

1. Introduction

Soit indolence, soit insouciance, ou parce qu'on trouve beau de payer sans discussion, les trois quarts de ceux qui en ont les moyens paient plus cher qu'il n'est nécessaire les articles de leur consommation personnelle. Les pauvres en font souvent autant, par ignorance et défaut de jugement, faute de temps pour aller aux informations et souvent aussi sous l'empire d'une coercition patente ou déguisée. Pour tous ces motifs, les prix de détail ne subissent pas autant qu'on pourrait le penser l'influence des causes qui fixent les prix dans les achats et ventes en gros.

John S. Mill¹

Un rapport vertical est une entente entre le fabricant et les grossistes ou les détaillants (les distributeurs) dans la chaîne qui va de l'approvisionnement à la production puis à la vente au détail aux consommateurs. Les distributeurs cherchent, par de tels contrats, à assurer leur efficacité et leur compétitivité sur le marché. Un réseau de distribution bien au point permet de livrer de manière efficace les marchandises et les services à leur destination. Ainsi, il améliore le fonctionnement de l'économie et contribue au bien-être économique.

On a souvent recours à un sablier (figure 1) pour illustrer les deux segments de la chaîne verticale. Premièrement, les conditions des contrats verticaux conclus en aval entre le fabricant et les détaillants peuvent influencer sur les décisions relatives à diverses questions, par exemple quant aux prix de gros ou de détail, aux droits de franchisage, à l'achat d'autres produits qui sont liés à la vente d'un autre produit ainsi qu'à la répartition des territoires entre les vendeurs. Deuxièmement, en amont, le producteur et les fournisseurs peuvent, en vertu d'un contrat vertical, conclure un accord d'exclusivité, établir une formule de fixation de prix multiples, etc.

La structure verticale de l'industrie automobile correspond tout à fait à celle de la figure 1. Ford, par exemple, fait appel à des fournisseurs indépendants pour bon nombre de ses pièces. Ces fournisseurs de produits intermédiaires exercent leurs activités en amont du processus de fabrication de voitures. Ford produit des voitures et les vend par l'entremise de ses concessionnaires, qui sont en aval. Dans une structure verticale, le fabricant ne conçoit pas tous les intrants. De même, il ne distribue pas le produit à l'utilisateur final. Par contraste, une entreprise à intégration verticale se charge de toutes les étapes du processus.

¹ John Stuart Mill, *Principes d'économie politique avec quelques-unes de leurs applications à l'économie sociale*, tome premier, 3^e édition, Paris, Guillaumin et Cie, 1873, p. 508.