Vente d'aliments secs pour chiens et chats dans la distribution spécialisée

Publié le 20 mars 2012

L'Autorité de la concurrence sanctionne à hauteur de 35 322 000 € les groupes Nestlé, Mars Incorporated, Colgate-Palmolive et leurs filiales spécialisées pour avoir limité la concurrence au stade de la distribution en gros de leurs produits.

Les entreprises Nestlé Purina Petcare France et Royal Canin ont mis en place des prix de revente imposés et des restrictions territoriales dans toute la France pendant 5 ans.

L'Autorité de la concurrence rend aujourd'hui une décision par laquelle elle sanctionne trois entreprises leader du secteur de l'alimentation pour chiens et chats - **Nestlé Purina Petcare France SAS (Groupe Nestlé SA), Royal Canin SAS (Groupe Mars Incorporated) et Hill's Pet Nutrition SNC (Groupe Colgate Palmolive Company)** - pour avoir, entre 2004 et 2008, restreint la concurrence sur les marchés de la vente d'aliments secs pour chiens et pour chats dans la distribution spécialisée – qui regroupe les magasins spécialisés (animaleries, jardineries, libres-services agricoles, magasins de bricolage), les éleveurs et les vétérinaires.

Les marchés des aliments secs pour chiens et pour chats

La France compte environ 8 millions de chiens et 10 millions de chats. Les trois fabricants sanctionnés représentaient, à l'époque des faits, plus de 70% des ventes d'aliments secs pour chiens et chats dans la distribution spécialisée. La

vente d'aliments secs (appelés aussi « croquettes ») représente près de 70% des ventes globales d'aliments pour chiens et chats en France. Dans les aliments secs, on distingue les produits standards, qui sont essentiellement distribués dans les grandes surfaces alimentaires, et les aliments haut de gamme (aussi appelés *premium* et *super premium*), qui sont vendus exclusivement dans la distribution spécialisée.

Pour ce qui concerne le circuit de la distribution spécialisée, les sociétés Nestlé Purina Petcare France et Royal Canin vendent leurs produits haut de gamme à des grossistes-distributeurs indépendants, qui revendent ensuite ces produits aux détaillants des magasins spécialisés : BHV, Delbard, Gamm Vert, Jardiland, Leroy Merlin, Monsieur Bricolage, Truffaut, etc.

Nestlé Purina Petcare France et Royal Canin, qui n'ont pas contesté les faits, se sont entendus avec leurs grossistes pour restreindre la concurrence

Durant 5 ans, de 2004 à 2008, Nestlé Purina Petcare France et Royal Canin se sont entendus avec l'ensemble de leurs grossistes indépendants. Les deux fournisseurs ont chacun mis en œuvre un ensemble de pratiques ayant tendu à restreindre la concurrence : imposition de prix de revente à leurs grossistes, interdiction de la « vente passive », exclusivités territoriales, d'approvisionnement et de clientèle.

Du fait de ces pratiques *(détaillées ci-dessous),* **les détaillants n'ont pas été en mesure de faire jouer pleinement la concurrence entre grossistes-distributeurs pour réduire leurs coûts d'approvisionnement. L'ensemble de ces restrictions de concurrence a été de nature à engendrer des surcoûts et donc des répercussions sur les prix pratiqués vis-à-vis des consommateurs finaux des marques de Nestlé Purina Petcare France et Royal Canin.**

• Prix de revente imposés par les fabricants

Les prix de vente des produits aux centrales de référencement ou d'achat des enseignes spécialisées étaient négociés directement entre les fabricants et ces

centrales alors que ces dernières achetaient leurs produits auprès de grossistes-distributeurs qui s'approvisionnaient auprès desdits fabricants. En vertu de ce mécanisme, les grossistes-distributeurs n'étaient donc pas libres de fixer leurs prix : le tarif négocié au niveau national pour les magasins d'une même enseigne était appliqué de manière identique par tous les grossistes-distributeurs. Pour ce qui concerne Nestlé Purina Petcare France, ces pratiques de prix imposés s'étendaient également aux magasins indépendants sans enseigne.

• **Restrictions territoriales**

Chaque grossiste-distributeur n'opérait que sur une zone géographique limitée, déterminée par le fabricant. Cette exclusivité territoriale a contribué au cloisonnement du marché de gros et à affaiblir la concurrence entre grossistes-distributeurs pour les produits d'une même marque (concurrence « intra-marque »).

En outre, les grossistes-distributeurs refusaient les ventes de produits à un détaillant situé hors de leur zone de distribution (« ventes passives »). Un magasin donné ne pouvait donc s'approvisionner que chez un seul grossiste-distributeur, qui lui était assigné par le fabricant. Dès lors, les grossistes-distributeurs ne se faisaient finalement aucune concurrence entre eux.

