissement de la base 1971 de la comptabilité nationale.

Nous ne développerons pas ici les aspects méthodologiques de cette recherche puisqu'aussi bien ce sont les résultats en eux-mêmes qui nous intéressent, en tant qu'indicateurs de la structure des prix des B.N.A.

Les trois graphiques des pages suivantes reproduisent les schémas présentés dans cette publication, pour les trois groupes de produits : eaux minérales, jus de fruits, boissons non alcoolisées élaborées (soft-drinks).

Ils représentent les circuits de distribution pour les achats des ménages (consommation à domicile). Les flux en valeurs sont ramenés à l'indice 100 pour les achats finals, et répartis en pourcentages selon chaque filière de distribution. Les chiffres figurant dans les cadres correspondant aux entreprises, représentent les marges brutes, hors taxes (c'est-à-dire prix de vente - prix d'achat). Les taux de marges de vente peuvent donc être calculés par la formule :

$$\frac{\text{prix de vente} - \text{prix d'achat}}{\text{prix d'achat}}$$

Par exemple le taux de marge brute appliqué par les grossistes en jus de fruits est :

$$\frac{7,8}{29,3} = 26,6 \%$$

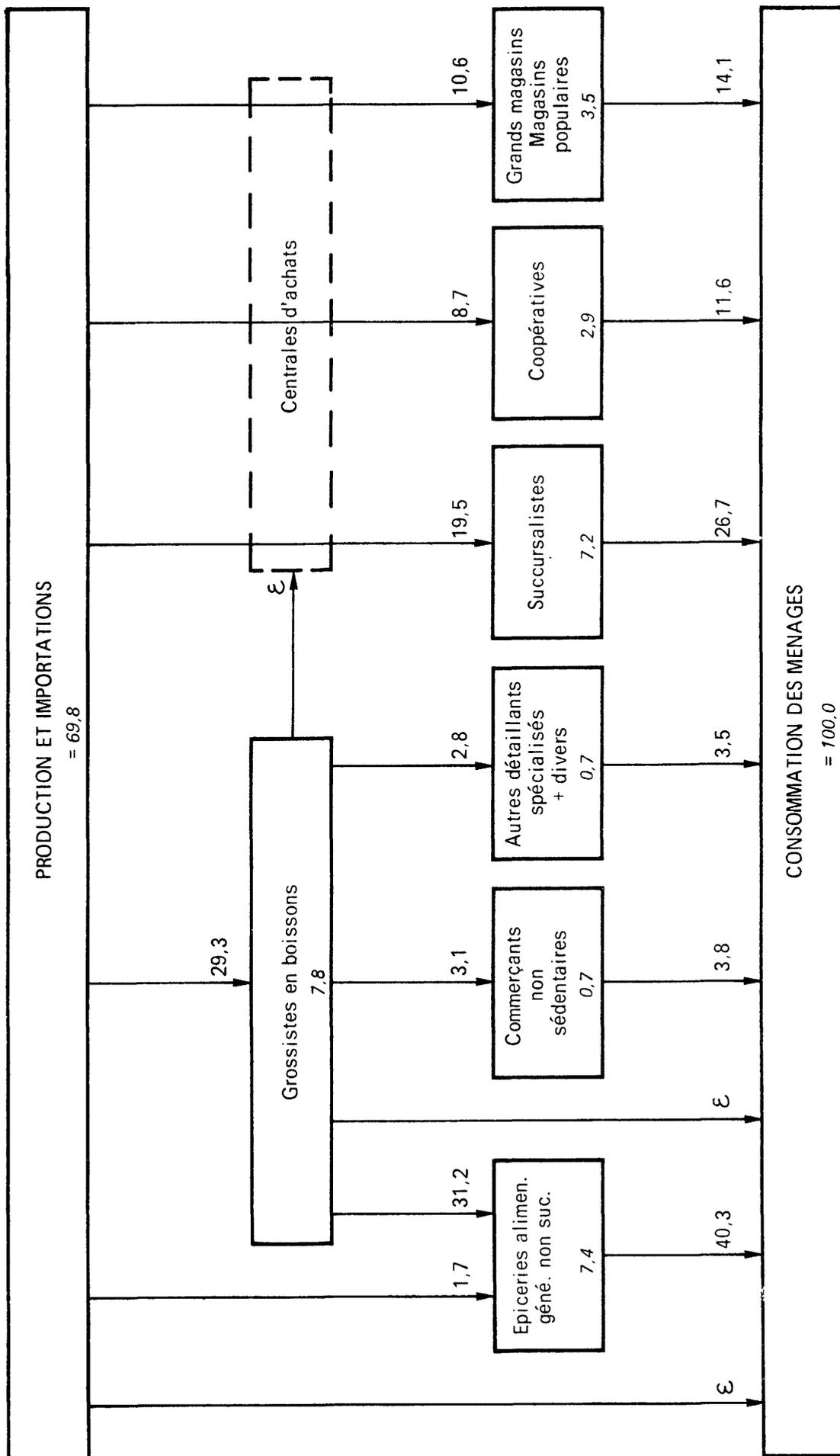
Le taux de marge brute appliqué par les épiceries alimentaires générales, non succursalistes est :

-----

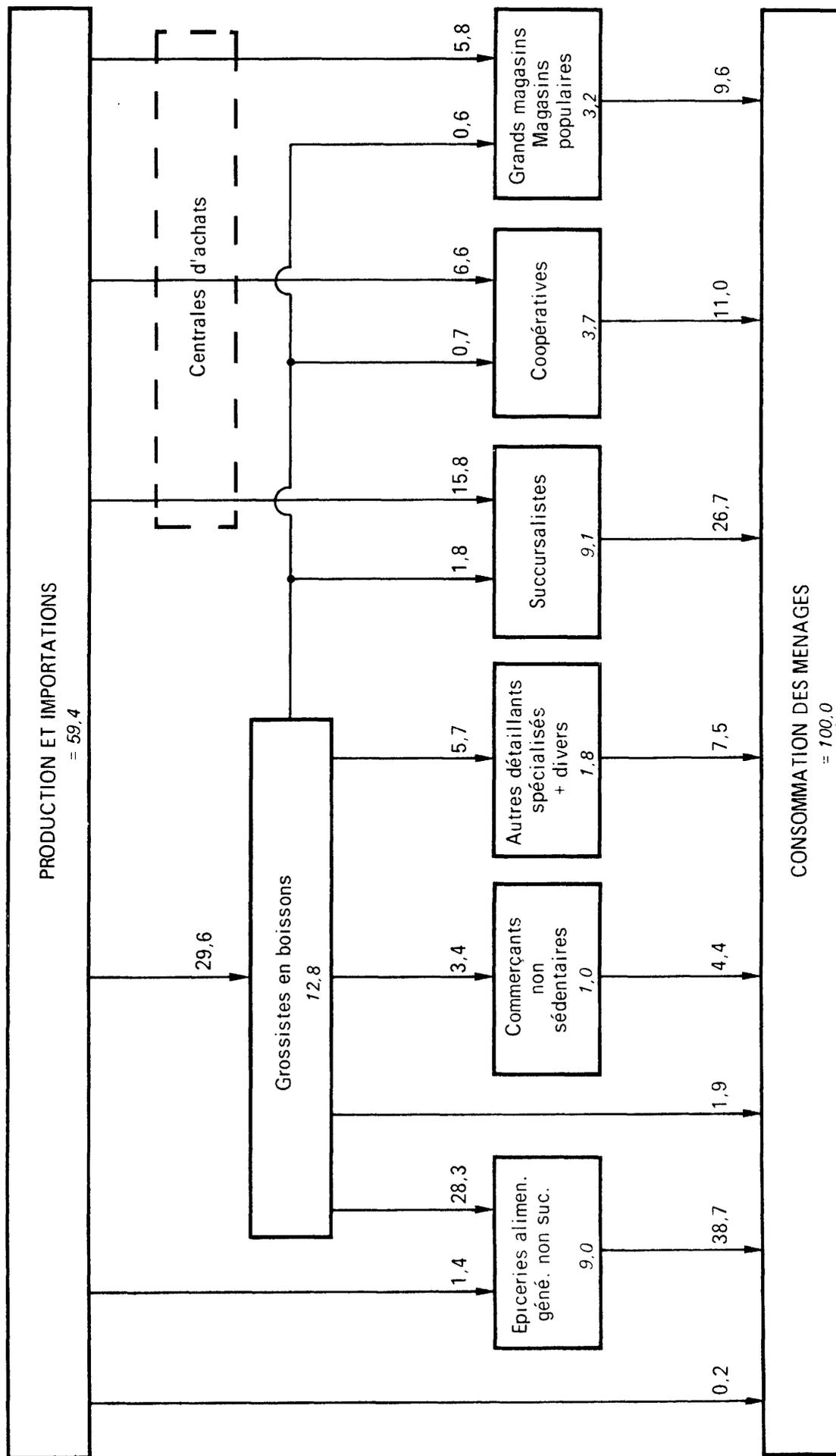
(1) "Circuits de distribution et marges commerciales : produits agricoles et alimentaires" - INSEE - Département Entreprises - Juillet 1975.



PRODUIT : Jus de fruits et de légumes



PRODUIT : Boissons non alcoolisées élaborées



$$\frac{7,8}{29,3} = 26,6 \%$$

Le taux de marge brute appliqué par les épiceries alimentaires générales, non succursalistes est :

$$\frac{7,4}{1,7 + 31,2} = 22,5 \%$$

On notera que la part de la distribution dans le prix final est très différent selon les produits : de 47 % pour les eaux minérales elle n'est que de 30,2 % pour les jus de fruits.

Au stade du détail traditionnel les taux de marge brute varient de 20 % à 23 % pour les eaux minérales et les jus de fruits, à 30 % pour les soft-drinks.

Au circuit du commerce intégré qui, pour les deux tiers environ de ses ventes (100 % pour les eaux minérales), cumule les fonctions de gros et de détail, les marges cumulées varient du simple au double selon les produits de 33 à 36 % pour les jus de fruits, elles passent à 50 % pour les eaux minérales, et à 60 % pour les soft -drinks. On retrouve, bien sûr les mêmes variations que pour l'ensemble du circuit, puisque le commerce intégré assure le lien direct entre producteurs et consommateurs.

On retiendra que malgré des prix de vente au détail souvent plus bas, le commerce intégré pratique des taux de marges brutes aussi élevés, que le circuit traditionnel. Les baisses de prix au détail seraient donc consenties plus par les producteurs que par le commerce intégré.

Il convient de noter le taux de marge très important au stade grossiste pour les eaux minérales. Ce taux s'explique par la faiblesse du prix départ usine qui, comme on le verra ci-après, est à peine supérieur au coût de transport dans le cas des eaux conditionnées en litre, verre consigné.

A partir des données ci-dessus, et en fonction des prix au détail, on peut tenter de fournir une estimation des prix départ usine. Pour ce calcul on retiendra que la T.V.A. sur les boissons non alcoolisées est généralisée au taux intermédiaire de 17,6 % et que les eaux minérales supportent en plus une taxe spécifique à la production.

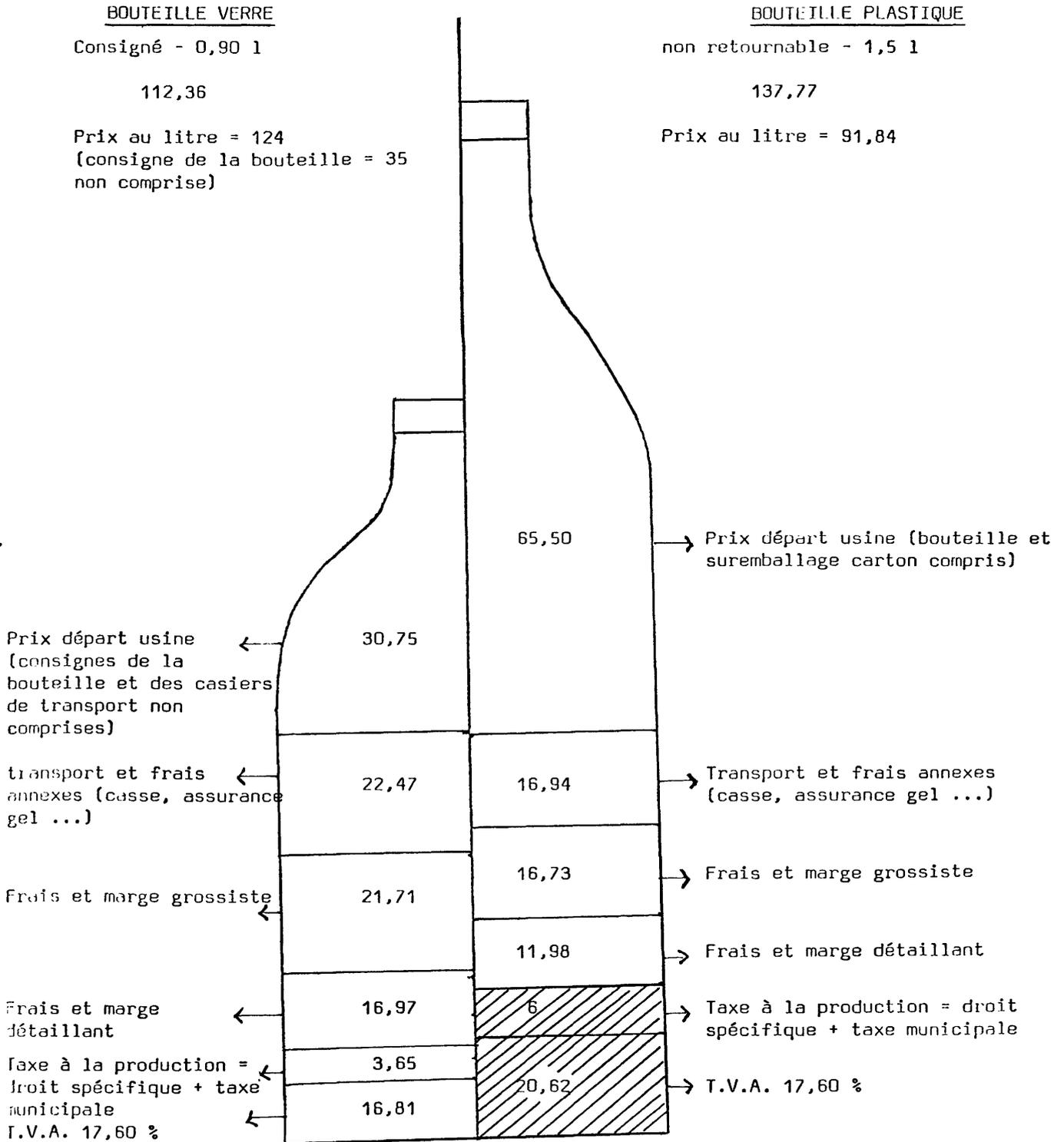
	Eaux minérales	Soft-drinks	Jus de fruits
Prix au détail T.T.C. (ramené au litre)	1,00 à 1,30	4,00 à 5,00	6,00 à 9,00
Prix au détail H.T. (ramené au litre)	0,80 à 1,05	3,30 à 4,20	5,00 à 7,50
Part du producteur	53,0 %	59,4 %	69,8 %
Prix départ usine (ramené au litre)	0,42 à 0,56	2,00 à 2,50	3,50 à 5,25

Une étude publiée par la Revue "Neid - Informations", fournit quelques indications sur le coût du conditionnement des boissons. Ce coût, ramené au litre, serait :

- pour les eaux minérales en P.V.C. de 1,5 l : 0,20 F
- pour les bières en conditionnement verre perdu de 0,33 l : 0,52 F

1/1/76

STRUCTURE MOYENNE DU PRIX DE VENTE LICITE AU DETAIL  
D'UNE BOUTEILLE D'EAU MINERALE DANS LA REGION PARISIENNE (en centimes)



- pour les B.N.A. en conditionnement verre perdu de 0,20 l on admettra, par extrapolation un coût de l'ordre de 0,75 F, ramené au litre.

Ainsi, dans le prix final payé par le consommateur, le prix du produit, (y compris les autres frais du producteur et son profit) représenterait :

- pour les eaux minérales : 22 à 25 %
- pour les soft-drinks : 30 à 35 %
- pour les jus de fruits : 40 % (pour les jus vendus en packs 4 X 12 cl)

## 2. La structure du prix des eaux minérales

Nous reproduisons, page 57, tel qu'il nous a été communiqué par la Chambre Syndicale des Eaux Minérales, le schéma indiquant la structure moyenne du prix de vente au détail des eaux minérales, dans la Région Parisienne. Ces données sont valables au premier Janvier 1976.

Dans l'ensemble ces données confirment les ordres de grandeur fournis au paragraphe précédent.

CHAPITRE IV - LES ENTREPRISES ET LA STRUCTURE DU SECTEUR

I. CHAMP D'ANALYSE

Pour des raisons méthodologiques, liées à la méthode d'analyse de la concentration (cf annexe méthodologique), notre champ d'analyse sera le secteur, et l'unité statistique, l'entreprise. Il convient donc, avant d'étudier la structure du secteur (ensemble des entreprises dont l'activité principale est la production de boissons non alcoolisées) d'apprécier son degré de représentativité par rapport à l'ensemble de l'activité de production des boissons non alcoolisées, c'est-à-dire la branche (ensemble des entreprises ou fractions d'entreprises dont la seule activité est la production de boissons non alcoolisées).

Les tableaux I et II de l'annexe 1 permettent de mesurer pour les années 1968 et 1971 (les données plus récentes ne sont pas disponibles) la représentativité du secteur par rapport à l'activité, boissons non alcoolisées, décontractée en trois sous secteurs : eaux minérales, boissons gazeuses et sirops, jus de fruits.

Le tableau ci-après résume ces données.

Relations branches-secteurs pour la variable facturations

	Part de l'activité totale (branche) réalisée dans le secteur		Importance de l'activité dans le secteur	
	1968	1971	1968	1971
Eaux minérales	87,9 %	99,2 %	83,7 %	73,4 %
Boissons gazeuses et sirops	50,5 %	57,1 %	91,7 %	93,6 %
Jus de fruits	78,7 %	67,2 %	81,0 %	89,0

Eaux minérales :

L'activité de la branche est réalisée presque uniquement dans le secteur des eaux minérales, notamment en 1971 (99,2 %).

Par contre le secteur eaux minérales contient un pourcentage important d'activités secondaires, notamment en 1971 (la part de la branche principale ne représente que 73,4 % des facturations du secteur).

