



Foire aux questions - GBH

Version 1 - 05/02/2025

Qu'est-ce que le Groupe Bernard Hayot (GBH) ?

GBH est un groupe diversifié, principalement actif dans trois pôles d'activité : la distribution alimentaire et non-alimentaire, la distribution automobile, et des activités industrielles diverses (agroalimentaire, matériaux de construction, rechapage de pneumatiques).

GBH est présent dans 19 territoires et pays différents : la zone Antilles- Guyane, La Réunion, Saint-Domingue, Trinidad et Tobago, France métropolitaine, Nouvelle-Calédonie, Algérie, Maroc, Ghana, Côte d'Ivoire et Chine.

Son activité se répartit en 3 grands pôles : distribution alimentaire et non alimentaire, pour 50 % ; l'automobile, pour 35 % ; et le reste (rhum, agroalimentaire, béton et carrières...) pour 15 %.

Quels sont les chiffres clés de GBH ?

Le groupe martiniquais GBH a été créé en 1960, et il s'est petit à petit développé dans différents secteurs. Il compte aujourd'hui 19 000 collaborateurs et collaboratrices, répartis dans 19 territoires différents. Son chiffre d'affaires est de l'ordre de 5 milliards d'euros. La Martinique représente 15 % de l'activité.

La marge nette de GBH est de 4% environ, mais seulement de 2% pour la distribution alimentaire. Soit des niveaux tout à fait identiques à ce qui se constate en métropole. Ce bénéfice permet au groupe de se développer et de maintenir la qualité de ses services.

Donc GBH est un groupe rentable ?

En économie, il y a une règle simple : si une entreprise n'est pas rentable, elle disparaît rapidement. Il n'y a rien que l'Etat qui puisse continuer à creuser son déficit budgétaire année après année...

Un groupe comme GBH, ou comme n'importe lequel de ses concurrents, doit être rentable. Mais il a dû, dans son histoire, depuis les années 60, fermer des activités qui n'étaient plus rentables. Dans le commerce, on peut réussir un jour et être beaucoup moins bien le jour suivant.

En Martinique, comment est structurée l'offre commerciale dans la distribution alimentaire ?

GBH est entré dans la grande distribution en 1981, en rachetant un hypermarché Monoprix, devenu ensuite des Carrefour. Avec ses magasins Carrefour, GBH détient seulement 27 % de part de marché, suivi par les magasins Leclerc (détenu par le groupe Parfait), à 22,5 %. Et 5 autres enseignes et des magasins indépendants se partagent le reste du marché de la distribution alimentaire, qui est donc très concurrentiel. A noter : l'enseigne Carrefour Market n'est pas opérée par GBH, mais par l'entreprise Safo.

Pour le dire autrement : plus de 73% des parts de marchés sont détenus par d'autres groupes que GBH. *Ceux qui parlent de monopole ou d'oligopole ne savent pas compter.*

Quel est l'écart de prix constaté entre la métropole et la Martinique ?

L'Autorité de la concurrence a effectué, à la demande du gouvernement, en 2019, un diagnostic d'ensemble sur la situation concurrentielle et les prix à la consommation en outre-mer.

En synthèse, l'Autorité de la concurrence indique que le niveau général des prix à la consommation est de 7 % à 12,5 % plus élevé dans les départements d'outre-mer qu'en France métropolitaine. Mais que l'écart de prix des produits alimentaires est beaucoup plus important, de 19 % (Mayotte) à 38 % (Martinique).

(Pour lire la totalité du document émis par l'Autorité de la concurrence : <https://www.autoritedelaconcurrence.fr/fr/communiqués-de-presse/lutte-contre-la-vie-chere-en-outre-mer>)

Comment l'Autorité de la concurrence explique-t-elle cet écart de prix ?

