Remises anticoncurrentielles dans les contrats de La Poste avec les entreprises de VPC: le Conseil prend acte des engagements de La Poste et réduit de 90% la sanction encourue

Publié le 01 décembre 2004

Les pratiques en cause

Saisi par le ministre de l'économie, le Conseil de la concurrence avait rendu, le 10 avril 2001, un avis dans lequel il attirait l'attention de La Poste sur le caractère anticoncurrentiel de certaines remises contenues dans ses contrats commerciaux destinés aux «grands comptes».

Le 1er juillet 2002, estimant que La Poste n'avait pas pris en compte l'intégralité de ses préconisations, le Conseil de la concurrence s'est saisi d'office de la situation de ces contrats. Il vient de rendre, le 30 novembre 2004, une décision de fond sur ce dossier.

Dans cette décision, il constate que si La Poste a modifié une partie de ses contrats commerciaux dès le 1er janvier 2002, le secteur de la vente par correspondance (VPC), qui représente un volume très important d'activité, a continué de bénéficier de remises de couplage et de remises de fidélité jusqu'au 1er janvier 2003. Conformément à la jurisprudence, il qualifie ces pratiques d'abus de position dominante, prohibés par le droit national et européen de la concurrence.

Toutefois, La Poste n'ayant pas souhaité contester les griefs qui lui avaient été notifiés, le Conseil a pris acte de ses engagements pour l'avenir et, en

contrepartie, a décidé de lui accorder une réduction de 90% de la sanction encourue.

Des engagements substantiels, crédibles et vérifiables de la part de la Poste

La Poste a souscrit les engagements suivants :

- pour les produits sous monopole, ne pas pratiquer de remises qui traiteraient de façon discriminatoire des clients exerçant leur activité sur le même marché ;

- pour les produits ou services en concurrence et pour lesquels La Poste serait en position dominante, ne pas pratiquer de remises de couplage dont l'assiette serait constituée par le chiffre d'affaires additionné de deux ou plusieurs prestations appartenant à des marchés distincts, ainsi que de remises de fidélité (remises de développement) assises sur la progression du chiffre d'affaires des bénéficiaires.

- adapter, dans les meilleurs délais et au plus tard dans un délai de douze mois, ses dispositifs commerciaux à chaque modification du périmètre de son secteur réservé, notamment pour éliminer tout risque de couplage tarifaire entre les activités en concurrence et celles du secteur réservé.

- informer, à l'occasion de la décision prise par le Conseil, l'ensemble des responsables commerciaux et territoriaux des termes et de l'importance de ces engagements et leur rappeler périodiquement ces dispositions dans le cadre de la formation interne.

L'acceptation d'engagements : un outil à la disposition du Conseil de la concurrence

Le prononcé de sanctions et l'acceptation d'engagements pris par les entreprises sont, pour le Conseil de la concurrence, deux outils qui, s'ils ne relèvent pas des mêmes situations économiques et n'ont pas les mêmes effets, répondent au même objectif de rétablissement et de maintien pour l'avenir

d'une situation normale de concurrence. Dans le premier cas, des sanctions significatives dissuadent l'entreprise d'éventuellement réitérer et, dans le second, les engagements préfigurent une modification substantielle et crédible des comportements de l'entreprise et l'abandon de ses pratiques anticoncurrentielles.

Dans certaines situations de marché, les engagements pris par une entreprise en position dominante peuvent avoir, pour les règles du jeu concurrentiel, une plus grande efficacité que les sanctions, en particulier si ces engagements traduisent une modification substantielle des pratiques de cette entreprise et si les autorités de concurrence sont mises en mesure d'en vérifier l'application effective.

Depuis l'entrée en vigueur de la loi NRE (16 mai 2001), le Conseil de la concurrence peut, en fonction des engagements pris pour l'avenir par une entreprise à laquelle des griefs ont été notifiés et qui ne conteste pas leur réalité, réduire la sanction encourue : c'est la procédure dite de « transaction », prévue au II de l'article L.464-2 du code de commerce , qui a été appliqué en l'espèce à La Poste.

Depuis la récente entrée en vigueur de l'ordonnance du 4 novembre 2004, le Conseil peut désormais accepter des engagements de l'entreprise avant même la notification de griefs éventuels, et clore, dès ce stade, la procédure contentieuse engagée : c'est la procédure prévue à la nouvelle rédaction du premier alinéa du I de l'article L.464-2, qui s'inspire de celle pratiquée par la Commission européenne. Elle n'a pas encore fait l'objet d'application concrète à ce jour.

Une sanction réduite en l'espèce de 90%

Le Conseil de la concurrence considère que les engagements pris par La Poste sont substantiels, crédibles et vérifiables et qu'ils apportent une modification satisfaisante des comportements qui avaient été à l'origine de sa saisine d'office du 1er juillet 2002. Il a de plus constaté que la situation du secteur de la VPC a été régularisée dès 2003.

Par conséquent il prend acte des engagements souscrits par La Poste et lui enjoint de les respecter en tous points. En contrepartie, il a décidé d'accorder à La Poste une réduction de 90% de la sanction pécuniaire qu'il lui aurait normalement infligée en procédure contentieuse ordinaire. La sanction passe ainsi de 6 M€ à 600 000 €.

DÉCISION 04-D-65 DU 30 NOVEMBRE 2004

relative à des pratiques mises en œuvre par La Poste dans le cadre de son contrat commercial

Consulter le texte intégral

Contact(s)

Yannick Le Dorze
Adjoint à la directrice de la communication
01 55 04 02 14
Contacter par mail