Cette distorsion entre branche et secteur en 1971, résulte de la présence, cette année-là, dans le secteur eaux minérales, d'une grande firme (le groupe Perrier), réalisant une activité secondaire importante dans le domaine des produits laitiers.

Inversement à partir de 1972, le groupe Perrier devrait être classé dans le secteur des produits laitiers, et une partie notable de la branche eaux minérales ne serait plus réalisée dans le secteur correspondant.

Boissons gazeuses, sirops :

C'est la situation inverse de celle des eaux minérales qui caractérise ce second sous-secteur :

- l'activité des firmes du secteur est très spécialisée, puisque l'activité principale représente plus de 90 % des facturations du secteur, aussi bien en 1968 qu'en 1971.
- par contre la branche d'activité boissons gazeuses, sirops n'est que très partiellement concentrée dans le secteur correspondant (50 % environ), et occupe une place importante dans d'autres secteurs : 20 à 25 % dans le secteur de la brasserie, 10 à 15 % dans le secteur des spiritueux, 5 à 6 % dans le secteur des eaux minérales.

Jus de fruits :

La structure est intermédiaire de celle des deux sous-secteurs précédents :

- le secteur est moins spécialisé que celui des boissons gazeuses, mais cette spécialisation s'accroît sensiblement entre 1968 et 1971.
- la branche est moins concentrée dans le secteur correspondant, que dans le cas des eaux minérales, et cet éclatement de l'activité entre plusieurs secteurs s'accroît entre 1968 et 1971.  
En 1971, 15 % des facturations de la branche jus de fruits sont réalisées dans le secteur des spiritueux, 11,5 % dans divers autres secteurs, et 5,4 % dans le secteur des eaux minérales.

Les conséquences de cette structure du champ d'observation, pour la méthodologie de notre analyse, sont les suivantes :

- le secteur peut être considéré comme une approximation relativement juste de l'activité correspondante, dans le cas des eaux minérales et des jus de fruits.
- le secteur n'est pas, dans le cas des boissons gazeuses et sirops, une bonne représentation de l'activité (puisque ne s'y réalise que la moitié environ du chiffre d'affaires). Il n'en est qu'un sous-ensemble, qui par contre présente l'avantage d'être très spécialisé.

Dans le présent chapitre l'analyse de la structure des trois sous-secteurs, doit donc être relativisée en fonction des remarques précédentes. Par contre, dans le chapitre suivant, l'analyse de la concentration pourra se libérer des présentes contraintes, grâce à la fois à la structure des indices de Linda, et aux méthodes de consolidation des sociétés et filiales, qui permettent de ramener au niveau du secteur les principales firmes, même si elles sont rattachées à des structures de holding extérieures au secteur.

II. PLACE DES BOISSONS NON ALCOOLISEES DANS L'ENSEMBLE DES BOISSONS, ET DANS LES I.A.A.

1. Le secteur

Le tableau III de l'annexe indique l'importance comparée des divers secteurs des boissons (nombre d'entreprises de plus de 5 salariés, et chiffre d'affaire correspondant) pour les années 1968 - 1971 et 1973.

Les données relatives aux boissons non alcoolisées sont regroupées ci-après :

PLACE DU SECTEUR DES BOISSONS NON ALCOOLISEES DANS L'ENSEMBLE DES BOISSONS

		Nombre d'entreprises de + de 5 salariés		Chiffre d'affaires		C.A. moyen par entreprise
			%		%	
Eaux minérales	1968	35	6,3	638.513	8,6	18.243
	1971	27	5,3	1.153.344	10,6	42.716
	1973	31	6,3	1.491.029	10,2	48.098
Boissons gazeuses, sirops.	1968	103	18,6	381.668	5,2	3.705
	1971	101	19,6	638.936	5,9	6.326
	1973	84	17,0	927.559	6,3	11.042
Jus de fruits	1968	22	4,0	299.003	4,0	13.591
	1971	22	4,3	335.031	3,1	15.229
	1973	20	4,1	496.654	3,4	24.833
Total boissons non alcoolisées	1968	160	28,9	1.319.184	17,8	8.245
	1971	150	29,2	2.127.311	19,6	14.182
	1973	135	27,3	2.915.242	19,9	21.594
Total boissons.	1968	554	100,0	7.407.920	100,0	13.372
	1971	514	100,0	10.909.056	100,0	21.223
	1973	495	100,0	14.686.783	100,0	29.670

Ce tableau appelle les remarques suivantes :

- le secteur des B.N.A. (boissons non alcoolisées) regroupe approximativement 30 % des entreprises du secteur des boissons, mais il ne réalise que un peu moins de 20 % du chiffre d'affaires.  
On constate en effet que le chiffre d'affaires moyen par entreprise, est sensiblement plus faible (de 40 % en 1968, de 27 % en 1973) dans le secteur des B.N.A. que pour l'ensemble des boissons.

Cette caractéristique du secteur des BNA est due essentiellement à la structure du sous secteur des boissons gazeuses qui, regroupant près de 20 % des firmes de l'ensemble des boissons, ne réalise que 5 à 6 % du chiffre d'affaires.

Il existe en effet un nombre élevé de petites et moyennes entreprises de fabrication de limonades et boissons gazeuses, bien qu'un phénomène sensible de concentration apparaisse dans ce sous secteur : le nombre des entreprises y a diminué de 23 % entre 1968 et 1973, le chiffre d'affaire moyen a été multiplié par 3 ( et seulement par 2 dans le secteur d'ensemble des boissons).

... A l'inverse le sous secteur des eaux minérales présente une structure sensiblement plus concentrée que l'ensemble du secteur des boissons : en 1973, il réalise 10, 2% du chiffre d'affaire total, avec seulement 63 % des entreprises ; le chiffre d'affaire moyen par entreprise est 1, 6 fois plus élevé que pour l'ensemble.

.... Le sous secteur des jus de fruits, avec une vingtaine d'entreprises seulement, a une structure comparable à celle de l'ensemble du secteur des boissons.

Remarque méthodologique

Les données qui viennent d'être analysées ne concernent que les entreprises de plus de cinq salariés, les données globales des secteurs n'étant disponibles que pour les années 1968 et 1969.

Cette analyse n'est pas pleinement significative de l'ensemble de chaque secteur.

On peut estimer le biais ainsi créé en comparant, pour 1968 et 1969, les entreprises de plus de 5 salariés, à l'ensemble du secteur :

Secteur des boissons non alcoolisées

Part des entreprises de plus de cinq salariés dans le secteur

unité : %

	Eaux minérales		Boissons gazeuses, sirops		Jus de fruits		Boissons non alcoolisées	
	1968	1969	1968	1969	1968	1969	1968	1969
Nombre d'entreprises	94, 6	100	87, 2	92, 4	73, 3	88, 4	86, 5	93, 4
Facturations	81, 3	100	98, 3	98, 9	81, 6	81, 6	85, 7	96, 0

Pour l'ensemble du secteur des boissons non alcoolisées, la représentativité des entreprises de plus de 5 salariés, est supérieure à 85 % en 1968, et à 93 % en 1969.

Selon les sous secteurs elle est variable :

En 1968 elle est bonne pour les boissons gazeuses, et les eaux minérales, médiocre pour les jus de fruits (27 % des entreprises y ont moins de cinq salariés).

En 1969, la concordance s'améliore sensiblement dans les trois sous secteurs, sauf pour la variable facturations dans le sous secteur des jus de fruits.

## 2. La branche

Le tableau IV de l'annexe 1 fournit, pour les années 1968 et 1971, les données des branches de l'industrie des boissons, pour les variables : nombre d'unités d'activité économique (entreprise ou fraction d'entreprise de la branche), et facturations. Pour des raisons statistiques, l'année 1968 concerne l'ensemble des entreprises, l'année 1971 les entreprises de plus de cinq salariés seulement. La comparaison entre les deux années est donc peu significative.

Les données de ce tableau sont regroupées ci-après.

### Importance comparée des différentes branches des boissons

		Nbre d'unités d'activité économique U.A.E	%	Chiffre d'affaires	%	CA moyen par U.A.E.
Eaux minérales	1968	84	6,3	448 933	6,7	5 344
	1971	44	4,9	841 451	8,6	19 123
Boissons gazeuses, sirops	1968	361	27,0	558 810	8,3	1 548
	1971	224	24,6	877 780	9,0	3 918
Jus de fruits	1968	76	5,7	313 401	4,7	4 123
	1971	65	7,2	375 424	3,9	5 776
Boissons non alcoolisées	1968	521	39,0	1 321 144	19,7	2 535
	1971	333	36,7	2 094 655	21,5	6 290
Ensemble boissons	1968	1 333	100,0	6 700 817	100,0	5 026
	1971	906	100,0	9 748 149	100,0	10 759

On retrouve, au niveau de la branche, certaines caractéristiques mises en évidence au niveau du secteur :

. La dimension moyenne de l'unité de production de la branche des B.N.A. est sensiblement plus faible que pour l'ensemble des boissons.

Cet écart est d'ailleurs beaucoup plus marqué pour la branche que pour le secteur.

.. La faible concentration de l'activité de production des boissons gazeuses est flagrante, puisque la dimension moyenne de l'unité de production est, en 1971, environ deux fois plus faible que celle de l'ensemble des boissons.

- On note qu'en moyenne le nombre d'unités d'activités économiques de la branche, est le double environ du nombre d'entreprises du secteur. Dans le sous-secteur des jus de fruits ce rapport passe à trois (22 entreprises contre 65 UAE en 1971); comme la part du chiffre d'affaire de cette branche réalisée dans le secteur correspondant est de 67 % en 1971, cela signifie que les 33 % restant sont

réalisés par une quarantaine de petits ateliers de production répartis dans divers secteurs.

### III. REPARTITION DES ENTREPRISES SELON LA TAILLE

Le tableau 10 donne, pour le secteur des boissons non alcoolisées, et pour les années 1968 et 1972, la répartition par tranches de dimension (exprimée en nombre de salariés) des données de structures suivantes : nombre d'entreprises, chiffre d'affaires, nombre de salariés, chiffre d'affaires moyen par entreprise.

On peut en retenir les informations suivantes :

- Le secteur des B.N.A. est très concentré : 2 % des entreprises (c'est à-dire 3 entreprises) réalisent plus de 50 % du chiffre d'affaires du secteur, alors qu'à l'opposé, en 1968, 83 % des entreprises ne réalisent que 17 % du chiffre d'affaires.

- Cette concentration a tendance à s'accroître entre 1968 et 1972 :  
En 1968, 3,3 % des entreprises ont plus de 200 salariés, et réalisent 58,5 % du chiffre d'affaires du secteur.  
En 1972, en nombre elles sont passées à 7,2 %, et en part du chiffre d'affaires à 71,6 %.

- L'analyse de la répartition des salariés fait apparaître les mêmes tendances oligopolistiques au sein du secteur.

- Il semble que la productivité apparente du travail soit, du moins en 1972, plus forte dans les entreprises de moins de 500 salariés (32,8 % des salariés du secteur pour 39,3 % du chiffre d'affaires) que dans les grandes entreprises de plus de 500 salariés (67,2 % des salariés du secteur pour 60,7 % du chiffre d'affaires). Il est vraisemblable que les services administratifs ou commerciaux soient proportionnellement plus importants dans cette seconde catégorie de firmes.

TABLEAU 10

REPARTITION DES ENTREPRISES DU SECTEUR DES BOISSONS NON ALCOOLISEES PAR TRANCHE DE DIMENSION (%)

Tranches de salariés variables	Année	6-9	10-19	20-49	50-99	100-199	200-499	500-100	1000	Ensemble Valeur	%
Nombre d'entreprises	68	-	44,4	38,6	8,5	5,2	1,3	-	2,0	153	100,0
	72	16,9	23,6	33,8	14,2	4,7	3,8	1,4	2,0	148	100,0
Chiffre d'affaires	68	-	5,9	11,1	11,4	13,1	5,1	-	53,4	1 612 896	100,0
	72	1,5	3,0	10,2	7,5	6,3	10,9	4,3	56,4	3 763 220	100,0
Salariés	68	-	5,3	13,1	7,1	10,5	4,1	-	59,9	14 545	100,0
	72	0,9	2,8	8,6	7,7	4,8	7,9	8,0	59,2	18 682	100,0
Chif.d'aff.moy. par entreprise	68	-	1.343	3.070	14.237	26.714	39.413	-	317 391	11 126	-
	72	2178	3 193	7 640	13 517	33 895	82 261	80 709	707 066	25 427	-
Evolution 1972/1968	72	-	236	249	95	127	209	-	223	229	-
	68										

Source : SCEES  
Enquête directe



B. ANALYSE DE LA CONCENTRATION ET DE LA CONCURRENCE



CHAPITRE V :

ANALYSE QUANTITATIVE DE LA CONCENTRATION

Il s'agit ici d'affiner l'analyse précédente concernant la structure du secteur et son évolution. L'utilisation des indices et des courbes de LINDA nous permet la mesure de la concentration. Cette analyse est basée sur l'individualisation et la hiérarchisation des firmes (cf. méthodologie de l'indice en annexe).

Dans notre étude nous considérons comme une entreprise unique le groupe économique constitué, dans le secteur, par toutes les entreprises rattachées à un même centre de décision. Les critères d'agrégation utilisés ne correspondent pas à une norme fixe de pourcentage de participation, mais utilisent un faisceau d'éléments divers permettant d'apprécier le degré réel d'autonomie des firmes.

L'analyse portera sur la période 1968-1974.

I - L'ECHANTILLON DES FIRMES

Dans ce qui suit nous étudierons l'ensemble du secteur des boissons non alcoolisées sans distinguer, du moins au niveau de l'analyse purement quantitative, les trois sous-secteurs observés précédemment. La raison la plus évidente en est que la plupart des firmes du secteur se situent simultanément sur le marché de plusieurs boissons non alcoolisées.

Nous présentons dans le tableau ci-après la structure de l'échantillon des firmes retenu pour l'analyse quantitative, ainsi que le degré de sa représentativité au regard de chaque variable étudiée.

Variables	1968		1974	
	Nombre de firmes	% du secteur dans chaque variable	Nombre de firmes	% du secteur dans chaque variable
Chiffre d'affaires	9	60,6	8	69,2
Effectifs	9	61,6	8	76,9
Bénéfice net	9	(1)	8	(1)
Cash flow	9	(1)	8	(1)
Capitaux propres	9	(1)	8	(1)
Valeur ajoutée	9	53,0	8	(1)

(1) Les données relatives aux variables correspondantes ne sont pas disponibles pour l'ensemble du secteur. On admettra que la représentativité de ces variables est comparable à celle des autres.

TABLEAU 11  
EVOLUTION DES PARTS DE MARCHÉ  
BOISSONS NON ALCOOLISÉES

Source : Enquête directe

Rang	1968		1969		1970		1971		1972		1973		1974	
	Firmes	Part %												
1	Perrier	31,6	Perrier	32,2	Perrier	26,0	Perrier	28,3	Perrier	31,2	Perrier	28,0	Perrier	26,7
2	Evian	13,6	Evian	11,9	Evian	17,2	Evian	16,2	Evian	15,7	Vittel	12,3	Vittel	12,2
3	Vittel	8,2	Vittel	11,7	Vittel	11,1	Vittel	12,2	Vittel	9,5	Vittel	11,4	Evian	10,8
4	Schweppes	4,0	Schweppes	3,8	J.F.A.	2,8	J.F.A.	2,7	J.F.A.	2,6	J.F.A.	3,6	J.F.A.	3,9
5	SPBG	3,4	SPBG	3,3	Schweppes	2,8	Schweppes	2,5	SPBG	2,4	SPBG	3,5	Volvic	3,6
6	JFA	2,7	JFA	3,0	SPBG	2,6	SPBG	2,5	Schweppes	2,2	Schweppes	3,0	SPBG	3,6
7	VJF	2,2	VJF	2,1	VJF	1,8	VJF	1,8	VJF	1,8	Volvic	2,8	Teisseire	3,5
8	Teisseire	1,7	Volvic	1,9	Teisseire	1,5	Volvic	1,8	Teisseire	1,8	Teisseire	2,6	Schweppes	2,6
9	Volvic	1,7	Volvic	1,6	Volvic	1,3	Teisseire	1,7	VJF	1,7	VJF	2,2	VJF	2,4
		69,1		71,5		67,1		69,7		68,9		69,4		69,3

Secteur 1612896 100,0 1621466 100,0 2610388 100,0 3055428 100,0 3763220 100,0 3439985 100,0 3513650 100,0

(CA ttc  
en 1 000 F)

Nombre de firmes 160

153

150

148

135

129

Ces chiffres soulignent la part importante des premières entreprises dans l'ensemble du secteur, quelles que soient les variables étudiées. Ils confirment aussi la validité de l'échantillon retenu pour l'analyse de la concentration du secteur (cf. méthodologie en annexe).

Le tableau 11 indique l'évolution du classement des firmes de tête du secteur, en fonction de leurs parts de marché. Il permet d'identifier les entreprises qui seront étudiées dans le présent chapitre. L'analyse de leurs structures et de leurs performances sera reprise dans le chapitre VI.

Il convient de noter que les chiffres d'affaires du secteur figurant dans ce tableau ne coïncident pas avec ceux du tableau III de l'annexe 1. En effet, les règles de consolidation que nous avons adoptées pour l'étude de la concentration ne sont pas les mêmes que celles du SCEES et notamment pour les firmes les plus importantes, des différences apparaissent.

## II - MESURE DE LA CONCENTRATION : LES COURBES STRUCTURELLES DE LINDA

L'étude de la concentration selon la méthode de Linda se fait à partir de l'analyse des sept variables énumérées au tableau précédent, et que l'on peut regrouper en deux catégories :

- les variables de structure : le chiffre d'affaires, le nombre de salariés, les capitaux propres et la valeur ajoutée.
  - . le chiffre d'affaires, dans la mesure où il peut être calculé en valeur relative dans l'ensemble du secteur, c'est-à-dire en part de marché, est aussi un indicateur de concurrence.
  - .. les capitaux propres représentent le potentiel de production de l'entreprise, ou du moins sa contre-partie financière. Il exprime à la fois la capacité productive technique (immobilisations), et financière (immobilisations incorporelles).
  - ... la valeur ajoutée, qui renseigne sur le degré de transformation du produit, ou sur la quantité de services incorporés, synthétise aussi les potentialités de résultats que peut obtenir l'entreprise.
- les variables de résultats : le cash flow, le bénéfice net.
  - . le bénéfice net (ou perte nette) représente le solde comptable de l'activité de l'exercice (y compris le solde des pertes et profits).
  - .. le cash-flow, ajoute au résultat précédent, l'auto-financement de l'entreprise qui a été comptabilisé en charges d'exploitation (provisions et amortissements). Il représente donc le véritable enrichissement (autofinancement ou dividendes).

