

1

Ententes : ce qui est permis, ce qui ne l'est pas

L'entreprise de Marie P. s'apprête à lancer une gamme de parfums haut de gamme. Elle souhaite nouer des partenariats avec des concurrents mais aussi des distributeurs. Marie se demande ce qu'elle a le droit de faire en matière d'ententes : quelles sont les limites à ne pas franchir ? À quelles conditions les ententes sont-elles licites ?

Ce que Marie P. peut faire avec ses concurrents

- ✓ Marie P. peut, sous certaines conditions, s'entendre avec ses concurrents, dès lors que l'entente favorise l'innovation, la distribution des produits ou l'efficacité économique, et qu'elle ne réduit pas la concurrence. Comme il s'agit d'une approche au cas par cas,
- ✓ Marie P. aurait intérêt à se faire conseiller sur la licéité de son projet, par exemple par un avocat spécialisé.
- ✓ Marie P. peut également échanger des informations avec ses concurrents, dès lors qu'elles ne sont pas stratégiques. Attention toutefois à bien valider avec un conseil juridique la liste et la nature des informations échangées !

Exemple

Dans l'affaire des loueurs de voiture, l'Autorité de la concurrence n'a pas sanctionné les échanges entre concurrents car ceux-ci portaient sur des informations publiques et non stratégiques.

Décision 17-D-03 du 27 février 2017

Ce que Marie P. ne peut pas faire avec ses concurrents

- ✗ Marie P. ne peut pas fixer les prix avec ses concurrents : c'est une pratique absolument prohibée ! Elle ne peut pas non plus organiser avec eux la répartition des marchés ou des clients. De même, la fixation de quotas de production est interdite, tout comme le boycott collectif d'un nouvel entrant sur le marché.
- ✗ Marie P. ne peut pas s'entendre avec ses concurrents à l'occasion d'un appel d'offres, par exemple en déterminant à l'avance celui qui va remporter le marché !
- ✗ Marie P. ne peut pas échanger avec ses concurrents des informations stratégiques, notamment sur les prix futurs ou les stratégies commerciales à venir.

Exemple

Dans l'affaire des déménageurs en Martinique (2014), l'Autorité de la concurrence a sanctionné des sociétés de déménagements locales pour avoir réalisé des devis de complaisance de sorte que l'une d'entre elles remportait de façon certaine le déménagement de tel client.

Décision 14-D-16 du 18 novembre 2014

Ce que Marie P. peut faire avec ses distributeurs

Compte tenu des caractéristiques de son produit (produit de luxe par exemple), Marie P. peut sélectionner ses distributeurs, en leur imposant des critères qualitatifs : présentation des produits dans le magasin, offre de services aux clients, etc. Les critères de sélection des distributeurs doivent néanmoins être objectifs, transparents et s'appliquer à tous de manière uniforme. Marie P. peut aussi mettre en place un réseau de distributeurs exclusifs ou accorder à un distributeur un territoire exclusif.

Ce que Marie P. ne peut pas faire avec ses distributeurs

Si Marie P. peut conseiller les prix de revente, elle ne peut pas les imposer à ses distributeurs, dès lors qu'ils sont indépendants. Les prix de revente imposés sont toujours interdits, quelle que soit la taille du marché ou de l'entreprise !

Marie P. ne peut pas non plus interdire à ses distributeurs agréés de vendre en ligne ou se réserver à son seul profit la vente en ligne.



**« S'entendre ? Pourquoi pas
mais jamais au détriment...
des clients ! »**



Découvrez la vidéo sur :
autoritedelaconcurrence.fr