Après avoir noté que « les marges réalisées par les distributeurs ne sont pas à l'origine de l'essentiel des écarts de prix entre les DROM et la métropole », l'Autorité de la concurrence met en lumière deux facteurs principaux qui expliquent en grande partie ces écarts de prix :

- Les frais d'approche pour les produits importés, liés à l'éloignement géographique. Ces frais représentent 16 % du coût d'un produit pour un distributeur. Ils correspondent au transport maritime, à l'octroi de mer (7 % du coût total), aux taxes diverses et aux coûts liés au recours à différents prestataires pour l'import. L'octroi de mer constitue en moyenne le premier poste de coût dans les frais d'approche ;
- Le recours à des grossistes importateurs, qui représentent également 16 % du coût d'un produit pour un distributeur.

La complexité des taux appliqués et des mécanismes mis en œuvre a des effets indésirables pour les consommateurs, qui ne peuvent être impiétés aux entreprises et distributeurs locaux.

(Pour lire la totalité du document émis par l'Autorité de la concurrence : <https://www.autoritedelaconcurrence.fr/fr/communiqués-de-presse/lutte-contre-la-vie-chere-en-outre-mer>)

Ce problème de surcoût est-il comparable dans d'autres îles ?

A partir de l'instant où il y a des frais d'approche importants, liés à l'insularité et à l'éloignement, cela vrai dans toutes les îles du monde. Ça n'a rien à voir ni avec la France, ni avec la Martinique, ni avec GBH.

Mais cela peut être un peu contrôlé si chacun, notamment l'Etat et les Collectivités territoriales, travaillent avec les distributeurs à des solutions qui font diminuer les ces frais d'approche.

Le protocole du 16 octobre 2024

Qui a signé le protocole du 16 octobre 2024 ?

Les signataires du Protocole d'objectifs et de moyens de lutte contre la vie chère » sont :

- La Préfecture de Martinique,
- La Collectivité territoriale de la Martinique, L'observatoire des prix, des marges et des revenus
- Les représentants du monde économique (importateurs grossistes, distributeurs, Grand Port Maritime, CMA-CGM).

Quel est l'objectif de ce protocole ?

Il y a 3 objectifs :

- Réduction des prix des produits alimentaires.
 - Transparence accrue et renforcement des contrôles sur la constitution des prix.
 - Soutien à la production locale et au développement économique.
- Sur le premier point, les signataires se sont engagés à faire tous les efforts possibles pour arriver à faire baisser les prix de 20%, en moyenne, sur 54 familles de produits de consommation courante. Chacun doit faire ce qu'il peut dans son domaine.

Pourquoi ce protocole n'a-t-il pas encore été mis en œuvre ?

L'instabilité politique, au niveau national, a retardé la mise en œuvre du protocole. La censure dont a été victime le « gouvernement Barnier » a stoppé l'application par l'Etat de sa part d'engagement.

Néanmoins, et sans plus attendre, GBH et la Collectivité territoriale de la Martinique ont fait leur part dès le 2 janvier 2025. GBH a réduit au maximum les prix sur les produits concernés et la CTM a ramené à zéro ses taux d'octroi de mer.

Si bien que les prix moyens de 54 familles de produits ont déjà baissé de 9%. C'est visible en rayon !

Pourquoi GBH ne fait-il pas davantage pour baisser les prix de vente des produits essentiels ?

Comme les distributeurs sont en bout de chaîne, on croit que ce sont eux qui décident des prix des produits. Ce serait trop beau ! En fait, il y a jusqu'à 14 étapes différentes entre la fabrication d'un produit et sa mise en rayon dans un magasin. Et chaque étape a un coût, qui ne dépend pas du distributeur, même si le travail du distributeur consiste à négocier avec chaque acteur de cette chaîne pour acheter les produits au meilleur prix, et les proposer à ses clients aussi au meilleur prix.

Le distributeur fait sa part d'effort mais ne peut pas porter la totalité de la baisse. Ou alors notre entreprise disparaît.

Que doit faire l'Etat dans le cadre de ce protocole ?