### A. LA MESURE DE LA CONCENTRATION

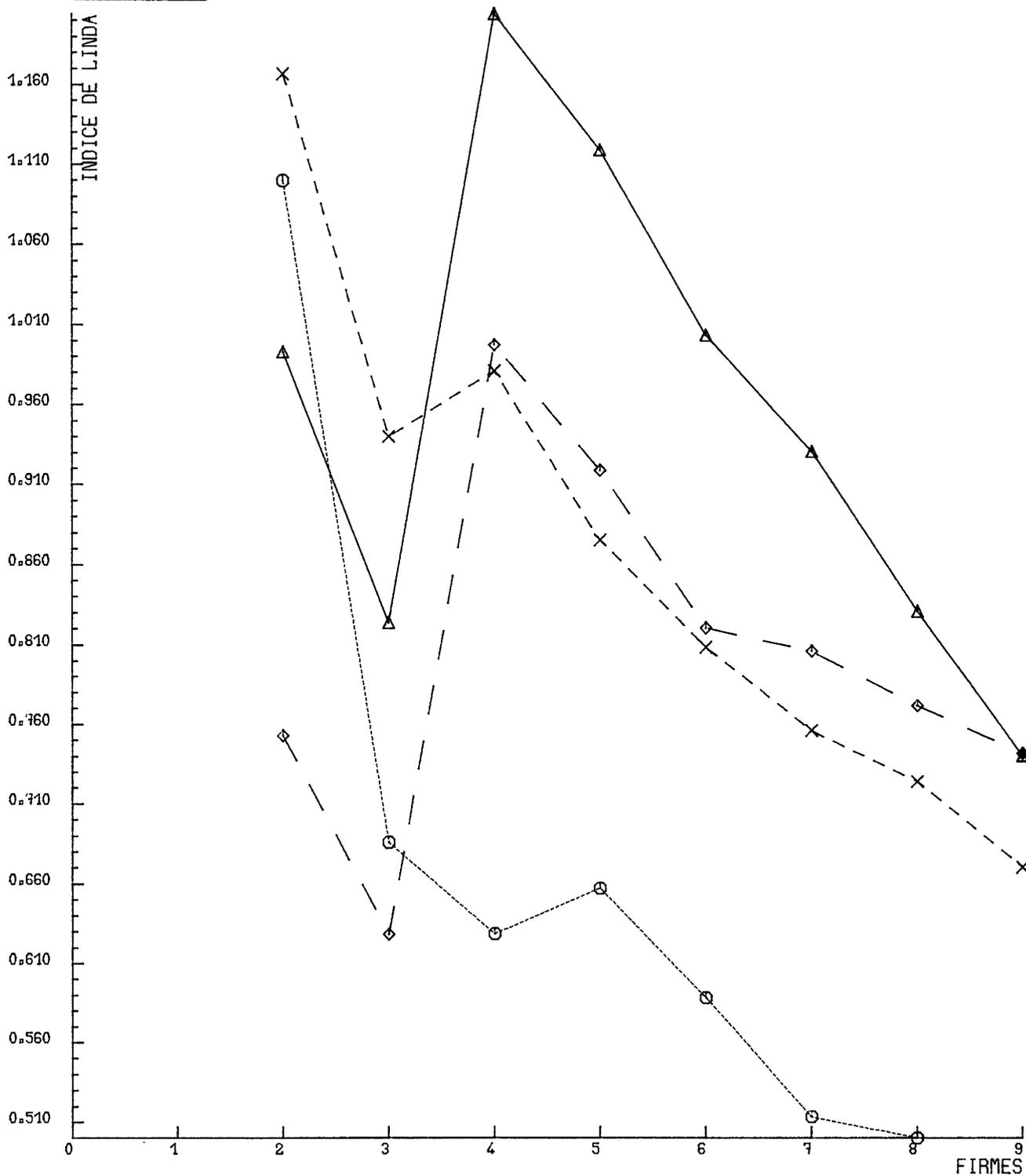
#### 1. La concentration des structures

Nous l'analyserons aux deux limites de la période étudiée, soit 1968 et 1974, afin d'en déduire les premiers éléments sur la dynamique du processus de concentration (graphiques n° 5 à 10).

# CHIFFRE D'AFFAIRE

- 1974
- △ 1972
- ◇ 1970
- × 1968

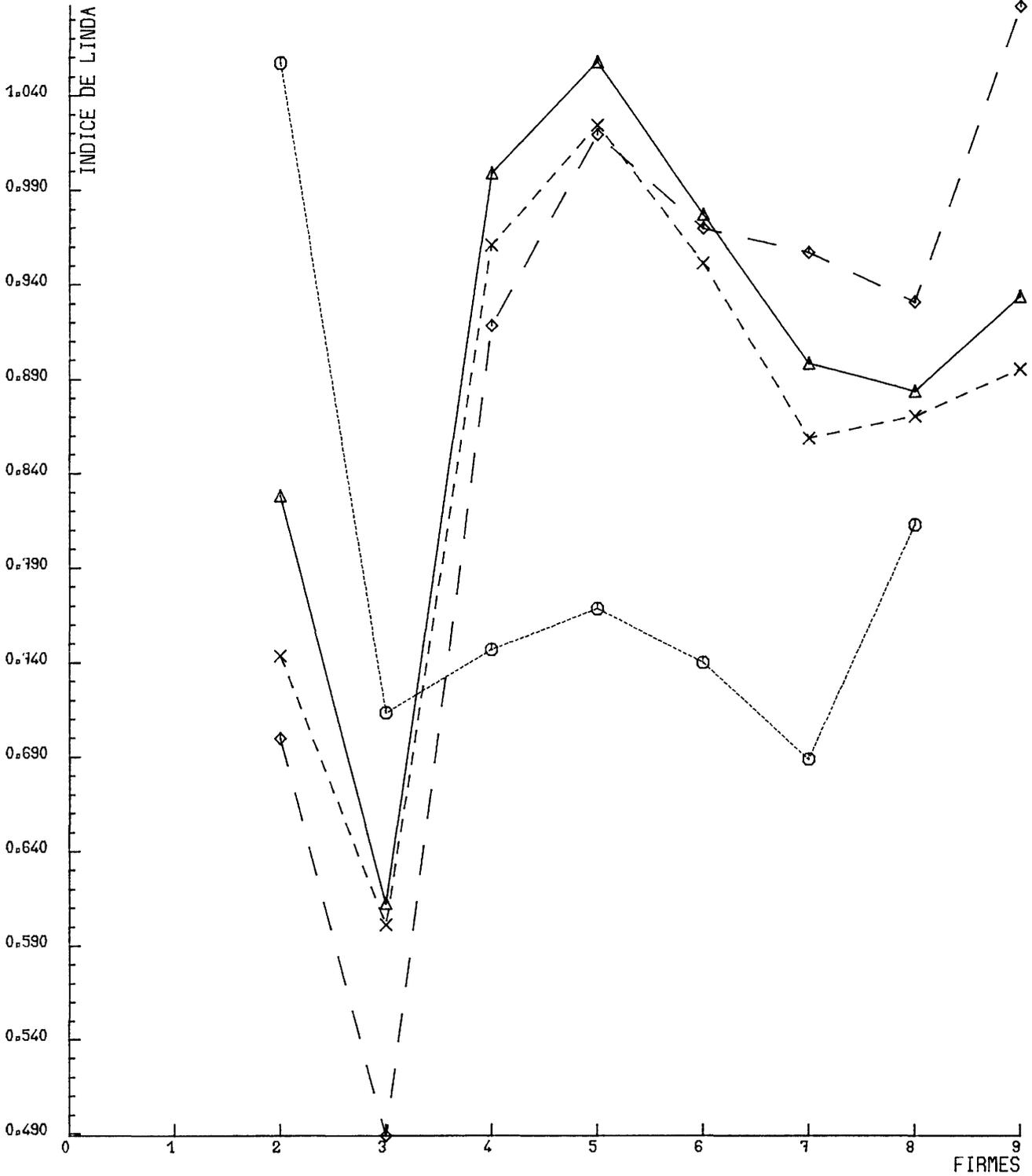
GRAPHIQUE 5



# EFFECTIF SALARIES

- 1974
- △ 1972
- ◇ 1970
- × 1968

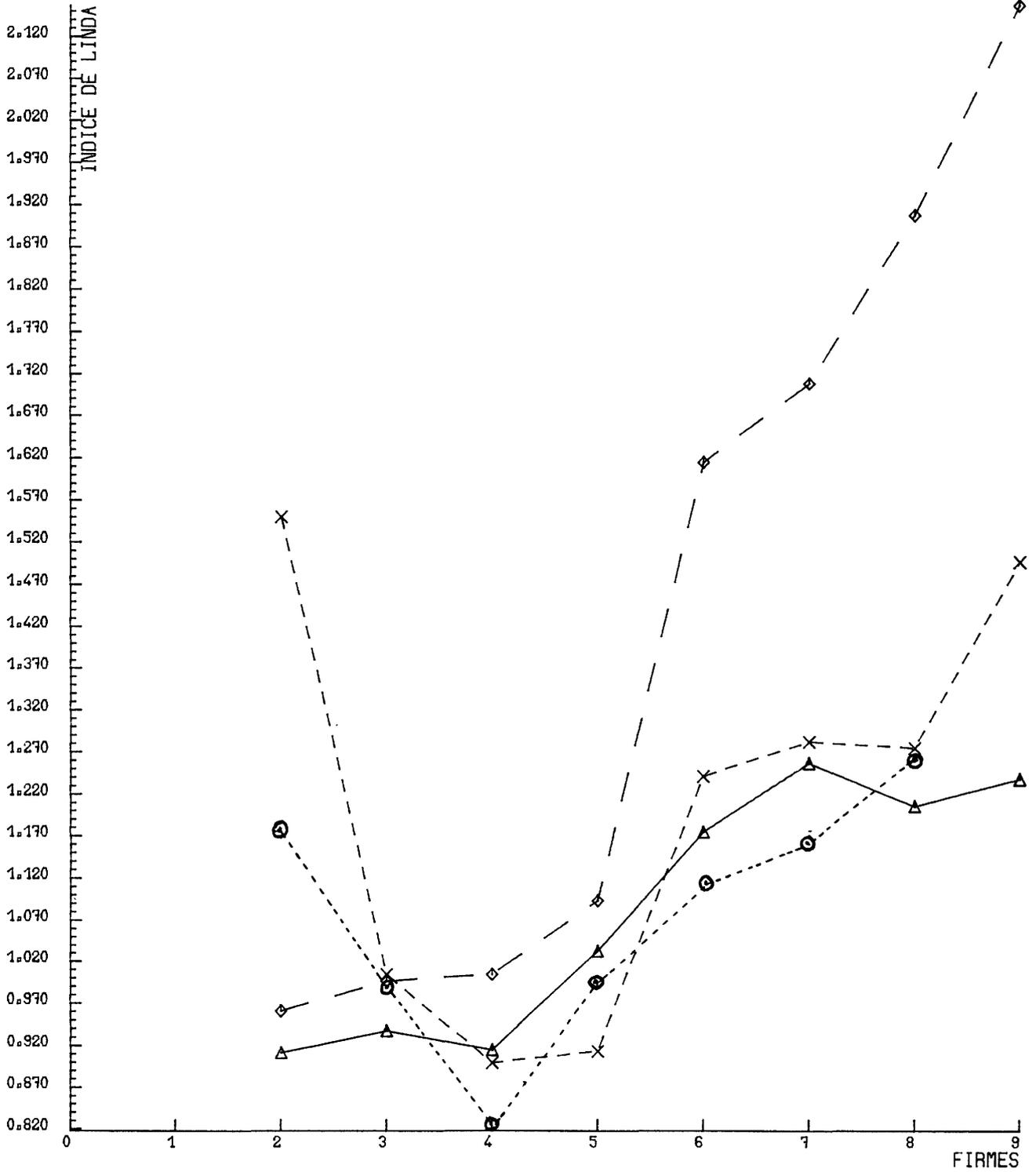
GRAPHIQUE 6



# CAPITAUX PROPRES

- 1974
- △ 1972
- ◇ 1970
- × 1968

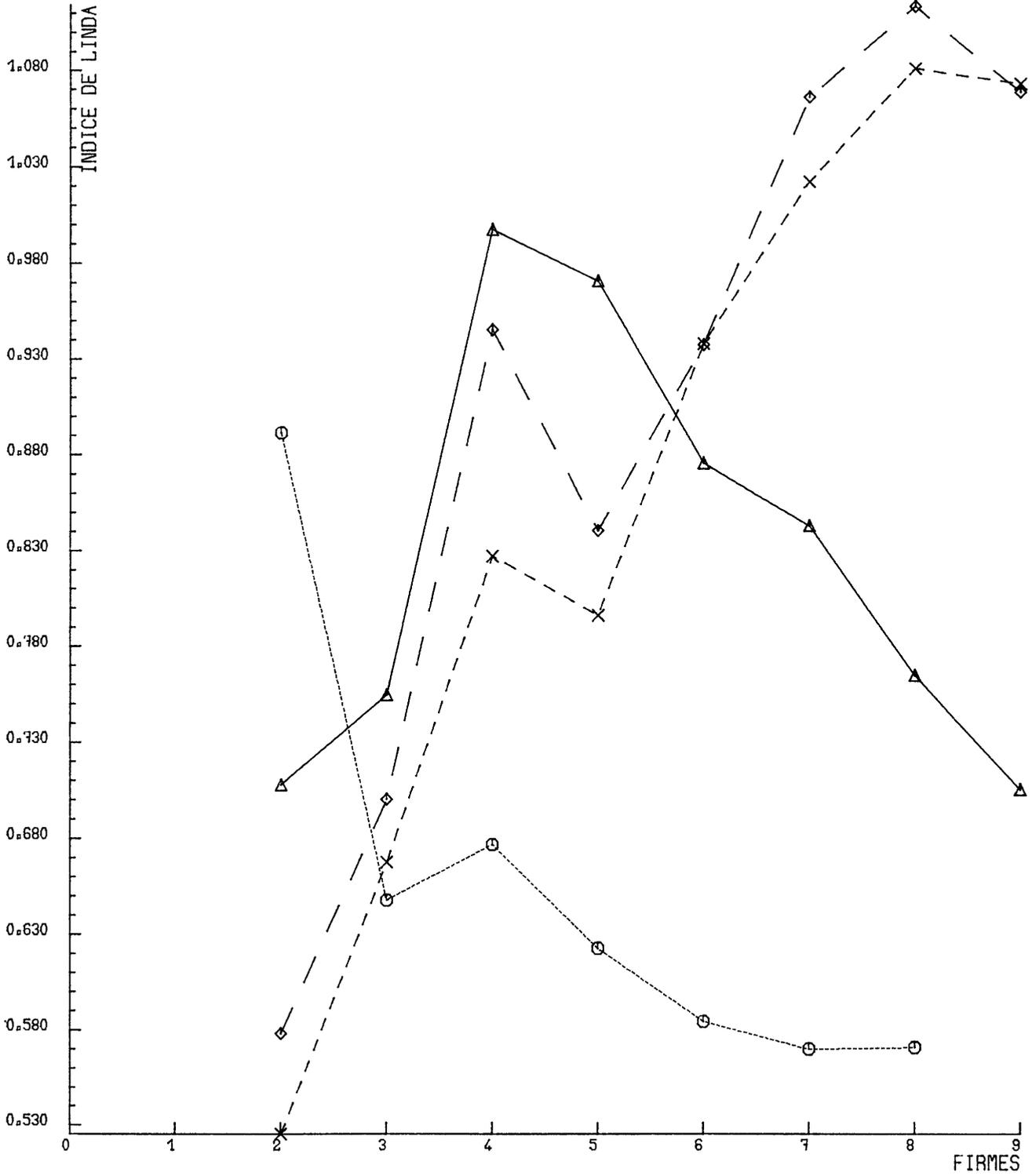
GRAPHIQUE 7



# VALEUR AJOUTEE

- ⊙ 1974
- △ 1972
- ◇ 1970
- × 1968

GRAPHIQUE 8



a) Chiffre d'affaires

- . En 1968, l'arène oligopolistique comporte trois firmes (Perrier, Evian, Vittel), l'écart de dimension entre la première et la deuxième étant important (le chiffre d'affaires de Perrier est 2,3 fois celui d'Evian).

La valeur de  $L_S$  est elle-même élevée :  $L_S = 1,05$  correspondant à une structure à tendance nettement monopolistique.

- . En 1974, l'arène s'élargit à 4 firmes, l'écart entre les deux premières restant au même niveau qu'en 1968, soit 2,2.

L'élargissement de l'arène résulte de la fusion, en fin 1973 de deux firmes moyennes (en fait il s'agit de la prise de contrôle par le groupe Pernod-Ricard, des deux entreprises : JFA Pampryl et Société Parisienne des Boissons Gazeuses). Le nouveau groupe ainsi constitué acquiert une dimension qui l'intègre à l'arène oligopolistique, du point de vue des parts de marché.

Compte tenu de l'entrée de cette quatrième entreprise dans l'arène, la tendance monopolistique est un peu moins marquée qu'en 1968 ( $L_S = 0,80$ ) mais le déséquilibre de l'oligopole reste très important, notamment entre la première firme et les suivantes.

- . Sur l'ensemble de la période la place de l'arène oligopolistique dans l'ensemble du secteur est restée constante, au niveau des trois premières firmes, sauf pour la dernière année.

Par contre les rapports de domination entre les deux firmes leaders semblent avoir évolué, avec une phase nettement monopolistique en 1968-1969, puis un brusque rééquilibrage en 1970, qui s'estompe lentement jusqu'en 1974, pour aboutir de nouveau à une structure très déséquilibrée (bien que moins nette en 1974 qu'en 1973, en raison de l'élargissement de l'arène).

Ces modifications correspondent à une double évolution :

- la deuxième firme du Secteur Evian, a doublé son chiffre d'affaires en 1970, à la suite d'une série de fusions et d'absorptions, ce qui explique le rééquilibrage par rapport à la firme leader ;
- en 1973 à la fois pour Perrier et pour Evian, des modifications de structure interne entraînent une baisse du chiffre d'affaires, en francs courants (pour Perrier l'activité de distribution n'apparaît plus, de même pour Evian l'activité du département "Produits diététiques" est rétrocédée à une filiale de B.S.N.).

b) Effectif salarié

D'une façon générale, la physionomie de la concentration du secteur au regard de cette variable est identique à celle constatée pour la variable chiffre d'affaires, bien que de façon beaucoup moins irrégulière.

