L'Autorité de la concurrence sanctionne le distributeur des produits Diddl en France pour avoir imposé à ses revendeurs les prix de détail aux consommateurs

Publié le 15 décembre 2011

L'Autorité de la concurrence vient de rendre une décision par laquelle elle sanctionne Kontiki, le distributeur des articles Diddl en France (cartes postales, peluches, vêtements, cartables...), pour avoir imposé à ses détaillants de pratiquer les mêmes prix entre 2003 et 2007, supprimant ainsi toute concurrence par les prix entre les points de ventes.

Compte tenu de l'exclusivité que détenait Kontiki pour distribuer les articles Diddl en France, c'est l'ensemble des produits Diddl destinés aux enfants et vendus en France entre 2003 et début 2007 qui ont été concernés.

Elle inflige au distributeur français de ces produits une sanction de 1,34 million d'euros.

Le personnage Diddl : un vrai phénomène de mode chez les enfants

Créé en Allemagne dans les années 1990, le personnage Diddl représente une souris à grandes pattes. Initialement apposé sur une carte postale, le personnage est ensuite apparu sur une large gamme de produits. Il a fait l'objet d'un véritable phénomène de mode (la « Diddl-mania ») chez les enfants à partir du milieu des années 2000, avant de décliner à partir de 2007.

Poursuivant une stratégie de rareté, Kontiki, le distributeur exclusif des produits Diddl en France, a mis en place un réseau de distribution sélective limité à 1 700 points de vente.

Des pratiques qui ont abouti à la suppression de toute concurrence par les prix entre distributeurs

Entre 2003 et 2007, Kontiki a fait signer à ses revendeurs, qu'ils soient indépendants ou adossés à un réseau (La Papethèque, Cadoon's, Virgin, Soho…), des « chartes » ou des accords conditionnant notamment leur référencement sur le site Internet Diddl.fr au respect de prix de revente qui leur étaient communiqués par le biais de grilles tarifaires, de bons de commande ou d'un pré-étiquetage des produits livrés.

Les prix de revente de détail, bien qu'ils aient été présentés comme des « prix conseillés », étaient en réalité des prix imposés : « ce ne sont pas des prix minimum ou maximum mais les prix que nous devons respecter » ; « nous ne pouvons pas vendre au-dessous de ces prix », ont ainsi témoigné certains détaillants. D'autres ont fait état d'avertissements ou d'actes de pression lorsqu'ils appliquaient des prix de revente inférieurs aux prétendus « prix conseillés ».

L'Autorité a prononcé une sanction de 1,34 million d'euros

Les prix imposés pratiqués par Kontiki sont d'une certaine gravité, dans la mesure où ils ont tendu à restreindre, pendant près de cinq ans, la concurrence par les prix entre revendeurs au détriment des consommateurs, alors même qu'existait pour les produits Diddl une forte demande de la part des enfants. Néanmoins, l'Autorité de la concurrence a tenu compte de la situation individuelle très particulière de Kontiki, dont le chiffre d'affaires, notamment, est bien moins élevé qu'à l'époque des faits. Elle lui a imposé une sanction de 1,34 million d'euros.

DÉCISION 11-D-19 DU 15 DÉCEMBRE 2011

relative à des pratiques mises en œuvre dans le secteur de la distribution de gadgets et articles de fantaisie

Lire le texte intégral

Contact(s)

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