

### Prix conseillés : l'Autorité de la concurrence confirme la licéité de la pratique

Il aura fallu près de 10 ans à l'Autorité de la concurrence (Adlc) pour rendre sa décision dans l'affaire des produits phytosanitaires et parvenir, l'événement est assez rare pour être mentionné, à un non-lieu. La [décision du 23 avril](#) vient ainsi confirmer les conditions dans lesquelles les fournisseurs peuvent conseiller à leurs distributeurs des prix de revente aux clients finals.

Elle rappelle la grille d'analyse retenue pour l'appréciation de telles pratiques.

Celles-ci impose tout d'abord la démonstration de l'existence d'un concours de volontés, *«la différence entre le comportement unilatéral du fournisseur invitant ses distributeurs à pratiquer des prix de revente fixes ou minimaux et l'entente verticale anticoncurrentielle résid[ant] dans la preuve de l'acquiescement des distributeurs»*.

Celui-ci résulte de *«la réunion d'un faisceau d'indices précis, graves et concordants»* parmi lesquels figurent: l'évocation entre le fournisseur et ses distributeurs des prix de revente des produits au public; la mise en œuvre d'une police ou au moins d'une surveillance de ces prix; le constat d'*«une application significative des prix imposés»*.

Or, l'Autorité relève que si le fournisseur a bien évoqué les prix avec ses distributeurs, en leur transmettant, de manière non systématique, des recommandations de prix conseillés, les mesures de surveillance, soit par le fournisseur, soit par certains distributeurs sont restées ponctuelles. Par ailleurs, *«le critère de l'application effective des prix conseillés n'apparaît pas satisfait en l'espèce»* compte tenu des comparaisons avec les prix réellement pratiqués par les distributeurs.

Si elle présente l'avantage de rappeler que le fait, pour un fournisseur, de conseiller des prix de revente au détail n'est pas, en soi, une entente anticoncurrentielle, l'accent mis par l'Autorité sur l'acquiescement des distributeurs par l'application effective des prix conseillés pourrait induire une certaine insécurité pour le fournisseur, dès lors que les conseils seraient suivis par leurs distributeurs.

Sur ce point, il convient de rappeler que dans l'analyse concurrentielle, ce critère constitue

un indice parmi d'autres. Cette appréciation a été rappelée notamment dans l'affaire des parfums (prix imposés par les fabricants aux distributeurs) alors que l'affichage, par les points de vente de prix conformes, aux prix conseillés atteignait un taux de 80%.

Dans de telles hypothèses, les autorités de concurrence vont rechercher si les autres critères, rappelés ci-dessus, sont présents et notamment si les distributeurs ont effectivement subi des pressions de la part des fournisseurs et cela alors même que le «conseil» peut prendre la forme d'une forte incitation.

Ainsi, le chocolatier Jeff de Bruges avait été mis en cause pour des pratiques de prix conseillés, notamment au motif que ces prix figuraient sur des dépliants, publicités et étiquettes ainsi que sur le site Internet Jeff de Bruges. Dès lors, les consommateurs pouvaient avoir connaissance de ces prix conseillés, ce qui était susceptible d'inciter les franchisés à ne pas les dépasser. De plus, l'enquête et l'instruction avaient établi que les franchisés appliquaient, dans leur grande majorité, les tarifs proposés sur ces supports. Cependant, le Conseil de la concurrence relevait une série de points :

- aucune police des prix n'avait été mise en place par le franchiseur;
- il n'existait pas de sanction contractuelle pour le cas où le franchisé appliquerait des prix différents;
- les franchisés n'avaient pas fait pas état de pressions exercées à leur encontre par le franchiseur afin de les obliger à appliquer les prix fixés par le franchiseur et
- certains avaient même déclaré qu'ils disposent de la liberté de fixer leurs prix ou qu'ils avaient la possibilité de mettre en place des offres promotionnelles.

Dans ce contexte, le Conseil avait également refuser de considérer établie une pratique de prix imposés.

Ainsi, les fournisseurs peuvent parfaitement mettre en œuvre une politique de prix de revente au détail conseillés et même faire connaître ceux-ci directement au public dès lors qu'ils s'abstiennent strictement de toute forme de pression, à l'égard de leurs distributeurs, afin que ceux-ci appliquent, en pratique, les prix conseillés.