L'existence d'une arène oligopolistique nettement marquée au niveau des trois premières firmes (la coupure avec la frange est beaucoup plus nette que dans le cas du chiffre d'affaires et en 1974 le nouveau groupe reste extérieur à l'arène) est complétée par une structure déséquilibrée au sein de cette arène. La tendance monopolistique s'accroît nettement au cours de la période, les valeurs-clés ( $L_2 = 1,05$  et  $L_S = 0,89$ ) situant le secteur au même niveau de déséquilibre que dans le cas du chiffre d'affaires.

On peut noter que pour la variable "effectif salariés", une nouvelle coupure intervient après la huitième firme (ce qui n'apparaît pas pour le chiffre d'affaires), tendant à indiquer un déséquilibre au sein de la frange du secteur.

#### c) Capitaux propres

La caractéristique essentielle qu'il convient de retenir pour cette variable, est que la coupure entre les firmes de l'arène et les premières firmes de la frange n'est pas nette. Il en résulte une modification de l'amplitude de l'arène qui, selon les années, varie de 2 à 4 firmes.

La répartition du pouvoir, en termes de potentiel productif est donc moins nettement déséquilibrée qu'en termes de parts de marchés ou d'effectifs salariés. L'interprétation de cette remarque doit être menée avec prudence car la nature des activités productives est assez hétérogène dans le secteur (eaux minérales, soft-drink, jus de fruits). La moindre inégalité dans la concentration du capital peut donc simplement traduire l'existence de processus de production plus ou moins capitalistiques.

Par ailleurs, la modification du rapport de force entre les deux premières firmes au cours de la période, résulte des mêmes évolutions signalées à propos de la variable chiffre d'affaires.

#### d) Valeur ajoutée

Les réflexions amorcées par l'examen de la concentration des capitaux propres, se trouvent confirmées à propos de la variable valeur ajoutée.

La relative hétérogénéité dans la nature des opérations productives apparaît nettement au travers de la valeur ajoutée.

En particulier, pour cette variable, il n'existe pas entre 1968 et 1973, de déséquilibre marqué entre les deux premières firmes :  $L_2$  varie entre 0,5 (équité) et 0,7. Alors que pour les autres variables, et notamment le chiffre d'affaires, la première firme (Perrier) est, en général, deux fois plus importante que la seconde (Evian), dans le cas de la valeur ajoutée il y a, non seulement, quasi-égalité, mais aussi renversement de la hiérarchie (en 1970). On constate en effet (cf. infra) que le taux de valeur ajoutée par rapport au chiffre d'affaires est de une fois et demie à deux fois plus élevé pour Evian que pour Perrier. Ceci tient à la nature des activités réalisées, et notamment à la présence du département "Produits diététiques" chez Evian. En 1974, après la rétrocession de ce département à une filiale de BSN, le déséquilibre structurel entre Perrier et Evian réapparaît, comparable à ce qu'il est pour les autres variables de structure.

De 1968 à 1972, l'arène est limitée à deux entreprises, la coupure avec les suivantes étant très marquée. En 1973 et 1974, en même temps que l'arène s'élargit à trois firmes, l'écart par rapport aux suivantes se réduit.

## 2. La concentration des résultats (graphiques 9 et 10)

### a) Le bénéfice net

Deux périodes nettement distinctes doivent être distinguées dans l'étude de la concentration des résultats, mesurés par le bénéfice net :

. de 1968 à 1970, l'arène, qui comprend 4 firmes, traduit une situation d'oligopole à tendance monopolistique ( $L_2$  varie entre 1,0 et 1,4 ;  $L_S$  entre 0,8 et 0,9). La coupure après l'arène n'est pas très nette.

. de 1971 à 1974, le fait remarquable est que la première firme atteint une situation de quasi monopole, en réalisant, à elle seule, de 53 à 67 % de l'ensemble des bénéfices nets de l'échantillon ( $L_2$  varie entre 1,20 et 2,37 ;  $L_S$  entre 1,18 et 1,92).

Dans ces conditions l'arène, qui englobe de 2 à 5 firmes selon les années, n'est plus véritablement une arène oligopolistique, mais seulement la délimitation des firmes possédant un pouvoir compensateur à l'égard de la firme leader.

Il convient de noter que, en 1974, seules les cinq premières firmes de l'échantillon ont des résultats positifs.

### b) Le cash-flow

Du point de vue de la répartition du cash-flow on note une évolution remarquablement régulière au cours de la période :

d'une situation d'oligopole équilibré en 1968 (arène de trois firmes, de taille sensiblement égale :  $L_2 = 0,6$  et  $L_S = 0,5$ ), la structure de l'échantillon évolue pour aboutir en 1974 à une situation d'oligopole très déséquilibré (deux firmes dans l'arène,  $L_2 = 1,16$  ;  $L_S = 1,16$ ) à tendance monopolistique.

## 3. La hiérarchie des variables

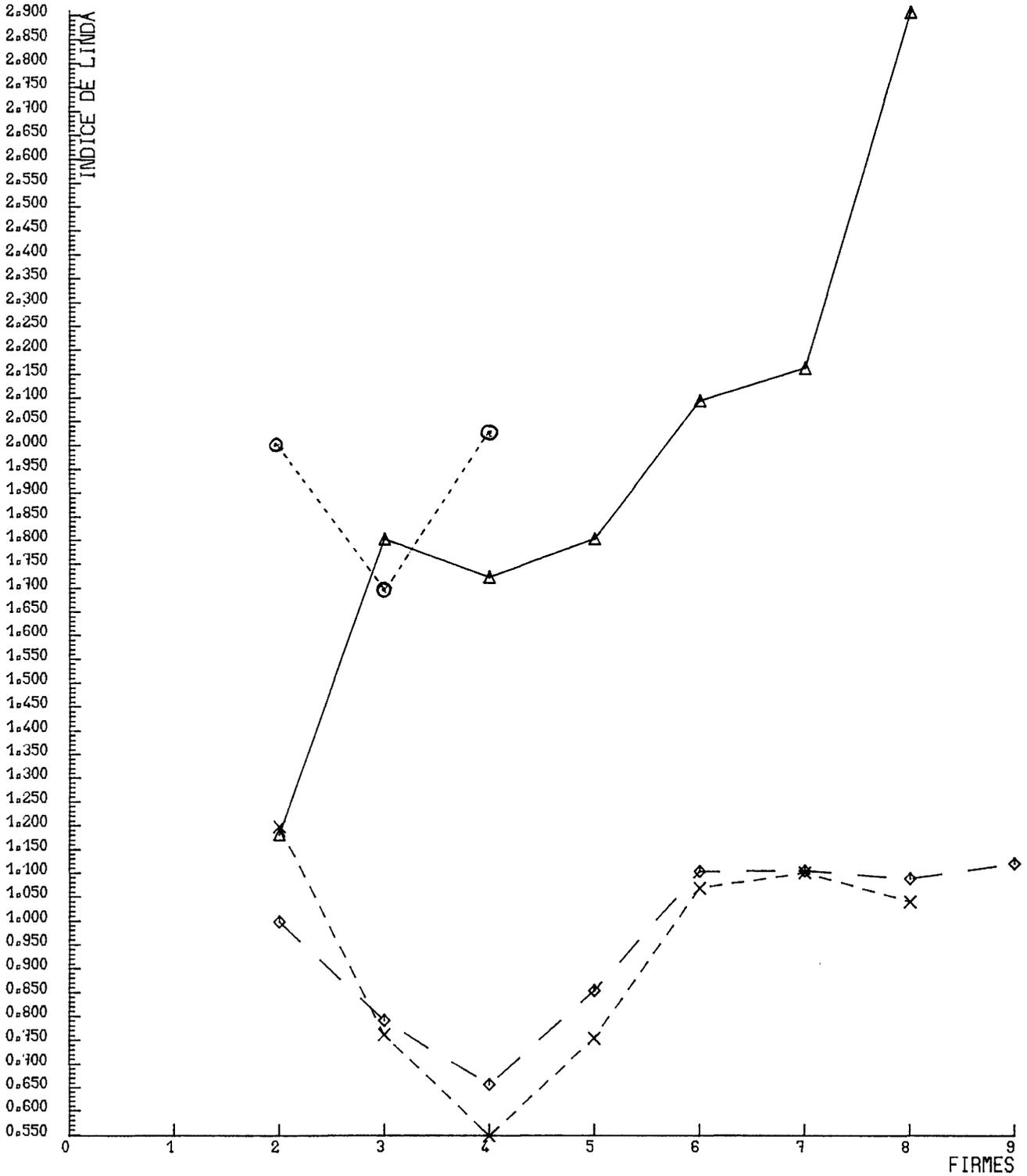
Si l'on récapitule les observations effectuées pour les diverses variables, on retiendra les éléments de synthèse suivants :

	n*	n <sub>m</sub>		L <sub>nm</sub>		L <sub>S</sub>	
		1968	1974	1968	1974	1968	1974
Chiffre d'affaires	9	3	4	0,94	0,69	1,05	0,80
Salariés	9	3	3	0,60	0,71	0,67	0,89
Capitaux propres	9	4	4	0,90	0,91	1,15	1,00
Valeur ajoutée	9	2	3	0,53	0,65	0,53	0,77
Bénéfice net	9	4	3	0,55	1,41	0,84	1,85
Cash flow	9	3	2	0,41	1,16	0,50	1,16

# BENEFICE NET

- ⊙ 1974
- △ 1972
- ◇ 1970
- × 1968

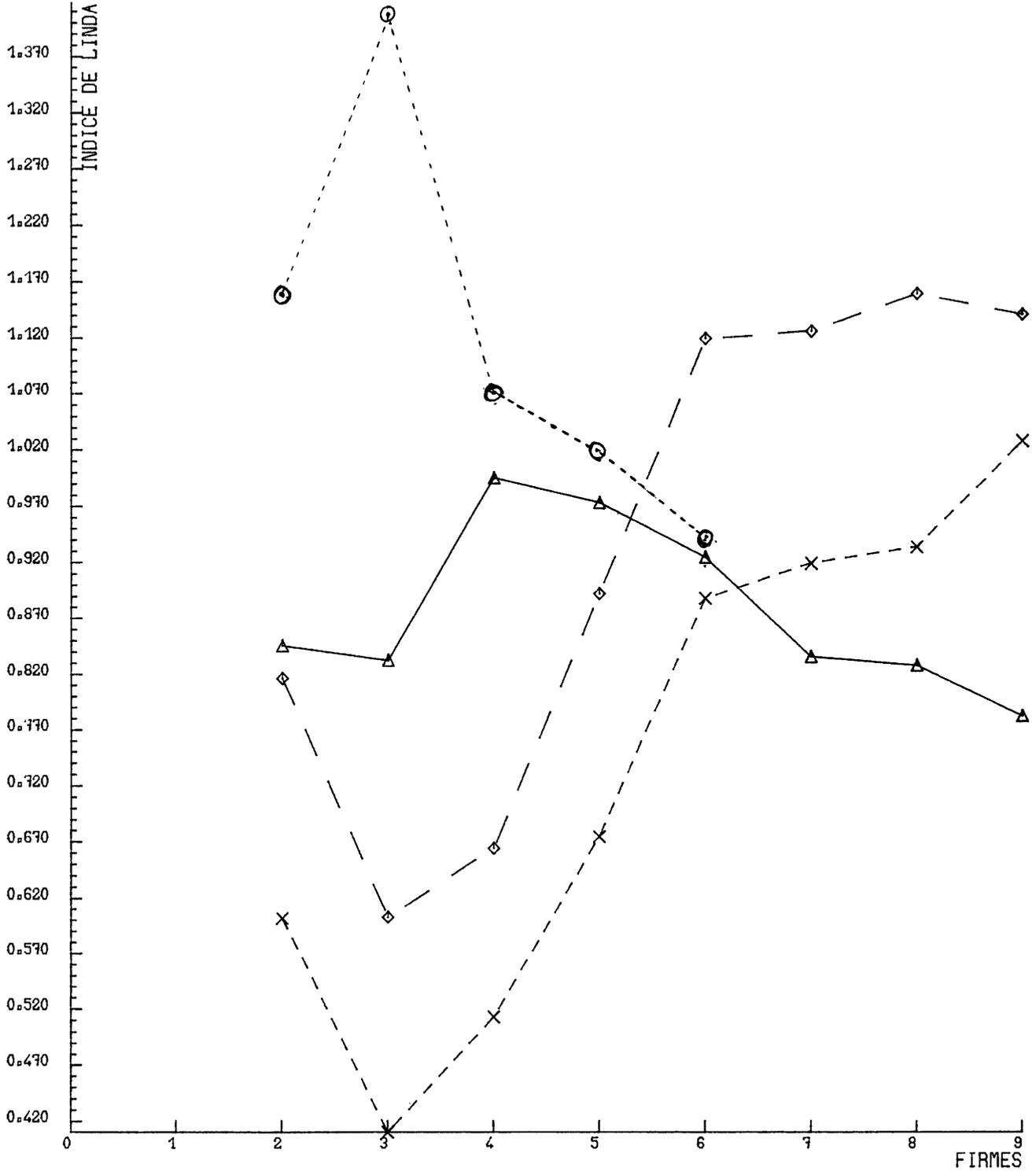
GRAPHIQUE 9



# CASH FLOW

- ⊙ 1974
- △ 1972
- ◇ 1970
- × 1968

GRAPHIQUE 10



Le secteur des boissons non alcoolisées est, de façon générale, un secteur concentré à très concentré.

Au niveau des structures on note une arène oligopolistique réduite (trois firmes, quatre au maximum), assez nettement détachée par rapport au reste du secteur, et au sein de laquelle deux firmes leaders s'affirment significativement, la première tendant à acquérir une situation monopolistique.

La relative variété des produits élaborés rend difficile l'analyse sur le plan des capitaux propres et de la valeur ajoutée qui reflètent assez fidèlement l'hétérogénéité des opérations productives.

Au niveau des résultats, les réserves faites à propos des capitaux et surtout la valeur ajoutée, sont partiellement applicables à la variable cash-flow. Le relatif équilibre de l'arène oligopolistique fait donc apparaître des possibilités d'accumulation du capital pour les trois premières firmes, plus égales que ce que laisserait supposer l'étude de la concentration des structures. Cependant, à l'occasion de la réorganisation interne de Perrier et d'Evian, le déséquilibre s'est creusé.

Pour ce qui concerne la répartition des bénéfices, on constate une situation de quasi monopole, puisque la première firme réalise à elle seule 65 % de l'ensemble des bénéfices des firmes de l'échantillon. Il apparaît donc nettement que l'accumulation du capital au niveau des firmes leaders comporte une fraction non négligeable distribuée aux actionnaires, à la fois parce que les grandes sociétés cotées en bourses doivent assurer un minimum de régularité dans les dividendes, mais aussi parce que cela leur permet d'accéder au marché financier pour obtenir des capitaux à de meilleures conditions que les entreprises plus petites. A terme cette dynamique annonce une accentuation des déséquilibres structurels et de la tendance monopolistique.

Le tableau ci-après, établissant la hiérarchie des variables au regard de la mesure de la concentration (cf. Méthodologie en annexe), fait nettement ressortir l'inégale degré de cette concentration selon les variables prises en considération.

C'est au niveau des capitaux propres, puis dans la deuxième moitié de la période, des bénéfices nets, que l'inégalité des distributions est la plus marquée.

Par contre, pour la valeur ajoutée et de façon moindre (mais liée) pour le cash-flow et les effectifs salariés, la répartition apparente des pouvoirs semble moins inégale.

Hiérarchie des variables

années variables	1968	1969	1970	1971	1972	1973	1974
.Chiffre d'affaires	2	2	4	2	2	4	4
.Effectifs	4	4	5	4	5	5	5
.Bénéfice net	2	2	1	1	1	1	1
.Cash-flow	5	5	3	5	3	2	2
.Capitaux propres	1	1	1	3	2	3	2
.Valeur ajoutée	6	6	6	6	6	6	6

B. ANALYSE DYNAMIQUE DE LA CONCENTRATION ET DE LA CONCURRENCE : L'EVOLUTION DE LA SYNTHÈSE COMPENSATOIRE

Le calcul de la synthèse compensatoire  $\Lambda$  permet de mesurer la dynamique interne de l'arène oligopolistique, au cours de la période de référence, soit entre 1968 et 1974.

La dynamique de l'oligopole nous est donnée :

- . d'une part, par la dynamique des structures représentée par les variations de l'indice  $L_S$  ;
- . d'autre part, par la dynamique de la concurrence, représentée par l'évolution de l'indice  $F_{n_m}$  qui est la somme des variations absolues des parts de marché (pourcentages du chiffre d'affaires) de chaque firme constituant l'arène oligopolistique.

L'indice  $\Lambda$  est le rapport, année par année,  $\frac{L_S}{F_{n_m}}$

Le tableau 12 récapitule les différentes valeurs de ces indices. D'une façon générale (et sauf pour 1974) la comparaison des deux indices  $L_S$  et  $F_{n_m}$  fait apparaître (par référence au tableau de la page 12 de l'annexe méthodologique) le haut niveau de rigidité du secteur (dynamisme presque nul :  $F_{n_m} < 0,2$ ), correspondant à l'important déséquilibre des structures (tendances monopolistiques :  $L_S > 0,7$ ).

On notera cependant qu'au cours de l'année 1970 un certain rééquilibrage des structures apparaît, et que la dynamique de la concurrence est assez marquée entre 1969 et 1970. Cette situation ponctuelle correspond à une forte croissance externe de la deuxième firme du secteur, Evian, qui absorbe plusieurs sociétés filiales (cf. infra).

Si l'on prend en considération l'évolution de la synthèse compensatoire  $\Lambda$ , on constate que toutes les valeurs, à l'exception de celle de la période 1969-70, se situent dans la zone orange du "baromètre concurrentiel", caractéristique d'une arène très réduite et très déséquilibrée dans laquelle se développe un pouvoir de domination important, ce qui entraîne la quasi disparition du jeu concurrentiel. A noter que, pour la période 1973-74 la valeur de  $\Lambda$  atteint la zone jaune, traduisant l'existence d'une certaine dynamique des structures. Ce rééquilibrage relatif de l'arène résulte de son élargissement à quatre firmes.