Les mesures que l'Etat doit appliquer sont les suivantes : suppression de la TVA et neutralisation des frais d'approche. Alors, la baisse totale des prix sera de 20 %, comme prévu à l'accord.



Les attaques contre le groupe Bernard Hayot

Qu'est-ce qui explique les attaques contre le groupe GBH ?

Le Groupe Bernard Hayot est visible grâce à ses magasins Carrefour. Cela en fait une cible facile et un bouc émissaire évident. Mais c'est en fait toute la profession qui est attaquée. Les concurrents de GBH représentent plus de 73 % des parts de marché. Ils sont évidemment au cœur de la contestation. Mais ils ont le même problème que nous : ils achètent leurs produits plus chers qu'en métropole, du fait des coûts liés à la distance et des différentes taxes, et ils doivent donc les vendre plus chers aussi.

On parle de situation de monopole concernant GBH ?

Dans la grande distribution, les concurrents de GBH représentent plus de 73 % des parts de marché. Il n'y a pas de monopole.

Jusqu'à preuve du contraire, personne n'est obligé de venir faire ses courses dans les magasins Carrefour. Si GBH représente presque 27 % des parts de marché, contre 23 % pour le deuxième, c'est parce que les clients trouvent que nous proposons les meilleurs prix et le meilleur service. C'est tout.

Qu'en est-il de la marge nette de GBH dans la grande distribution ?

Dans les hypermarchés, notre bénéfice net est de 1,5 à 2,5% du CA, en fonction des hypermarchés. Cela est très encadré par la loi française (loi Dutreil, loi Jacob, LME, EGALIM). Cela permet de maintenir des prix bas pour les consommateurs, et c'est strictement contrôlé par les autorités.

Rappelons que le bénéfice, c'est ce qui permet de développer l'activité, de mettre de côté pour supporter une crise à venir, de rembourser des dettes... Sans bénéfices, une entreprise disparaît très vite.

Pourquoi GBH n'a-t-il pas déposé ses comptes au Greffe du Tribunal mixte de commerce de Fort-de-France ?

GBH a toujours déposé ses comptes auprès des services de l'Etat, et notamment des services fiscaux. GBH paye des impôts et des contributions importantes à l'Etat.

En revanche, GBH n'a pas jusqu'à présent déposé ses comptes auprès du greffe du Tribunal mixte de Commerce de Fort-de-France. D'ailleurs, près de 80% des entreprises de Martinique ne déposent pas non plus leurs comptes au Greffe du tribunal. Pourquoi ? Car il s'agit d'informations financières qui permettraient à un concurrent de comprendre notre façon de faire pour obtenir des prix attractifs pour nos clients. Ce serait donner de l'information sensible à nos concurrents.

Nous l'avons fait cette année, et nous attendons de nos concurrents qu'ils fassent de même.



Les produits locaux

Quelle place donnez-vous aux produits locaux dans vos magasins ?

Fidèle à sa tradition et à son histoire, GBH s'efforce de mettre en avant, dans ses magasins, la production locale au meilleur prix. A peu près 25 % de nos produits en rayon sont des produits locaux.

Pourquoi GBH et ses concurrents ne proposent-ils pas davantage de produits locaux ?

C'est un des points de l'accord signé le 16 octobre, mais GBH n'a pas attendu cet accord pour mettre en avant la production locale. La production locale représente déjà un quart des approvisionnements de la grande distribution. En tant que groupe martiniquais, GBH est très attentifs à intégrer un maximum de produits locaux.

Mais les produits locaux ne sont pas toujours moins chers à produire. Ils sont eux aussi assujettis à des taxes, et leurs prix de vente en magasin sont donc parfois identiques à ceux de produits importés.

De plus, GBH doit répondre à une attente de sa clientèle, qui souhaite des produits précis, des marques spécifiques. Pour conserver ses clients, il faut avoir ces produits. Sinon, ils iront à la concurrence.