• **Cumul de clauses d'exclusivité**

Nestlé Purina Petcare France et Royal Canin ont mis en place des systèmes de distribution de leurs produits haut de gamme distincts et étanches, liés à la catégorie de détaillant concernée. La vente en gros aux magasins spécialisés et éleveurs était confiée à un réseau de grossistes-distributeurs indépendants, tandis que les produits destinés aux vétérinaires (et aux grandes surfaces alimentaires, pour ce qui concerne Nestlé Purina Petcare France) étaient distribués directement par les fabricants.

Ces exclusivités de clientèle, qui ont contribué à cloisonner les marchés concernés pour certaines variétés de produits, ont ainsi limité la concurrence en

empêchant les détaillants de faire jouer la concurrence entre grossistes.

De plus, les grossistes-distributeurs étaient contraints, de fait, à une exclusivité d'achat auprès d'un seul fabricant (distribution « mono-marque »), empêchant un détaillant d'arbitrer entre plusieurs marques lorsqu'il s'approvisionne chez un même grossiste-distributeur. Cette stratégie commerciale des fabricants s'appuyait sur un système incitatif de remises accordées aux grossistes, dont l'effet était renforcé par la multiplicité des références et la saturation de leurs capacités logistiques.

Hill's Pet Nutrition a interdit les exportations de ses produits hors de France

Hill's Pet Nutrition (groupe Colgate Palmolive), qui avait recours à cinq grossistes-vétérinaires pour la revente de ses gammes de produits destinées aux vétérinaires, s'est entendue avec ses grossistes-vétérinaires durant 5 ans, de 2004 à 2008, pour interdire les exportations de ses produits hors du territoire français. Une clause, figurant aux conditions générales de vente conclues par Hill's avec les grossistes-vétérinaires, portait interdiction de livrer des produits aux vétérinaires situés en dehors du territoire français sans accord préalable du fabricant.

Les sanctions prononcées

L'Autorité a apprécié la gravité des pratiques – qui se sont cumulées – et l'importance du dommage causé à l'économie.

Les différentes ententes mises en œuvre ont porté sur des produits *« suscitant un investissement affectif de la part des consommateurs finaux, auxquels la fidélité aux marques confère un caractère vulnérable ».* De plus, la demande de ces produits est faiblement élastique aux prix, compte tenu de la fidélité des consommateurs aux marques.

L'Autorité rappelle dans sa décision que le dommage à l'économie est potentiellement d'autant plus important que la demande est faiblement

élastique aux prix. En effet, alors que la concurrence devrait théoriquement conduire à des prix proches des coûts – et ce d'autant plus qu'elle est forte –, une entente permet aux entreprises qui la mettent en œuvre d'augmenter d'autant plus fortement leurs prix que la demande est inélastique.

Concernant la pratique d'exclusivité territoriale mise en oeuvre par Hill's Pet Nutrition et ses grossistes-vétérinaires, l'Autorité a constaté que le dommage à l'économie avait été extrêmement limité, voire inexistant, compte tenu du fait que la clause contractuelle a été limitée au seul segment des vétérinaires et n'a pas été en fait appliquée.

Pour déterminer les sanctions, l'Autorité a aussi tenu compte de la situation individuelle de chaque entreprise, notamment de la durée respective des pratiques mises en œuvre par chacune d'entre elle, et de la dimension internationale et des ressources financières des groupes Nestlé, Mars et Colgate Palmolive, auxquels appartiennent respectivement NPPF, Royal Canin et Hill's. Elle a aussi pris en considération la situation de réitération dans laquelle se trouve Royal Canin, du fait d'une précédente infraction aux règles de concurrence (décision du Conseil de la concurrence du 22 juin 2005[1]).

Toutefois, l'Autorité a accordé des réductions de sanction de 18 % aux sociétés Nestlé Purina Petcare France et Nestlé SA et de 20 % aux sociétés Royal Canin et Mars Incorporated pour ne pas avoir contesté les griefs et avoir pris des engagements, en particulier concernant leurs programmes de conformité aux règles de concurrence.

Le montant final des sanctions s'élève à :

Entreprise	*Montant de la sanction*
Nestlé Purina Petcare France et Groupe Nestlé SA	**19 040 000 €**
Royal Canin SAS et Groupe Mars Incorporated	**11 618 000 €**

Hill's Pet Nutrition SNC et Groupe Colgate Palmolive Company	**4 664 000 €**

(1) Décision n° 05-D-32 du Conseil de la concurrence du 22 juin 2005 relative à des pratiques mises en œuvre par la société Royal Canin et son réseau de distribution.

DÉCISION 12-D-10 DU 20 MARS 2012

relative à des pratiques mises en œuvre dans le secteur de l'alimentation pour chiens et chats

Consulter le texte intégral