TABLEAU 12 ANALYSE DE LA CONCENTRATION ET DE LA CONCURRENCE DANS LE SECTEUR DES BOISSONS NON ALCOOLISEES

Variable : chiffre d'affaires

Indices Années	n	$\bar{x}$	$n_m$	$L_{n_m}$	$L_s$	$F_{n_m}$
1968	160	9	3	0, 94	1, 05	
1969	152	9	3	0, 77	1, 06	0, 17
1970	151	9	3	0, 63	0, 69	0, 31
1971	150	9	3	0, 63	0, 75	0, 09
1972	148	9	3	0, 82	0, 91	0, 16
1973	135	9	3	0, 69	0, 91	0, 21
1974	128	9	3	0, 69	0, 89	0, 02
						6, 45
						2, 23
						8, 06
						5, 62
						4, 33
						1, 75

CHAPITRE VI :  
ANALYSE QUALITATIVE  
DE LA CONCENTRATION

Afin de préciser les formes concrètes que prend le processus de concentration dans le secteur des boissons non alcoolisées, et d'en dégager la logique, il convient dans un premier temps de décrire et d'analyser la dynamique des entreprises.

I - LA DYNAMIQUE DES ENTREPRISES ET LA CONSTITUTION DES "GROUPES DE DEVELOPPEMENT"

Sur l'ensemble de la période étudiée (1968-1975), la part des neuf entreprises de l'échantillon retenu, varie de 60 à 70 % du secteur pour les variables économiques analysées (notamment le chiffre d'affaires, cf. tableau 11).

Par ailleurs, l'arène oligopolistique regroupant les entreprises disposant d'un réel pouvoir de domination dans le secteur, ne comporte, pour la plupart des années et des variables analysées, que trois firmes : Perrier, Evian, Vittel. Elles réalisent, à elles seules, environ 75 % du chiffre d'affaires total du secteur (cf. tableau 11). L'étude de leur évolution est donc indicative de celle de l'ensemble du secteur.

Cependant, la relative hétérogénéité de ce secteur des boissons non alcoolisées et notamment le fait que les trois premières entreprises réalisent leur activité principale dans le domaine des eaux minérales, bien qu'ayant des activités assez diversifiées, impose que soit analysée aussi la dynamique de firmes de moyenne importance, plus spécialisées, généralement, dans un type de produit.

1. Le groupe Perrier

Groupe agro-alimentaire polyvalent (trois branches principales : boissons non alcoolisées, produits laitiers, chocolaterie), Perrier a entamé de façon significative le développement de sa branche boissons non alcoolisées en 1966, par la prise de contrôle de la Compagnie Fermière de Vichy.

Par la suite, les étapes successives de ce développement, peuvent être résumées ainsi :

GRUPE PERRIER

Sociétés	Nature et modalités de l'accord	Date
<u>Perrier/Evian</u>	Constitution à parts égales d'une société pour l'exploitation d'Evian fruité et de la marque Eva (Perrier)	Février 1965
<u>Perrier/Vichy</u>	Après échange de participations entre Perrier et les Brasseries et Glacières d'Indochine, le Groupe Leven-Perrier prend le contrôle (55 % des actions) de la Compagnie fermière de Vichy.	Août 1966 Ratification le 29.09.1966

<p>Sogevals/ Perrier/BSN</p>	<p>Perrier regroupe au sein de sa filiale, "Société Générale des grandes sources d'eaux minérales françaises", ses participations dans le secteur des eaux minérales.</p> <p>BSN et Perrier apportent un certain nombre d'actifs à la Société des Eaux Minérales de Vals favorite, qui devient SOGEVALS.</p>	<p>Décembre 1968</p>
<p>Européenne de Brasserie/Cie fermière de Vichy</p>	<p>Accord entre la SEB et Vichy, filiale de Perrier en vue de regrouper leurs services de distribution des liquides alimentaires (bières, eaux minérales, sodas, jus de fruits et fruités), au sein d'une seule et même société commerciale.</p>	<p>Octobre 1969</p>
<p>Européenne de Brasserie/Cie Fermière de Vichy</p>	<p>Accord entre l'Européenne de brasserie, du groupe Boussois-Souchon-Neuvesel et la Compagnie fermière de Vichy, du groupe Perrier, portant sur la mise en commun des entrepôts intégrés et des réseaux propres à chacun d'eux. L'accord aboutit à la constitution d'une Sté immobilière, structure juridique adaptée à la gestion des bâtiments d'entrepôts intégrés et d'une société commerciale cheville ouvrière de l'association, dotée d'un conseil d'administration, d'une direction générale et de trois "comités consultatifs" pour la bière, les eaux minérales, les boissons gazeuses et autres boissons.</p>	<p>Décembre 1970</p>
<p>BSN/Perrier</p>	<p>Le rapprochement entre BSN (Boussois-Souchon-Neuvesel) et Perrier concrétisé en décembre 1970 par la décision de mettre en commun les réseaux de distribution de boissons des deux groupes, entre en application avec la constitution de la Sté Commerciale "Vichy distribution". Ce sont la Compagnie Fermière de Vichy pour Perrier et l'Européenne de Brasseries pour BSN qui se partagent le capital initial de la société, soit 500 000francs.</p>	<p>février 1971</p>
<p>Perrier/ Unilever</p>	<p>Par l'intermédiaire de sa filiale Deutsche Contrex, Perrier a signé avec Union Margarine (filiale du groupe Unilever) un accord pour la commercialisation de Contrexéville en Allemagne Fédérale</p>	<p>février 1972</p>
<p>Perrier/San Pellegrino</p>	<p>Perrier prend une participation de 35 % dans le capital de San Pellegrino, première entreprise de boisson en Italie.</p>	<p>Avril 1972</p>
<p>Perrier/San Narcissos (Espagne)</p>	<p>Perrier achète la Source San Narcissos (eau gazeuse) près de Barcelone.</p>	<p>1973</p>

Perrier/Poland's Spring (Etats-Unis)	Perrier achète l'une des plus anciennes sources américaines, la Poland's Spring, située dans la région du Maine, et dont l'eau est distribuée dans la région de New-York.	1973
Perrier/BSN	BSN et Perrier décident de mettre fin à leur exploitation commune au sein de la société Vichy-distribution. Cette décision a été prise par les deux firmes afin de parvenir à un meilleur ajustement de leurs objectifs et de leurs politiques.	

Les étapes de la croissance du groupe Perrier dans le secteur des boissons non alcoolisées, peuvent être regroupées autour de quatre axes stratégiques :

1. acquisition d'une position de leader dans le domaine des eaux minérales ;
2. diversification des productions vers les marchés nouveaux en forte croissance : soft-drinks (lancement de : Eva, Fruité, Bali, Gini) ;
3. forte intégration verticale :
  - . ascendante :
    - à Contrexéville . une usine fabriquant des caisses en carton pour l'emballage des eaux minérales (le carton étant produit par la papéterie Etienne, à Arles, rachetée par Perrier) ;
    - .. une imprimerie fabriquant 5,5 millions d'étiquettes par jour.
    - à Vergèze . une verrerie produisant 500 000 bouteilles par jour (le sable étant fourni par une carrière appartenant à Perrier), et permettant une fabrication totalement en continu de l'eau Perrier, depuis la verrerie jusqu'à l'emballage pour expédition.
  - . descendante :
    - en 1970-71 création, en commun avec BSN, de Vichy-distribution, Société chargée de la distribution des liquides produits par les deux groupes, de rechercher la réduction des coûts de distribution et de favoriser le regroupement des entrepositaires.
4. Conquête des marchés extérieurs (cf. les diverses opérations en Italie, Grande Bretagne, Allemagne Fédérale, Espagne, Etats-Unis).
  - Au Brésil et en Iran, Perrier est en pourparlers pour l'exploitation de sources d'eaux minérales.

Il apparaît donc que la stratégie de développement du groupe Perrier en matière de boissons non alcoolisées est très diversifiée. Sa croissance est à la fois : interne et externe, horizontale et verticale, nationale et internationale.



En, 1974-75 la structure des ventes de boissons était la suivante :

	Eaux	Sodas	Jus de fruits	ensemble
en volume	76 %	13 %	11 %	1 757 millions de cols
en valeur	74 %	11 %	15 %	909 millions de F (ht)

Au cours des deux dernières années la dynamique de Perrier n'a pas été marquée d'évènements notables, par contre divers indices laissent présager certains bouleversements dans un avenir plus ou moins proche :

- . dans le courant de l'année 1974 ont circulé des rumeurs de négociations, en vue d'un éventuel rapprochement, entre Perrier et Lesieur ;
- . en octobre 1974, 500 000 actions Perrier (62 millions de F), soit environ 10 % du capital social ont changé de main ;
- . au début de 1975, de nouvelles rumeurs ont fait état d'un possible rapprochement entre Perrier et BSN ;
- . par contre, au début de l'année 1976, Perrier et BSN ont annoncé que les deux groupes mettaient fin à leur accord au sein de la Société Vichy-distribution et reprenaient leur autonomie en matière de gestion de la distribution.

Pour analyser correctement ces diverses informations, il conviendrait de se référer à la stratégie globale des groupes concernés (Perrier, BSN, Lesieur), qui ont des activités très diversifiées. En particulier, la dynamique de Perrier dans le secteur des boissons non alcoolisées n'est pas indépendante des problèmes qu'il rencontre dans le domaine des produits laitiers.

Cependant, un tel élargissement du champ d'analyse n'est pas envisageable dans le cadre du présent rapport.

## 2. Le groupe BSN

C'est à la fin de 1969 que le groupe BSN a absorbé la Société des Eaux d'Evian. Auparavant il y détenait une participation, le PDG, Antoine RIBOUD étant le même pour les deux sociétés.

Deuxième entreprise sur le marché des eaux minérales, Evian se caractérise, sur la période étudiée par une faible diversification des activités et une faible croissance externe.

Hormis l'accord passé avec Perrier, pour la création de la Société pour l'exploitation et la vente des produits Fruité et Eva, qui date de 1965, l'essentiel de la croissance d'Evian est restée liée à l'augmentation du volume des ventes de ses produits de base.

Il est remarquable de noter que la diversification dans le domaine des boissons non alcoolisées au sein du groupe BSN, a surtout été mise en oeuvre par les entreprises de Brasserie (Société Européenne de Brasserie et Kronenbourg) ou par les filiales communes avec Perrier.

GROUPE B S N

Sociétés	Nature et modalités de l'accord	Date
Perrier/Evian	Constitution à parts égales d'une société pour l'exploitation d'Evian fruité et de la marque Eva (Perrier).	Février 1965
Evian/Saint Galmier	Absorption par Evian de l'actif industriel et commercial de la Société Saint-Galmier (Source Badoit).	Octobre 1965
Européenne de Brasserie/Cie fermière de Vichy	Accord entre la SEB et Vichy, filiale de Perrier en vue de regrouper leurs services de distribution des liquides alimentaires (bières, eaux minérales, sodas, jus de fruits et fruités), au sein d'une seule et même société commerciale.	Octobre 1969
BSN/Evian	Absorption par le groupe verrier Boussois-Souchon-Neuvesel de la Sté des eaux d'Evian.	Janvier 1970
Européenne de Brasserie/Cie Fermière de Vichy	Accord entre l'Européenne de brasserie, du groupe Boussois-Souchon-Neuvesel et la Cie Fermière de Vichy, du groupe Perrier, portant sur la mise en commun des entrepôts intégrés et des réseaux propres à chacun d'eux. L'accord aboutit à la constitution d'une Sté Immobilière, structure juridique adaptée à la gestion des bâtiments d'entrepôts intégrés et d'une Sté commerciale, cheville ouvrière de l'association, dotée d'un conseil d'administration, d'une direction générale et de trois "comités consultatifs" pour la bière, les eaux minérales, les boissons gazeuses et autres boissons.	Décembre 1970
BSN/Perrier	Le rapprochement entre BSN (Boussois-Souchon-Neuvesel) et Perrier concrétisé en décembre 1970 par la décision de mettre en commun les réseaux de distribution de boissons des deux groupes, entre en application avec la constitution de la Sté commerciale "Vichy distribution". Ce sont la Cie Fermière de Vichy pour Perrier et l'Européenne de Brasseries pour BSN qui se partagent le capital initial de la société, soit 500 000 francs.	Février 1971

### Les accords entre les groupes PERRIER et BSN

L'organigramme financier des groupes PERRIER et BSN fait apparaître l'existence d'un certain nombre de filiales communes aux deux groupes :

- société pour l'exploitation et la vente des produits Fruité et Eva (SEVPFE)
- société des Industries Agricoles et Alimentaires de l'Ouest (SIAO)
- société générale d'Eaux Minérales SOGEVALS
- Vichy-distribution

hormis le cas de la société Sogevals qui exploite une source d'eaux minérales, les trois filiales communes sont spécialisées :

. Soit dans la recherche, la production et la vente de produits nouveaux (SEVPFE et SIAO pour les produits : Eva, Fruité, Gini, Bali)

. soit dans la gestion et la rationalisation de circuits de distribution (Vichy - Distribution).

C'est donc dans des secteurs d'activités où la synergie entre groupes industriels et financiers pourrait se manifester le plus (recherche, développement, publicité, distribution) que PERRIER et BSN ont accepté de réaliser des accords limités.

Il convient de rappeler que l'accord dans le cadre de la société Vichy - distribution a pris fin en Avril 1976.

### 3. Le groupe Nestlé

C'est en Mai 1969 que le groupe Nestlé a acquis une participation de 31, 5 % dans la société Vittel. Entreprise traditionnellement spécialisée dans l'exploitation de sources Thermales, la Société Générale des Eaux Minérales de Vittel a progressivement abandonné ce secteur du thermalisme, pour développer son activité de producteur d'eaux minérales, et pour diversifier sa production vers les soft -drinks.

Cette évolution a abouti, en 1972, à la rétrocession par Vittel de la gestion de ces établissements thermals, au Club Méditerranée.

La diversification vers le secteur des soft-drinks s'est appuyée essentiellement sur une prise de participation de 24 % (portée à 30 % en octobre 1976) dans le groupe Ricqlès - Zan.

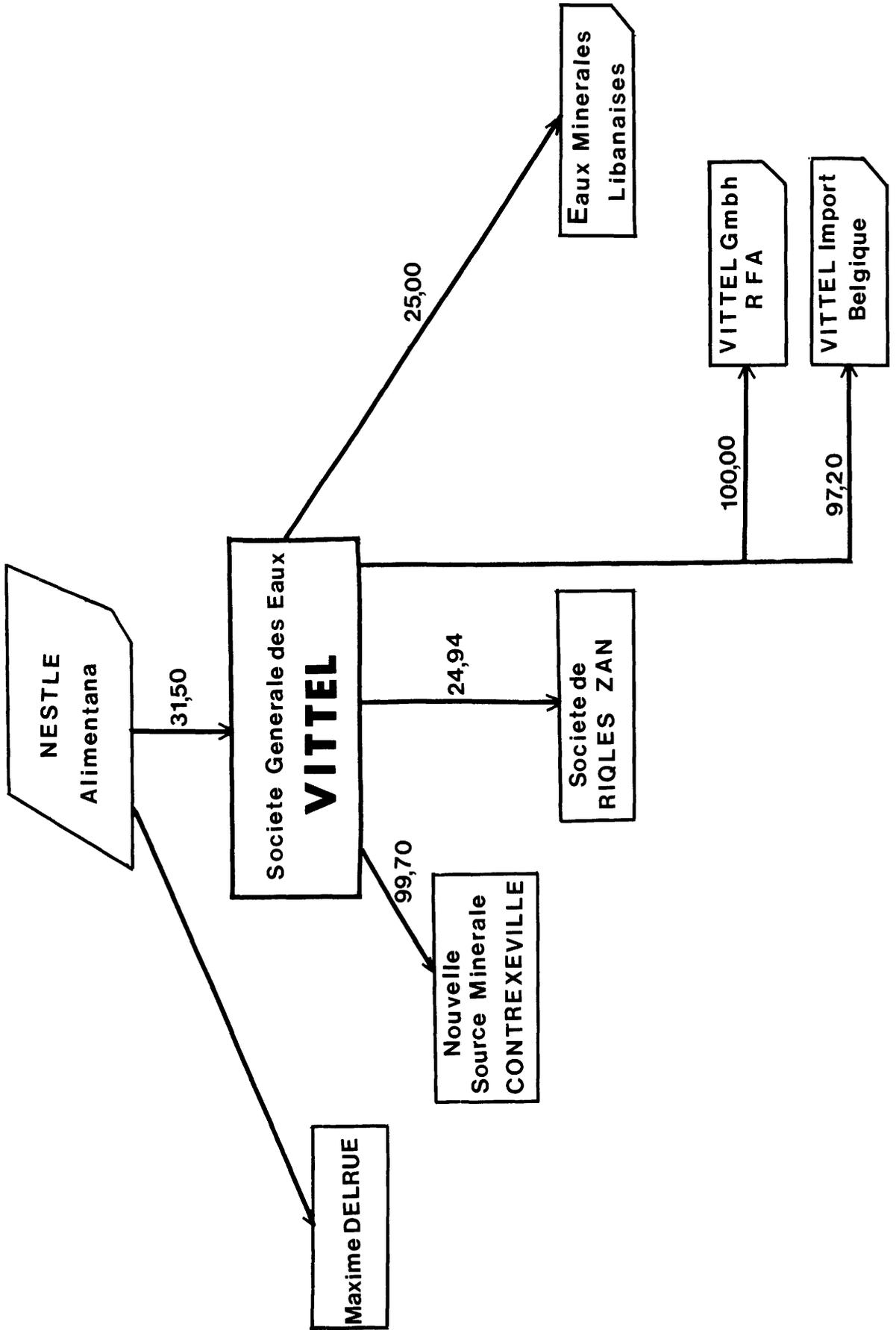
Vittel, dont le chiffre d'affaires se répartit actuellement à 80 % dans les eaux minérales et 20 % dans les soft-drinks, recherche à terme un équilibre 50-50. Pour ce faire la société développe une politique de production de produits très typés ("quart Ricqlès", Mix and Dry, Gold tea) correspondant à des créneaux de consommation assez étroits mais bien définis.

Dans le domaine des eaux minérales, Vittel oriente ses efforts vers l'exportation en utilisant le franchising. C'est le cas notamment de l'accord de commercialisation réciproque, signé en 1968, avec la Compagnie allemande d'eaux minérales Appolinaris Brunnen (cette société est contrôlée par le premier groupe brassicole allemand : Dortmund Union - **Brauerei**).

A partir de cet accord, l'eau Appolinaris est devenue sa seule marque étrangère d'eau minérale véritablement implantée en France. Vittel, a aussi, avec le support du groupe Nestlé, acquis une source d'eau minérale aux Etats Unis.

