Nespresso propose des engagements destinés à lever les obstacles à l'entrée et au développement des autres fabricants de capsules fonctionnant avec ses machines à café

Publié le 17 avril 2014

Nespresso s'engage devant l'Autorité de la concurrence à lever les obstacles à l'entrée et au développement des autres fabricants de capsules fonctionnant avec ses machines à café**.**

Dans le cadre d'une procédure ouverte devant l'Autorité de la concurrence par DEMB (marque L'Or Espresso) - anciennement dénommée Sara Lee - et Ethical Coffee Company (marque Espresso et marques distributeurs), Nespresso propose **une série d'engagements destinés à lever les obstacles à l'entrée et au développement des autres fabricants de capsules fonctionnant avec ses machines à café**.

L'Autorité de la concurrence, qui est la première autorité antitrust à analyser ces pratiques, lance une consultation auprès des acteurs du secteur (test de marché) afin de vérifier que cette proposition d'engagements est suffisante pour répondre aux préoccupations de concurrence qu'elle a identifiées.

NESPRESSO, LEADER DU SECTEUR DES MACHINES ET CAPSULES À CAFÉ PORTIONNÉ

Les machines à café expresso portionné, permettant une préparation facile et rapide d'un café expresso grâce à l'utilisation de machines fonctionnant avec des portions de café (capsules, dosettes,…), rencontrent un grand succès auprès des ménages français : plus de 25 % d'entre eux en sont équipés. Plusieurs

modèles sont présents sur le marché tels que, *Nespresso* et *Nescafé Dolce Gusto* du groupe Nestlé, *Iperespresso* de la société Illy, *A modo Mio* de Lavazza, ou *Oh Espresso* et *Ek'ho* de Malongo.

Nespresso a lancé la première machine à café expresso portionné. En France, 73 % des machines à café expresso portionné vendues sont des machines Nespresso et 85 % des capsules compatibles avec les machines Nespresso vendues sont des capsules de marque Nespresso (chiffres 2012). Nespresso réalise en France un quart de son chiffre d'affaires mondial.

En 2010, les premiers concurrents investissent en France le créneau de la vente de capsules compatibles avec les machines Nespresso. DEMB lance ses capsules L'Or Espresso en avril et Ethical Coffee Company commercialise ses capsules de marque Espresso et de marques distributeurs à partir du mois de mai. Depuis, d'autres fabricants de capsules compatibles sont entrés sur le marché.

LES PLAINTES DE DEMB ET ETHICAL COFFEE COMPANY

Les deux sociétés saisissantes dénoncent des pratiques d'éviction de la part de Nespresso consistant, notamment, à lier l'achat des capsules de marque Nespresso à celui des machines à café de marque Nespresso.

LES PRÉOCCUPATIONS DE CONCURRENCE DE L'AUTORITÉ : NESPRESSO AURAIT MIS EN PLACE DIFFÉRENTES PRATIQUES INCITANT LES CONSOMMATEURS À N'UTILISER SUR SES MACHINES QUE DES CAPSULES DE SA MARQUE

Les services d'instruction de l'Autorité ont relevé plusieurs pratiques d'ordre technique, juridique et commercial incitant les consommateurs à n'utiliser que les capsules de sa marque :

- **au niveau technique** : les modifications successives apportées aux machines Nespresso ont eu pour effet de rendre les capsules de fabricants concurrents incompatibles avec les nouveaux modèles (transfert du joint

d'étanchéité des machines aux capsules, ajout de nervures, de crochets et de rainures dans la cage d'extraction, modification du paramétrage du débitmètre, changement du système de perforation des capsules) ;

- sur le **plan juridique** : Nespresso a apposé sur les machines à café Nespresso, sur leur emballage, ainsi que dans leur mode d'emploi et en particulier dans la garantie, des mentions incitant les consommateurs à n'utiliser que les capsules de marque Nespresso ;

- sur le **volet commercial** : Nespresso a relayé dans la presse, une communication incitant les consommateurs à n'utiliser que les capsules de marque Nespresso.

À ce stade de l'instruction et compte tenu des éléments recueillis, il apparaît que Nespresso est susceptible d'avoir abusé de sa position dominante en liant l'achat de ses capsules à celui de ses machines à café, sans justification objective, évinçant, de ce fait, les fabricants de capsules concurrents.

LES ENGAGEMENTS PROPOSÉS PAR NESPRESSO

En réponse aux préoccupations de concurrence identifiées par l'Autorité, Nespresso a proposé trois types d'engagements, qui seraient valables pour une durée de 7 ans.

- ***La transparence sur les modifications techniques apportées à ses machines***

Nespresso s'engage, notamment, à communiquer aux fabricants de capsules concurrents qui en feraient la demande une mise à jour technique de toutes les modifications apportées susceptibles d'avoir un impact sur l'interaction entre la capsule et la machine Nespresso, et ce 3 mois avant leur entrée en vigueur.

- ***Une garantie s'appliquant quelles que soient les marques de capsules utilisées***

Nespresso propose de mettre en œuvre de nouvelles conditions de garantie s'appliquant « *y compris en cas d'utilisation de capsules autres que de marque Nespresso*

, *sauf si le dommage ou le dysfonctionnement constaté a été causé par l'utilisation de telles capsules* ». En cas de différend, c'est à Nespresso de prouver que le dommage ou le dysfonctionnement a été causé par l'utilisation de ces autres capsules.

- ***Aucun commentaire dissuadant les consommateurs d'utiliser les capsules concurrentes***

Nespresso s'interdit notamment de formuler tout commentaire sur les capsules des concurrents, tant dans la presse qu'au sein du Club Nespresso. Cet engagement sera mis en œuvre dans le cadre d'un programme de conformité[1].

En outre, par anticipation et dans la perspective de la fête des mères, qui est un événement très porteur en termes de ventes, Nespresso s'est engagée à mettre en œuvre dès maintenant une série d'engagements spécifiques, concernant le nouveau modèle de machine Nespresso déjà en vente - Inissia -, afin de limiter les potentiels effets d'éviction liés au changement du système de perforation des capsules.

LES SUITES DE LA PROCÉDURE

A l'issue du test de marché, le collège de l'Autorité se réunira en séance pour entendre les parties et examiner les observations formulées par les tiers. Il pourra, le cas échéant, demander à ce que les engagements soient modifiés ou complétés puis, après les avoir rendus obligatoires, clore la procédure. Dans le cas où les engagements, même amendés, ne seraient toujours pas satisfaisants, l'Autorité reprendrait le cours de la procédure contentieuse classique.

Les tiers intéressés ont jusqu'au 19 mai 2014 pour faire part de leurs observations sur les engagements proposés par Nespresso. Toutes les informations pratiques sont précisées dans le test de marché disponible ici.

[1]*Un programme de conformité est un mécanisme de contrôle, d'alerte, de sensibilisation et de formation des salariés au respect, notamment, du droit de la concurrence*.

> Consulter le test de marché

> Consulter les propositions d'engagements de Nespresso

Contact(s)

Virginie Guin
Directrice de la communication
01 55 04 02 62
Contacter par mail

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