En 1974 et 1975, Vittel a connu de sérieuses difficultés financières qui, si elles se prolongeaient, pourraient à terme accroître sa dépendance à l'égard du groupe Nestlé.

# LE GROUPE VITTEL



Il convient de signaler que la société Maxime DELRUE fait aussi partie du groupe Nestlé. Cette entreprise, spécialisée dans les jus de fruits, contrôle environ 30 % du marché français des jus d'orange.

Depuis 1966, la société Maxime DELRUE est importateur exclusif des jus d'agrumes Tropicana.

VITTEL

Sociétés	Nature et modalités de l'accord	Date
<u>Nestlé/Vittel</u>	Le groupe suisse Nestlé Alimentana prend une participation minoritaire de 30 % dans la société Vittel.	Mai 69
Sté des Eaux minérales de Vittel (participation Nestlé)	Acquiert 50 % du capital de la source américaine Deer Park dont Nestlé-Alimentana contrôle le reste	Février 70
<u>Nestlé Alimentana/ Sté Générale des eaux minérales de Vittel</u>	Le groupe suisse Nestlé-Alimentana et la Sté Générale des eaux minérales de Vittel créent une filiale commune dénommée "Aquin Vest". Celle-ci servira de cadre au développement des activités de Nestlé en direction des eaux minérales et boissons gazeuses.	Mai 70
<u>Vittel/Source de GANTIERS (Hte Garonne)</u>	La société des eaux de VITTEL acquiert la source de GANTIERS, près de Saint-Gaudens (Hte Garonne), qui a un débit de 400 000 litres/jour. La production de cette source sera en 1975 de 2 millions de bouteilles	Février 74
Vittel/Riqlès-Zan	La société générale des Eaux Minérales de Vittel augmente sa participation dans Riqlès-Zan qui passe ainsi de 24, 2 % à un peu plus de 30 %.	Octobre 76
Vittel/ Club-Méditerranée	La société des Eaux de Vittel a signé un accord avec le Club Méditerranée, par lequel elle rétrocède à ce groupe la gestion de ses établissements thermals	1972

#### 4. Le groupe PERNOD-RICARD

La constitution, dans le secteur des boissons non alcoolisées, d'un groupe rattaché à la holding Pernod Ricard, est récente, et s'est réalisée en deux étapes.

- en 1973, la société Pernod acquiert la majorité (environ 75 %) du capital de la société Grands Jus de Fruits Associés Pampryl, dans laquelle elle avait une participation de 24 % depuis 1965 ( et Ricard 7, 5 %)

. la société Pernod a porté sa participation dans la Société Parisienne de Boissons Gazeuses, de 63, 1 % à 85, 62 %.

- en Décembre 1974 la fusion entre Pernod et Ricard est réalisée. C'est donc dans le cadre de ce nouveau groupe polyvalent que s'insèrent les deux unités de production de boissons non alcoolisées, JFA - Pampryl et SPBG.

#### JFA - Pampryl

Créée en 1926 cette société s'est spécialisée dans la production et la commercialisation des jus de fruits.

A l'origine SARL, détenue par un capital familial (famille Thomas de Nuits Saint Georges), la société s'est transformée, en 1965, en société Anonyme grâce aux prises de participation de Pernod (23, 9 %) et Ricard (7, 5 %). Elle est ainsi devenue la S.A. des Grands Jus de Fruits Associés-Pampryl en abrégé "JFA Pampryl" actuellement leader du secteur des jus de fruits (environ 20 % du chiffre d'affaires).

Jusqu'en 1962 la croissance de Pampryl a été principalement interne, par autofinancement. A partir de 1962 cette croissance a permis la création de nouveaux centres de production et de conditionnement (1962 : Vaucluse ; 1966 : Eure ; 1972 : Lot et Garonne) plus proches des régions de consommation.

Par ailleurs, la stratégie de JFA-Pampryl en matière d'approvisionnement, a été de pratiquer l'intégration verticale, notamment en matière de jus exotique, qui représentent plus de la moitié de ces approvisionnements.

La société possède des participations dans les sociétés suivantes :

- Salci, en Côte d'Ivoire, pour l'ananas
- Pamira, au Maroc, pour les agrumes
- SOCOMA, à Marmande, pour la tomate

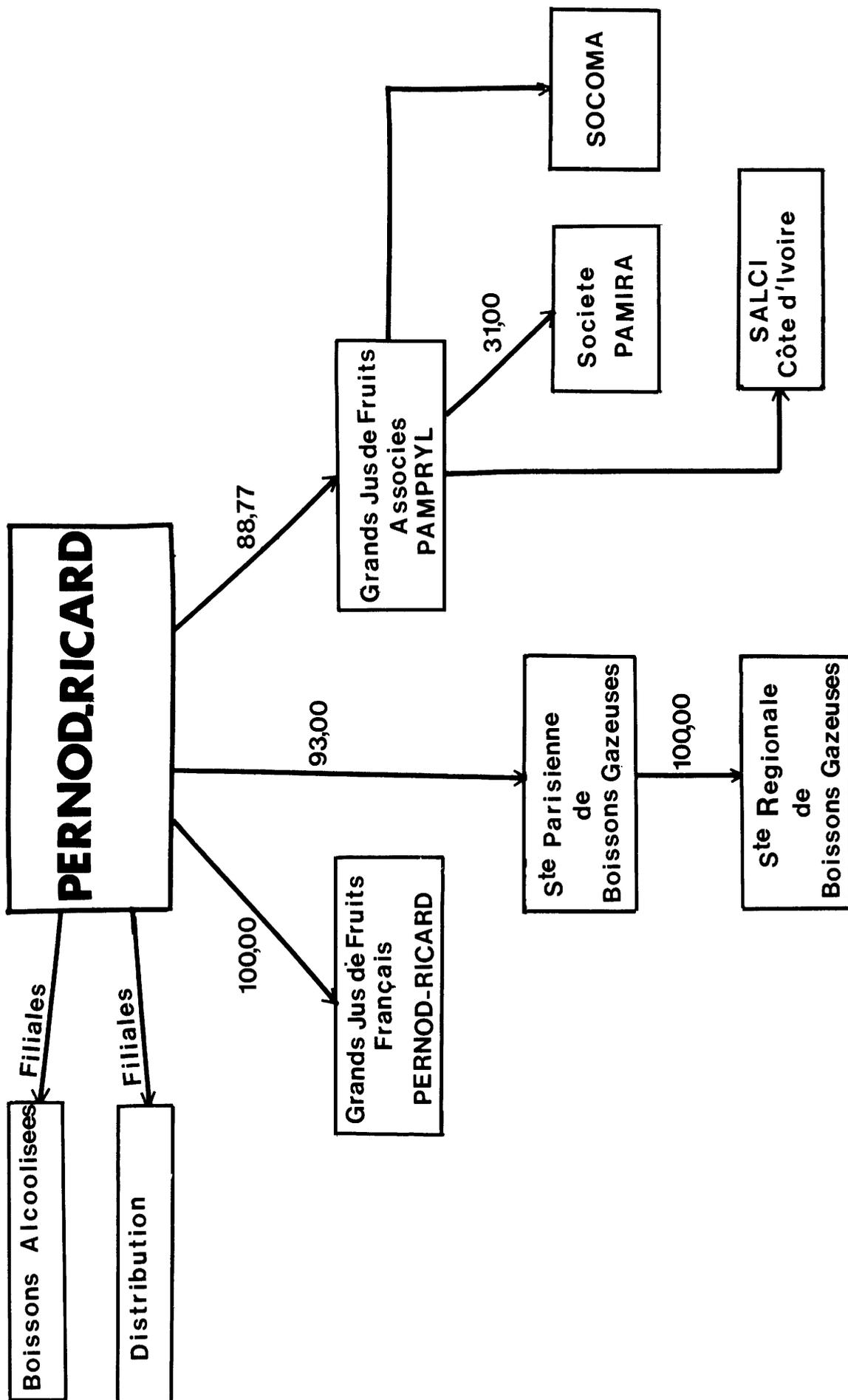
-En matière de diversification des activités, JFA - Pampryl s'est intéressé au nouveau secteur des boissons aux fruits. Sa marque, Banga, boisson aux fruits non gazeuse, occupe actuellement la deuxième place sur ce marché, avec 15 à 20 % du chiffre d'affaires.

-Enfin, JFA - Pampryl s'est spécialisé dans la fabrication des jus de fruits en "baby drinks" pour le compte des différentes marques d'aliments infantiles (Jacquemaire, Fallières, Guigoz, Gerber). De plus, depuis fin 1973 JFA-Pampryl a pris en location gérance le fonds de commerce de la société Phoscao, pour relancer le petit déjeuner chocolaté produit sous cette marque.

GROUPE PERNOD RICARD

<u>Pampryl/Ricard</u>	Cession à la société Pampryl de sa branche "jus de fruits associés", en remplacement de la société des grands jus de fruits français, née de l'association Pernod/Ricard	février 1966
<u>Gervais/Danone</u> Sté PAMPRYL à Nuits St Georges (Grands Jus de Fruits associés)	Signature d'une convention d'aide technique et de collaboration commerciale pouvant déboucher sur une société commune dans laquelle la participation de Pampryl serait de 33 %	septembre 1972
<u>Pernod/Sté Pampryl</u> de Nuits St Georges (Côte d'Or)	Le groupe PERNOD, qui possédait déjà 24 % du capital de la Sté des Jus de Fruits Associés (J.F.A.)PAMPRYL à Nuits St Georges (Côte d'Or) prend une participation majoritaire (75 % du capital) dans cette société au capital de 6.514.450 F.	février 1973
<u>Pernod</u> Glacières de Paris	Les GLACIERES DE PARIS, du groupe GENERALE OCCIDENTALE, cèdent la participation de 21 % qu'elles détenaient dans la Sté Parisienne de Boissons Gazeuses, au groupe PERNOD qui possédait déjà 70 % du capital de cette dernière. Cette société commercialise COCA COLA à Paris et dans l'Ouest, ainsi que la boisson fruitée FANTA.	juin 1973

# LE GROUPE "PERNOD-RICARD"



## SPBG

La Société Parisienne de Boissons Gazeuses a été créée en 1949 pour assurer la production, sous licence, et la distribution, du coca-cola dans la région parisienne. Entre 1962 et 1968 elle a étendu son secteur d'activité (Rennes 1962 ; Tours : 1965 ; Orléans : 1968). En 1974 elle a racheté à BSN les concessions de Nancy et de Lyon qui ont été regroupées dans une filiale : la Société Régionale des Boissons Gazeuses (SRBG).

Actuellement la SPBG et sa filiale la SRBG, contrôlent la distribution des produits de la "Coca-cola Company" sur 65 % du territoire français.

La gamme des produits distribués s'est elle-même élargie :

- en 1957, conditionnements familiaux de Coca-cola, lancement du Soda Fanta
- en 1972, lancement du bitter Finley
- en 1974, création d'un nouveau soft-drink : Mr Pibb

## II-LA LOGIQUE FONDAMENTALE D'EVOLUTION DES ENTREPRISES DU SECTEUR

L'échantillon des neuf entreprises de tête du secteur des boissons non alcoolisées est constitué de firmes spécialisées depuis longtemps dans les produits les plus traditionnels du secteur :

- eaux minérales (PERRIER, EVIAN, VITTEL, VOLVIC)
- jus de fruits (JFA - Pampryl, VJF - Joker)
- colas (S.P.B.G.)
- sirops (Teisseire)

Seule Schweppes est spécialisée dans un produit relativement moderne.

Dans un marché globalement en expansion, à la fois par augmentation de la demande des produits traditionnels, et par possibilité de diversification vers des produits nouveaux, la stratégie des firmes est le reflet de cette double dynamique :

- Dans le marché des eaux minérales l'expansion des débouchés a provoqué d'une part la recherche des économies d'échelle techniques internes :

- . modernisation et regroupement des unités de production et de conditionnement
- . mise en oeuvre de l'emballage plastique et du conditionnement en récipients de 1, 5 litres

d'autre part, la recherche des économies d'échelle externes :

- . intégration verticale vers l'amont pour la garantie et la baisse du prix des consommations intermédiaires
- . intégration verticale vers l'aval, pour le contrôle et la rationalisation des circuits de distribution

Les entreprises se sont d'autant plus orientées vers ces stratégies que les conditions de prix au détail des eaux minérales, boissons de grande consommation, ont dans l'ensemble réduit les taux de profit à l'unité produite.

- Le marché des soft-drinks, pour l'essentiel composé de produits nouveaux (exception faite des sodas et des colas), a été conquis par les firmes du sous secteur des eaux minérales, voire par des firmes extérieures au secteur (entreprises de la brasserie ou du secteur des spiritueux).

Boissons non alcoolisées  
 Estimation des parts de marchés par groupes de produits  
 (Pourcentage des volumes)

Sources : {Etrie-International-Agra Alimentation-  
 APRIA-Enquête directe

marchés firmes	eaux mi- nérales		Limonade		Sodas		Colas		Tonic Bitters		Jus de fruits		Boissons fruités		Sirops	
	1970	1974	1970	1974	1970	1974	1970	1974	1970	1974	1970	1974	1970	1974	1970	1974
PERRIER	41	7-8	7-8	17-18	15-25	20-25	8-10	8-10	20-22	8-10	50-55	50-55				
PERRIER+BSN																
BSN { EVIAN S.E.B.	21	28-32	28-32	8-10	15-17	15-17	17	20	7-8	15-20	15-20	15-20	15-20	15-20	15-20	15-20
VITTEL	20			13-16	19-20	19-20			5-6							
VOLVIC	3															
JFA-Pampryl																
SCHWEPES									70	38-42						
VJF JOKER																
COCA-COLA				6-8	75-85	75-79			7-8	10-12						
NARANJINA																
CIDOU																
TEISSEIRE																
BERGER																
UNION de BRAS		10-13	10-13													
C.D.C.				4-6												
CUSENIER																
COINTREAU																
BARDINET																

12-15 15  
 8-10 15  
 8-10 8-10  
 8-10 8-10

C'est à l'occasion du lancement de produits nouveaux que les principaux groupes ont mis en oeuvre des accords techniques ou commerciaux limités (recherche développement, opérations publicitaires, logistique commerciale).

- le marché des jus de fruits étant relativement stationnaire, les firmes leaders (J.F.A. Pampryl, VJF Joker), ont cherché à se spécialiser dans la fraction dynamique de ce marché : les jus exotiques. Cet axe de croissance s'est doublé d'une politique d'intégration verticale vers les pays fournisseurs des matières premières.

Par ailleurs, le rapide et spectaculaire développement du marché des boissons aux fruits a été mené principalement par les deux groupes leaders, PERRIER et BSN, ayant dans ce cas comme dans celui des autres soft-drinks, établi un accord partiel dans des filiales communes.

CONCLUSION

Le secteur des boissons non alcoolisées est, au cours de la dernière décennie, le plus dynamique de l'ensemble des boissons.

En volume, le taux de croissance annuel moyen des ventes sur le marché intérieur français a été de 8,5 % entre 1965 et 1973.

En valeur, le taux de croissance annuel moyen des achats de ménages a été de 16 % entre 1959 et 1972.

Sur ce marché en forte expansion on observe une structure industrielle très concentrée. Ces trois premières firmes ; Perrier, Evian, Vittel, réalisent en moyenne 50 % du chiffre d'affaires du secteur. En 1974 un quatrième groupe, rattaché au holding Pernod-Ricard, élargit cette structure oligopolistique à près de 85 % du secteur.

Il est remarquable de noter que parmi ces quatre firmes leaders, trois sont rattachées aux premiers groupes agro-alimentaires français : B.S.N., Pernod-Ricard, Perrier, la quatrième étant dépendante du groupe suisse Nestlé-Alimentana ; à lui seul le groupe Perrier contrôle près de 30 % de l'activité du secteur.

Ce sont les eaux de table qui constituent le produit de base des boissons non alcoolisées, à partir desquels les firmes leaders, bénéficiant d'une large assise financière, technique et commerciale, ont diversifié leurs activités vers le marché le plus dynamique et le plus rentable, celui des soft-drinks.

D'une façon générale, les barrières technologiques d'entrée dans le marché des soft-drinks étant faible, ce sont principalement les capacités d'action publicitaire et l'efficacité commerciale qui ont déterminé l'accès des entreprises à ce marché. Il en a résulté une supériorité des firmes leaders du secteur à l'égard de cette stratégie de croissance externe, qu'elles ont partiellement abordée en commun (accords Perrier-BSN).

Un groupe de firmes moyennes ou petites se sont spécialisées sur des marchés étroits, mais très typés, pour des produits particuliers (certains jus de fruits, nectars et sirops).



ANNEXES



INDUSTRIE DES BOISSONS : RELATIONS BRANCHES-SECTEURS POUR LA VARIABLE FACTURATION (EN %) ANNEE 1968

Tableau I

Branche Secteur	Champagne mousseux 1	Brasserie 2	Alcool de bouche 3	Spiritueux autres 4	Eaux minérales 5	Boissons gazeuses sirops 6	Jus de fruits et de légumes 7	Autres 8	Ensemble secteurs 9
Champagne mousseux (1) →	87,9 95,2		1,1 0,9	1,2 1,9		0,8 0,4	1,0 0,2	1,4	1.080.000
Brasserie	99,2 90,8					23,0 8,9		0,3	1.452.645
Alcools de bouche	4,0 5,8		82,5 89,1	1,0 2,3		0,8 0,5		2,3	894.601
Spiritueux autres	5,6 3,4		9,9 4,4	96,9 88,6		13,6 3,5		0,1	2.160.862
Eaux minérales		0,3 1,2		87,9 83,7		5,1 6,0	1,5 1,3	7,8	471.870
Boissons gazeu- ses, sirops			0,3 0,9	0,4 2,8	1,6 2,3	50,5 91,7	0,7 0,8	1,5	307.788
Jus de fruits et de légumes	0,4 1,6					0,5 1,0	78,7 81,0	16,4	304.584
Autres dont revente ↓	2,1	0,5	6,2 2,4	0,5 0,5	10,5 8,7	5,7 5,2	18,1		
Ensemble branches.	1.036.567	1.328.804	965.516	1.975.477	448.933	558.810	313.401	Source SCEES	

↓ Indique le % colonne, c'est-à-dire, la part de la branche traitée dans chacun des secteurs.

→ Indique le % ligne, c'est-à-dire, la part que chacune des branches représente dans le secteur.

(1) estimations

INDUSTRIE DES BOISSONS : RELATIONS BRANCHES-SECTEURS POUR LA VARIABLE FACTURATION (EN %)

ANNEE 1971

Tableau II

Branches Secteur	Champagne mousseux 1	Brasserie 2	Alcools de bouche 3	Spiritueux autres 4	Eaux minérales 5	Boissons gazeuses sirops 6	Jus de fruits et de légumes. 7	Autres 8	Ensemble secteurs. 9
1	98,1 98,9							1,1	1.562.809
2		99,7 89,4				21,2 9,6		1,0	1.926.516
3	0,5 (1) 0,5		88,8 92,5	2,4 3,7		1,4 0,8		2,5	1.649.779
4	0,5 (1) 0,3		7,1 4,4	96,7 88,4		10,5 3,2	15,0 (1) 2,0	1,7	2.789.457
5					99,2 73,4	6,6 5,1	5,4 1,8	19,7	1.137.670
6			0,1 0,3	0,7 3,4	0,7 1,0	57,1 93,6	0,9 0,6	1,1	535.391
7					0,4 1,3	67,2 89,0		9,7	283.671
8	0,9	0,3	4,0	0,3	0,1	2,8	11,55		
Ensemble Branche.	1.575.308	1.728.341	1.717.168	2.552.048	841.451	877.780	375.424		Source SCEES.

(1) Estimations

IMPORTANCE COMPAREE DES DIFFERENTS SECTEURS DES BOISSONS EN FONCTION DU NOMBRE  
D'ENTREPRISES DE PLUS DE 5 SALARIES ET DU CHIFFRE D'AFFAIRES REALISE

Tableau III

Unité = 1.000 F.

	Mousseux Champagne	Brasserie	Eaux de Vie	Appétitif à base de vin	Appétitif autre que le vin	Eaux mi- nérales	Boissons gazeuses + sirops	Jus de fruits	Cidre	Ensemble des boissons	% IAA	Ensemble I.A.A.
<u>Année 1973</u>												
Entreprises N	125	50	95	11	63	31	84	20	16	495	12,0	4.132
%	25,2	10,1	19,2	2,2	12,7	6,3	17,0	4,1	3,2	100		
Chiffre d'Affaires FF (H.T.)	2.344.045	2.627.949	2.526.975	1.073.800	3.034.832	1.491.029	927.559	496.654	163.940	14.686.783	14,0	105.234.898
%	16,0	17,9	17,1	7,3	20,7	10,2	6,3	3,4	1,1	100		
<u>Année 1971</u>												
Entreprises N	117	57	90	12	71	27	101	22	17	514	11,0	4.671
%	22,8	11,1	17,5	2,3	13,8	5,3	19,6	4,3	3,3	100		
Chiffre d'Affaires FF (H.T.)	1.601.450	2.198.282	1.714.860	897.688	2.277.401	1.153.344	638.936	335.031	92.084	10.909.056	13,5	80.917.128
%	14,7	20,2	15,7	8,2	20,8	10,6	5,9	3,1	0,8	100		
<u>Année 1968</u>												
Entreprises N	109 (1)	81	97		86	35	103	22	21	554	11,2	4.967
%	19,7	14,6	17,5		15,5	6,3	18,6	4,0	3,8	100		
Chiffre d'Affaires FF (T.T.C.)	1.080.000	1.643.860	882.018	2.397.673		638.513	381.668	299.003	85.185	7.407.920	11,7	63.121.717
%	14,6	22,1	11,9	32,4		8,6	5,2	4,0	1,2	100		

Source SCEES.

(1) Estimation.

IMPORTANCE COMPAREE DES DIFFERENTES BRANCHES DES BOISSONS EN FONCTION  
DU NOMBRE D'UNITES D'ACTIVITES ECONOMIQUES ET DE LEURS FACTURATIONS

Tableau IV

	Mousseux et Champagne	Bières	Eaux de vie	Apéri- tifs à base de vin	Apéritifs à base autre que de vin.	Eaux mi- nérales	Boissons gazeuses et sirops.	Jus de fruits et légumes	Cidre	Ensemble boissons	% fAA
<u>Année 1971</u>											
Unités d'activités éco. N %	131 14,5	63 7,0	174 19,2	54 6,0	118 13,0	44 4,9	224 24,6	65 7,2	33 3,6	906 100	13,1
Facturations (1 000 F) TTC	1.575.308 16,2	1.728.341 17,7	1.717.168 17,6	617.355 6,4	1.934.693 19,8	841.451 8,6	877.780 9,0	375.424 3,9	80.629 0,8	9.748.149 100	13,6
<u>Année 1968</u>											
Unités d'activités éco. N %	195(1) 14,6 (1)	104 7,8	295 22,2	172 12,9		84 6,3	361 27,0	76 5,7	46 3,5	1.333 100	13,4
Produits fabriqués (1 000 F) TTC	1.036.567 15,5	1.328.804 19,8	965.516 14,4	1.975.477 29,5		448.933 6,7	558.810 8,3	313.401 4,7	73.309 1,1	6.700.817 100	12,5
<p>Les données 1968 concernent l'ensemble des entreprises de chacun des secteurs. Les données 1971 concernent seulement les entreprises de plus de 5 salariés permanents.</p>											

(1) Estimations.

Source S.C.E.E.S.

Tableau V

EVALUATION DES ACHATS DE BOISSONS DES MENAGES EN FRANCS CONSTANTS 1972

( Consommation à domicile )

Source : CREDOC INSEE Unités = million Francs

	1959	1961	1963	1965	1967	1968	1970	1971	1972	variation moyenne 1959-72 en %	variation moyenne 1968-72 en %	1973
<u>Boissons</u> <u>Alcoolisées</u>												
• Ensemble des vins	9 279	9 411	9 525	9 978	9 739	9 709	9 805	10 074	10 455	+ 1,1	+ 1,9	11.132
- VCC	7 217	6 969	6 762	6 825	6 448	6 326	6 350	6 176	6 171	- 1,4	- 0,63	6.770
- VDN	462	498	514	553	571	583	573	} 2 848	3 209	+ 6,5	+ 5,3	3.213
- VAOC	1 341	1 594	1 802	2 034	2 026	2 068	2 035					
- champagne	259	350	447	566	694	732	847	1 050	1 075	+ 26,3	+ 11,7	1.149
• Spiritueux	1 913	2 112	2 598	3 051	3 523	3 970	4 155	4 305	4 725	+ 12,2	+ 4,8	5.127
- apéritifs et vins de liqueurs	766	949	1 243	1 516	1 793	2 041	2 197	2 278	2 428	+ 18,1	+ 4,7	2.498
- eau de vie et liqueurs	1 147	1 163	1 355	1 535	1 730	1 929	1 958	2 027	2 297	+ 8,4	+ 4,8	2.629
• Bière	911	849	861	969	1 131	1 169	1 317	1 421	1 374	+ 4,2	+ 4,4	1.441
• Cidre	254	229	219	203	215	207	210	210	211	- 1,8	+ 0,5	201
<u>Boissons non</u> <u>alcoolisées</u>												
• Eaux minérales	978	1 157	1 376	1 499	1 920	1 918	2 284	2 520	2 864	+ 16,1	+ 4,1	2.794
• Boissons gazeuses	706	805	889	951	1 192	1 189	1 437	1 604	1 912	+ 14,2	+ 15,2	1.838
• Jus de fruits et liqueurs, sirops	238	261	331	379	491	489	579	617	656	+ 14,6	+ 8,5	659
• café, thé, chocolatée, infusions	34	91	156	169	237	240	268	299	296	+ 64,2	+ 5,8	297
Achats totaux de boissons	2 584	2 442	2 468	2 612	2 691	2 795	2 933	2 944	2 854	+ 0,9	+ 0,5	2.794
Achats alimentaires	15 919	16 200	17 047	18 312	19 219	19 768	20 704	21 474	22 483	+ 3,4	+ 3,4	23.489
% Boissons	87 737	97 565	109 611	116 050	122 624	125 973	130 512	136 951	142 914	+ 5,2	+ 3,4	146.136
	18,1	16,6	15,5	15,8	15,7	15,7	15,9	15,7	15,7	- 1,2	-	16,1

EVOLUTION DES INDICES DES PRIX DE DETAIL EN FRANCS CONSTANTS 1959 (BASE 100 EN 1959)  
 ACHATS DES MENAGES POUR LA CONSOMMATION A DOMICILE

Tableau V1

	1960	1962	1964	1966	1968	1970	1972
Produits alimentaires	95,8	101,6	104,4	105,0	107,4	104,8	105,1
Boissons	98,8	95,9	94,2	91,3	92,9	93,0	91,4
<u>Boissons alcoolisées</u>							
• Ensemble des vins	99,1	97,4	94,7	91,7	93,6	94,3	-
- V.C.C.	98,6	96,0	93,3	88,4	88,9	89,1	83,3
- V.D.N.	105,5	100,1	102,4	100,9	100,5	102,5	}
- V.A.O.C.	101,8	107,2	104,3	107,6	108,1	110,0	
- Champagne	99,6	103,4	106,4	103,0	137,4	134,1	144,1
• Apéritifs et vins de liqueurs.	97,8	91,5	92,5	87,1	93,5	93,9	93,2
• Eaux de vie et liqueurs (yc. le Whisky)	100,0	95,4	97,5	95,4	98,2	96,8	101,1
• Bière	99,4	98,5	103,8	100,6	104,8	105,9	105,9
• Cidre	99,4	99,6	103,5	99,9	103,7	104,5	109,7
<u>Boissons non alcoolisées</u>	99,3	96,7	94,0	90,6	89,1	86,2	90,9
• Eaux minérales	98,8	95,0	90,0	86,9	84,5	83,0	83,1
• Boissons gazeuses	99,3	05,0	106,3	101,9	102,9	97,6	94,1
• Jus de fruits et de légumes, sirops.	95,8	81,9	84,7	81,5	81,1	75,1	79,7
• Café, thé, chicoré malt, infusions.	96,2	88,3	86,6	84,8	81,8	82,8	74,2



TABLEAU VIII

CONSOMMATION ANNUELLE PAR PERSONNE SUIVANT LA CATEGORIE  
SOCIO-PROFESSIONNELLE DU CHEF DE MENAGE  
(Boissons non alcoolisées - Année 1972)

	Boissons non alcoolisées		dont eaux minérales	
	litre	francs	litre	francs
Agriculteurs exploitants	26,60	29,53	19,10	13,09
Salariés agricoles	40,80	42,15	29,00	21,11
Professions indépendantes	86,80	80,06	72,80	51,08
Cadres supérieurs	95,30	101,58	73,10	48,78
Cadre moyens	88,30	85,23	67,80	44,67
Employés	88,30	82,47	70,80	46,82
Ouvriers	68,40	69,55	49,30	33,48
Inactifs	88,90	76,35	75,50	51,42
Ensemble	76,50	73,53	59,70	40,36

Source : I.N.S.E.E.

TABLEAU IX

CONSOMMATION ANNUELLE PAR PERSONNE SUIVANT

LA REGION DE RESIDENCE

(Boissons non alcoolisées - année 1972)

	Boissons non alcoolisées		Dont eaux minérales	
	en francs	en litres	en francs	en litres
Région Parisienne	99,87	107,90	60,04	89,50
Bassin Parisien	70,14	75,20	39,49	58,20
Nord	97,70	114,50	56,45	86,10
Est	74,99	73,40	34,50	52,30
Ouest	57,18	56,50	30,89	43,80
Sud-Ouest	44,73	47,80	26,19	38,20
Centre-Est	70,93	65,60	31,18	48,00
Méditerranée	65,02	63,20	36,71	51,10
France Entière	73,53	76,50	40,36	59,70

TABLEAU X

CONSOMMATION ANNUELLE PAR PERSONNE SUIVANT

LA CATEGORIE DE COMMUNE

(Boissons non alcoolisées - année 1972)

		Boissons non alcoolisées		Dont eaux minérales	
		litre	francs	litre	francs
Population agricole		34,20	34,23	26,30	18,29
Population non agricole	Communes rurales	57,20	57,82	42,30	30,05
	Ville de moins de 10 000 habitants	73,10	72,59	54,00	36,96
	Ville de 10 000 à 100 000 habitants	84,40	78,75	67,80	45,33
	Ville de plus de 100 000 habitants	86,00	82,95	65,70	43,54
	Agglomération Parisienne	109,60	102,00	90,50	60,91
	Toutes catégories	82,80	79,46	64,70	43,69
	Ensemble	76,50	73,53	59,70	40,36

Source : I.N.S.E.E.

IV/A-3

CONCENTRATION INDUSTRIELLE

\*\*\*\*\*  
 \* TABLEAU NO 1 \*  
 \* \*  
 \* 1968 - 1972 \*  
 \* \*\*\*\*\*

EVOLUTION DES DONNEES GLOBALES : TOTAL DU SECTEUR ET ECHANTILLON

\*\*\*\*\*

PAYS : FRANCE  
 INSTITUT : I.A.M.(PROF. RASTOIN)-MONTPELLIER  
 SECTEUR : BOISSONS NON ALCOOLISEES (EX.NICE 20-B)  
 ENTREPRISES

PAGE 1

\*\*\*\*\*

VARIABLE : 01 CHIFFRE D'AFFAIRES

\*\*\*\*\*

TOTAL

ANNEE	N	VALEUR (T)	1968=100	I	N	VALEUR (E)	1968=100	I	E/T %
1968	153	1702.248	100	I	5	1030.997	100	I	60.57
1969	156	1821.466	107	I	5	1107.666	107	I	60.81
1970	154	2610.388	153	I	5	1546.605	150	I	59.25
1971	150	3055.428	179	I	5	1887.320	183	I	61.77
1972	148	3763.220	221	I	5	2303.637	223	I	61.21

\*\*\*\*\*

VARIABLE : 02 EFFECTIF

ANNEE	N	VALEUR (T)	1968=100	I	N	VALEUR (E)	1968=100	I	E/T %
1968	309	27.698	100	I	5	14.010	100	I	50.58
1969	156	14.297	51	I	5	8.797	62	I	61.53
1970	154	15.698	56	I	5	9.806	69	I	62.47
1971	150	18.496	66	I	5	12.147	86	I	65.67
1972	148	18.682	67	I	5	12.551	89	I	67.18

\*\*\*\*\*



IV/A-3

CONCENTRATION INDUSTRIELLE

EVOLUTION DES DONNEES GLOBALES : TOTAL DU SECTEUR ET ECHANTILLON

PAYS : FRANCE  
 INSTITUT : I.A.M.(PROF. RASTOIN)-MONTPELLIER  
 SECTEUR : BOISSONS NON ALCOOLISEES (EX.NICE 20-B)  
 ENTREPRISES

\*\*\*\*\*  
 \* TABLEAU NO 1 \*  
 \* 1968 - 1972 \*  
 \*\*\*\*\*

PAGE 3

ANNEE	N	VALEUR (T)	1968=100	I N	VALEUR (E)	1968=100	I E/T %
1968	6	75.476	100	I			
1969	7	104.022	137	I			
1970	8	139.033	184	I			
1971	8	126.681	167	I			
1972	6	124.567	165	I			
*****							
VARIABLE : 05 CASH FLOW							
*****							
TOTAL							
*****							
ECHANTILLON							
*****							
VARIABLE : 06 INVESTIS PRUTS							
*****							
1968	153	66.694	100	I	5.490	100	I 8.23
1969	156	85.154	127	I	6.318	87	I 5.66
1970	154	251.155	376	I	108.316	1972	I 43.09
1971	150	166.231	249	I	48.594	885	I 29.33
1972	148	230.148	345	I	76.262	1389	I 33.14
*****							

IV/A-3

CONCENTRATION INDUSTRIELLE

\*\*\*\*\*

\*\*\*\*\*  
 \* TABLEAU NO 1 \*  
 \* 1968 - 1972 \*  
 \* \*\*\*\*\*

EVOLUTION DES DONNEES GLOBALES : TOTAL DU SECTEUR ET ECHANTILLON

\*\*\*\*\*

PAYS : FRANCE  
 INSTITUT : I.A.M.(PROF. RASTOIN)-MONTPELLIER  
 SECTEUR : BOISSONS NON ALCOOLISEES (EX.NICE 20-B)  
 ENTREPRISES

PAGE 4

\*\*\*\*\*  
 \* VARIABLE : 07 CAPITAUX PROPRES  
 \*\*\*\*\*

ANNEE	N	VALEUR (T)	1968=100	IN	VALEUR (E)	1968=100	E/T %
1968	*	*	*	6	306.783	100	I
1969	*	*	*	7	342.023	111	I
1970	*	*	*	9	461.673	150	I
1971	*	*	*	9	521.544	170	I
1972	*	*	*	9	521.000	159	I

\*\*\*\*\*  
 \* VARIABLE : 10 VALEUR AJOUTEE  
 \*\*\*\*\*

ANNEE	N	VALEUR	100	IN	VALEUR	100	E/T %
1968	153	770.504	100	5	407.936	100	I 52.95
1969	156	1055.417	136	5	453.823	101	I 39.21
1970	154	956.779	124	5	496.065	121	I 51.84
1971	150	1022.464	132	5	547.720	134	I 53.76
1972	148	843.774	109	5	537.260	131	I 63.67

\*\*\*\*\*

IV/A-3

EVOLUTION DE LA CONCENTRATION  
\*\*\*\*\*

\*\*\*\*\*  
\*TABLEAU NO 2\*  
\*\*\*\*\*

TOTAL DU SECTEUR  
\*\*\*\*\*

PAGE 1

PAYS : FRANCE  
INSTITUT : I.A.V. (PRCF. RASTOIN)-MONTPELLIER  
SECTEUR : POISSONS NON ALCOOLISES (EX-NICE 20-B)  
ENTREPRISES  
VARIABLES :

01 CHIFFRE D'AFFAIRES 02 EFFECTIF 03 MASSE SALARIALE  
04 BENEFICE NET 05 CASH FLOW 06 INVESTIS FRUITS  
07 CAPITAUX PROPRES 08 EXPORT. 09 IMPORT. 10

A N N E E

	1965										1969										1970										1971									
01	153*	11.125	6.708	13*	786	17*	191.415	06*	-134.481	33	156*	11.076	4.463	04*	706	46*	134.128	87*	-143.554	57*	156*	11.076	4.463	04*	706	46*	134.128	87*	-143.554	57*										
02	153*	0.090	4.093	47*	764	80*	57.464	30*	-170.525	33	156*	0.092	4.050	14*	754	72*	111.562	11*	-141.947	93*	156*	1.242	6.119	11*	752	77*	115.173	75*	-141.156	74*										
03	153*	1.090	3.900	00*	762	63*	105.997	47*	-143.622	74	156*	1.242	6.119	11*	752	77*	115.173	75*	-141.156	74*	156*	0.946	1.532	29*	6.197	5*	21.461	03*	-183.791	53*										
06	153*	4.304	1.635	28*	569	13*	24.013	93*	-186.356	26	156*	6.765	2.843	96*	798	82*	50.257	25*	-182.429	91*	156*	5.030	3.747	76*	783	36*	98.338	00*	-143.503	34										
010	153*	5.030	3.747	76*	783	36*	98.338	00*	-143.503	34	156*	6.765	2.843	96*	798	82*	50.257	25*	-182.429	91*	156*	5.030	3.747	76*	783	36*	98.338	00*	-143.503	34										
01	154*	16.251	4.057	64*	763	20*	113.901	40*	-142.832	62	150*	20.370	4.231	64*	768	14*	126.045	43*	-136.134	20*	154*	102	4.102	36*	775	34*	115.755	01*	-138.715	03										
02	154*	1.851	4.118	02*	790	95*	116.611	06*	-136.843	61	150*	2.262	4.230	77*	810	48*	125.996	34*	-131.722	27*	154*	1.632	4.582	56*	848	96*	142.856	91*	-122.846	10										
06	154*	6.214	3.480	72*	706	97*	85.165	98*	-156.741	51	150*	6.816	5.310	05*	750	36*	79.709	47*	-151.358	29*	154*	6.214	3.480	72*	706	97*	85.165	98*	-156.741	51										





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)

PAYS : FRANCE
INSTITUT : I.A.M.(PROF. RASTOIN)-MONTPELLIER
SECTEUR : BOISSONS NON ALCOOLISEES (EX-NICE 20-8)
ENTREPRISES

TABLEAU NO 3
1968 - 1972

PAGE 2

Table with columns: ANNEE, L, CR, and various indices (4-12, 20-30, 40, 50, 60, 63.58, 63.17). Includes sub-headers like 'INDICES L ET CR RELATIFS A N', 'ECHANTILLON', and 'COURBES'. Data rows for years 1968, 1969, 1970, 1971, 1972.





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)

PAYS : FRANCE  
 INSTITUT : I.A.M.(PROF. RASTOIN)-MONTPELLIER  
 SECTEUR : BOISSONS NON ALCOOLISEES (EX-NICE 20-B)  
 ENTREPRISES

TABLEAU NO 3  
 1968 - 1972

PAGE 5

VARIABLE : 05 CASH FLOW		INDICES L ET CR RELATIFS A N° 8															
ANNEE	L	8	10	12	20	30	40	N	I	L	N	L	N	L	N	L	N
1968	1.25994	.0000	.0000	.0000	.0000	.0000	.0000	.0000	.0000	.0000	.0000	.0000	.0000	.0000	.0000	.0000	.0000
1969	1.24244	.0000	.0000	.0000	.0000	.0000	.0000	.0000	.0000	.0000	.0000	.0000	.0000	.0000	.0000	.0000	.0000
1970	1.68711	1.48009	.0000	.0000	.0000	.0000	.0000	.0000	.0000	.0000	.0000	.0000	.0000	.0000	.0000	.0000	.0000
1971	.76472	.88971	.0000	.0000	.0000	.0000	.0000	.0000	.0000	.0000	.0000	.0000	.0000	.0000	.0000	.0000	.0000
1972	.87065	.78009	.0000	.0000	.0000	.0000	.0000	.0000	.0000	.0000	.0000	.0000	.0000	.0000	.0000	.0000	.0000

C O U R S E S L  
 ECHANTILLON 1ER MAXIMUM I 2EM MAXIMUM; MINIMUM  
 I 6 : 64.51591 \* 2 : .54639; 6 : 64.51591; 3 : .43530  
 I 7 : 1.53471 \* 2 : .62572; 7 : 1.53471; 3 : .42643  
 I 8 : 1.48009 \* 2 : .81599; 5 : 1.74518; 3 : .60287  
 I 8 : .88971 \* 2 : .69399; 5 : 1.04231; 3 : .44136  
 I 8 : .78009 \* 2 : .91603; 2 : .91603; 3 : .58208

IV/A-3  
EVALUATION DE LA CONJECTURATION  
\* \* \* \* \*  
\* TARLEAU NO 3 \*  
\* \* \* \* \*  
\* 1968 - 1972 \*  
\* \* \* \* \*

INDICES LINDA (L) ET RATIOS DE CONCENTRATION (CR)  
\* \* \* \* \*

PAYS : FRANCE  
INSTITUT : I.A.M.(PROF. RASTOIN)-MONTPELLIER  
SECTEUR : BOISSONS NON ALCOOLISEES (EX-NICE 20-B)  
ENTREPRISES  
PAGE 6

VARIABLE : 06 INVESTIS PRUTS

C O U R B E S

ANNEE	L	ET	CR	RELATIFS	A	N	I	L	N	H	M	MINIMUM
*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
1968	.00000	.00000	.00000	.00000	.00000	1331	2	.50000	2	.50000	2	.00000
1969	.00	.00	.00	.00	.00	8.23						
1969	.00000	.00000	.00000	.00000	.00000	1561	2	.50000	2	.50000	2	.00000
1970	.00	.00	.00	.00	.00	5.66						
1970	.00000	.00000	.00000	.00000	.00000	1541	2	.50000	2	.50000	2	.00000
1971	.00	.00	.00	.00	.00	143.09						
1971	.00000	.00000	.00000	.00000	.00000	1501	2	.50000	2	.50000	2	.00000
1972	.00	.00	.00	.00	.00	29.23						
1972	.00000	.00000	.00000	.00000	.00000	1431	2	.50000	2	.50000	2	.00000
1972	.00	.00	.00	.00	.00	35.14						

IV/A-3 L V U L U T I O N J E L A C O M M U N T R A T I O N

INDICES LINDA (L) ET RATIOS DE CONCENTRATION (CR)

PAYS : FRANCE  
 INSTITUT : I.A.M. (PROF. RASTOIN) MONTPELLIER  
 SECTEUR : BOISSONS NON ALCOLISEES (EX-NICE 20-9)  
 ENTREPRISES

TABLAU NO 3  
 1968 - 1972

PAGE 7

VARIABLE : 07 CAPITAUX PROPRES

ANNEE	L	4	6	8	10	12	20	30	40	V	L	NA	L	NA	L	NA	L	NA	L	NA
1968	L	1.90889	.00000	.00000	.00000	.00000	.00000	.00000	.00000	.00000	3.14649	2	1.09050	6	3.14649	3	.73190			
1969	L	1.91215	.00000	.00000	.00000	.00000	.00000	.00000	.00000	.00000	27.51078	2	.92759	7	27.51078	3	.60431			
1970	L	2.12866	2.25953	.00000	.00000	.00000	.00000	.00000	.00000	.00000	2.16109	2	.54527	6	2.33614	2	.54527			
1971	L	1.50806	1.84698	.00000	.00000	.00000	.00000	.00000	.00000	.00000	2.14020	2	.67157	9	2.14020	2	.62157			
1972	L	1.27449	1.24026	.00000	.00000	.00000	.00000	.00000	.00000	.00000	1.39214	2	.51229	5	1.46434	2	.51229			

IV/A-3

EVOLUTION DE LA CONCENTRATION

INDICES LINDA (L) ET RATIOS DE CONCENTRATION (CR)

PAYS : FRANCE
INSTITUT : I.A.M. (PROF. RASTOIN)-MONTPELLIER
SECTEUR : BOISSONS NON ALCOOLISEES (EXERCICE 20-B)
FABRIQUES

PAGE 5

Table with columns for Year (ANNEE), Index (L), and Ratio (CR) for various years (1968, 1969, 1971, 1972). Includes sub-headers for 'COURSES' and 'ECHANTILLON' with 'MAXIMUM' and 'MINIMUM' values. The table is surrounded by a border of asterisks.

IV/A-3

CONCENTRATION INDUSTRIELLE

\*\*\*\*\*  
\* TABLEAU NO 3BIS \*  
\*\*\*\*\*

TABLEAU STRUCTUREL DES COURBES LINDA

PAYS : FRANCE  
INSTITUT : I.A.M.(PROF. RASTOIN)-MONTPELLIER  
SECTEUR : BOISSONS NON ALCOOLISEES (EX.NICE 20-B)  
ENTREPRISES

PAGE 1

ANNEE : 1968

V A R I A B L E

N°	01	02	03	04	05	06	07	10
1	CHIFFRE D'AFFAIRES	EFFECTIF	MASSE SALARIALE	BENEFICE NET	CASH FLOW	INVESTIS BRUTS	CAPITAUX PROPRES	
2	1.37419	.54740	.67263	1.19790	.54639	.50000	1.08050	.78185
3	1.08293	.36575	.55128	.80516	.43330		.73190	1.03206
4	1.37521	.27386	1.15193	1.97001	1.25994		1.90889	.91400
5	1.32497	.21965	1.10192		1.47963		2.02944	.79011
6					04.51591		3.14449	

\*\*\*\*\*

IV/A-3

CONCENTRATION INDUSTRIELLE

\*\*\*\*\*  
\* TABLEAU NO 3RIS \*  
\*\*\*\*\*

PAGE 2

TABLEAU STRUCTUREL DES COURBES LINDA

PAYS : FRANCE  
INSTITUT : I.A.M.(PROF. RASTOIN)-MONTPELLIER  
SECTEUR : BOISSONS NON ALCOOLISEES (EX.NICE 20-B)  
ENTREPRISES

ANNEE : 1969

		V A R I A B L E									
N°		01	02	03	04	05	06	07	10		
		CHIFFRE D'AFFAIRES*	EFFECTIF*	MASSE SALARIALE*	BENEFICE NET*	CASH FLOW*	INVESTIS BRUTS*	CAPITAUX PROPRES*			
2		1.35302	.52586	.50487	.97638	.62572	.50000	.92739	.72442		
3		.77050	.35065	.35247	.64668	.42643		.60431	.82074		
4		1.07531	.92159	1.19617	.88940	1.24244		1.91215	1.00369		
5		1.13170	1.01694	1.23570	1.22785	1.30064		2.04800	.87108		
6					1.38192	1.35764		2.18137			
7					1.61130	1.53471		27.51078			

\*\*\*\*\*  
 \* TABLEAU NO 3RIS \*  
 \*\*\*\*\*

PAGE 3

CONCENTRATION INDUSTRIELLE  
 \*\*\*\*\*

TABLEAU STRUCTUREL DES COURSES LINDA  
 \*\*\*\*\*

PAYS : FRANCE  
 INSTITUT : I.A.M.(PROF. RASTOIN)-MONTPELLIER  
 SECTEUR : BOISSONS NON ALCOOLISEES (EX.NICE 20-B)  
 ENTREPRISES

ANNEE : 1970

V A R I A T I O N S

N	01	02	03	04	05	06	07	10
CHIFFRE * EFFECTIF *	.75278	.51032	.52373	.55430	.81299	.50000	.54227	.84062
MASSE * BENEFICE *								
SALARIALE * NET *	.62843	.37726	.38520	.49723	.60287		.60758	.65771
INVESTIS * BRUTS *	.99714	1.00426	.85728	.68816	1.66711	2.12866	2.19179	.90509
CAPITAUX * PROGRES *	1.10267	.98714	.82845	.73251	1.74218	2.19179	2.35614	.81018
CASH * FLOW *				.89614	1.60120			
PROFITS *				.92893	1.56467		2.20743	
PROFITS *				.97769	1.48009		2.25956	
PROFITS *							2.16109	

CONCENTRATION INDUSTRIELLE  
 TABLEAU NO 3B13

PAGE 4

CONCENTRATION INDUSTRIELLE

TABLEAU STRUCTUREL DES COURBES LINDA

PAYS : FRANCE  
 INSTITUT : I.A.M.(PROF. RASTOIN)-MONTPELLIER  
 SECTEUR : BOISSONS NON ALCOOLISEES (EX.NICE 20-B)  
 ENTREPRISES

ANNEE 1 1971

V A R I A B L E

	01	02	03	04	05	06	07	10
CHIFFRE D'AFFAIRES	.87171	.84889	.61881	.63550	.69399	.50000	.62157	.67963
EFFECTIF	.58645	.58645	.43286	.52651	.44136		.66010	.46271
MASSE SALARIALE	1.07016	1.07016	.74120	.68687	.76472		1.60806	.62077
BENEFICE NET	1.14944	1.14944	.92178	.77631	1.04251		1.79339	.55528
INVESTIS BRUTS				.71112	1.03560		1.92351	
CASH FLOW				.66912	.96286		1.91343	
CAPITAUX PROPRES				.74061	.88971		1.84698	
							2.14020	

IV/A-3

CONCENTRATION INDUSTRIELLE

\*\*\*\*\*  
\* TABLEAU NO 3RIS \*  
\*\*\*\*\*

PAGE 5

TABLEAU STRUCTUREL DES COURSES LINDA

PAYS : FRANCE  
INSTITUT : I.A.M.(PROF. RASTOIN)-MONTPELLIER  
SECTEUR : BOISSONS NON ALCOOLISEES (EX.NICE 20-B)  
ENTREPRISES

ANNEE : 1972

V A R I A B L E

N	01	02	03	04	05	06	07	10
CHIFFRE D'AFFAIRES	EFFECTIF	MASSE SALARIALE	BENEFICE NET	CASH FLOW	INVESTIS PRUTS	CAPITAUX PROPRES		
2	.99284	.82830	.61906	.50827	.91603	.50000	.51229	.66923
3	.82363	.61254	.48713	.97430	.58208		.56617	.50525
4	1.20382	.84510	.76704	1.01615	.87065		1.27449	.75075
5	1.16907	.75709	.70544	1.08159	.81760		1.46434	.68343
6				1.28996	.84541		1.35508	
7				1.54501	.83876		1.24969	
8				1.84145	.78009		1.24020	
9							1.39214	

IV/A-3

CONCENTRATION INDUSTRIELLE

TABLEAU NO 4

TABLEAU RECAPITULATIF DES INDICES L

PAYS : FRANCE  
 INSTITUT : I.A.M.(PROF. RASTOIN)-MONTPELLIER  
 SECTEUR : BOISSONS NON ALCOOLISEES (EX.NICE 20-5)  
 ENTREPRISES

PAGE 1

VARIABLES	ANNÉE														
	1968			1969			1970			1971			1972		
	LS	LN	MI												
01 CHIFFRE D'AFFAIRES	1.06293	1.22856	3	0.77050	1.00176	3	0.62843	0.69061	3	0.63495	0.75333	3	0.82383	0.90834	
02 EFFECTIF	0.21905	0.35117	3	0.35065	0.45825	3	0.37720	0.44379	3	0.58645	0.71767	3	0.61254	0.72042	
03 MASSE SALARIALE	0.57128	0.61196	3	0.35247	0.42867	3	0.38520	0.45447	3	0.43286	0.52583	3	0.48713	0.55509	
04 BENEFAICE NET	0.60516	1.00153	3	0.64608	0.81253	3	0.49723	0.52577	3	0.52051	0.58100	2	0.50827	0.50827	
05 CASH FLOW	0.45530	0.49085	3	0.42643	0.54607	3	0.60267	0.70943	3	0.44306	0.56767	3	0.58208	0.74905	
06 INVESTIS	0.00000	0.25000	3	0.00000	0.25000	3	0.00000	0.25000	3	0.00000	0.25000	3	0.00000	0.25000	
07 CAPITAUX PROPRES	0.73190	0.90620	3	0.60431	0.70535	2	0.54527	0.54527	2	0.62057	0.62157	2	0.51229	0.51229	
10	0.78185	0.78185	2	0.72442	0.72442	3	0.65771	0.74919	3	0.46271	0.57117	3	0.50251	0.58724	

## Bureaux de vente

### Belgique - België

*Moniteur belge — Belgisch Staatsblad*  
Rue de Louvain 40-42 —  
Leuvenseweg 40-42  
1000 Bruxelles — 1000 Brussel  
Tél. (02) 512 00 26  
CCP 000-2005502-27 —  
Postrekening 000-2005502-27

*Sous-dépôt — Agentschap:*  
Librairie européenne —  
Europese Boekhandel  
Rue de la Loi 244 — Wetstraat 244  
1040 Bruxelles — 1040 Brussel

### Danmark

*J.H. Schultz — Boghandel*  
Møntergade 19  
1116 København K  
Tél. 14 11 95  
Girokonto 1195

### BR Deutschland

*Verlag Bundesanzeiger*  
5 Köln 1 — Breite Straße — Postfach 108 006  
Tél. (0221) 21 03 48  
(Fernschreiber: Anzeiger Bonn 08 882 595)  
Postscheckkonto 834 00 Köln

### France

*Service de vente en France des publications  
des Communautés européennes*  
*Journal officiel*  
26, rue Desaix  
75 732 Paris Cedex 15  
Tél. (1) 578 61 39 — CCP Paris 23-96

### Ireland

*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

*Agenzie:*  
00187 Roma — Via XX Settembre  
(Palazzo Ministero  
del tesoro)  
20121 Milano — Galleria  
Vittorio Emanuele 3  
Tel. 80 64 06

### Grand-Duché de Luxembourg

*Office des publications officielles  
des Communautés européennes*  
5, rue du Commerce  
Boîte postale 1003 — Luxembourg  
Tél. 49 00 81 — CCP 191-90  
Compte courant bancaire  
BIL 8-109/6003/300

### Nederland

*Staatsdrukkerij- en uitgeverijbedrijf*  
Christoffel Plantijnstraat, 's-Gravenhage  
Tél. (070) 81 45 11  
Postgiro 42 53 00

### United Kingdom

*H.M. Stationery Office*  
P.O. Box 569  
London SE1 9NH  
Tel. (01) 928 6977, 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) 872 8350

### 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  
Post Giro 193, Bank Giro 73/4015

### España

*Libreria Mundi-Prensa*  
Castelló 37  
Madrid 1  
Tel. 275 46 55

### Autres pays

*Office des publications officielles  
des Communautés européennes*  
5, rue du Commerce  
Boîte postale 1003 — Luxembourg  
Tél. 49 00 81 — CCP 191-90  
Compte courant bancaire :  
BIL 8-109/6003/300

8768

---

FB 275,-	Dkr 42,30	DM 17,50	FF 35,50	Lit. 6 100	Fl. 18,40	£ 4,30	\$ 7,-
----------	-----------	----------	----------	------------	-----------	--------	--------

---

OFFICE DES PUBLICATIONS OFFICIELLES DES COMMUNAUTES EUROPEENNES  
Boîte postale 1003 — Luxembourg

7409