Appareils électroménagers et audiovisuels : le Conseil de la concurrence sanctionne une entente entre les principaux distributeurs et certains fabricants

Publié le 03 juillet 2002

Par une décision du 28 juin 2002, le Conseil de la concurrence a sanctionné le fabricant de produits électroménagers Thomson ainsi que les distributeurs Fnac, Darty, Euromarché, Connexion, Camif et Conforama pour un montant total de 34 160 000 euros (224 millions de francs).

Bien que la société Akaï ait activement participé aux pratiques sanctionnées, le Conseil n'a pas prononcé de condamnation pécuniaire à son encontre en raison de sa mise en liquidation judiciaire.

Les marques Akaï et Thomson comptent parmi les plus vendues en France en ce qui concerne les magnétoscopes, caméscopes et téléviseurs.

Des produits Akaï au même prix dans la plupart des magasins…

Une enquête de grande envergure, dans le cadre de laquelle de très nombreux relevés de prix ont été opérés, a permis de mettre en évidence que les distributeurs mis en cause pratiquaient des prix identiques (ou très proches) pour chaque référence de la marque Akaï.

Le Conseil de la concurrence a constaté que cet alignement de prix procédait d'une série d'ententes verticales sur le prix de vente au détail en magasin, entre

Akaï et les cinq distributeurs Fnac, Darty, Euromarché, Connexion et Conforama.

Cet alignement de prix, mis en place lors des négociations commerciales entre Akaï et ses distributeurs, était ensuite consolidé par la politique commerciale et publicitaire mise en œuvre par ces derniers :

- l'uniformité des prix était contrôlée, à la fois par le fabricant, par le biais de ses forces commerciales, et par les distributeurs eux-mêmes, au moyen de la clause de remboursement aux consommateurs de la différence de prix, dans le cas où ceux-ci signaleraient qu'un même produit était offert à un prix moins élevé par un distributeur voisin. Cette clause permettait, en fait, de faire repérer par les consommateurs, les distributeurs qui ne respectaient pas le prix convenu ;
- la diffusion de catalogues et de publicités nationales ou locales permettait par ailleurs aux distributeurs de s'assurer du respect généralisé à l'ensemble du territoire national des prix ainsi convenus.

Thomson "*négociait*" le prix de vente de ses produits au catalogue de la Camif

L'enquête et l'instruction ont aussi mis en lumière que les prix de vente des produits du groupe Thomson (marques Thomson, Brandt, Saba, Telefunken) vendus par la Camif à ses adhérents, avaient été fixés d'un commun accord entre les deux parties lors de négociations commerciales, bien avant l'impression et la diffusion du catalogue de vente par correspondance.

Le consommateur final, victime de ces pratiques

Cette série d'ententes entre Akaï et ses distributeurs a abouti à une uniformisation des prix de vente au consommateur. Elles ont permis à Akaï et à ses distributeurs de garantir leurs marges de rémunération et ont pénalisé le consommateur final en rendant impossible le libre jeu de la concurrence par les prix entre distributeurs d'un même produit.

De même, la fixation en commun des prix de vente entre le fabricant Thomson et la Camif a potentiellement privé le consommateur de la possibilité de bénéficier de prix qui auraient pu être moins élevés.

Des pratiques graves, dont la portée justifie des sanctions pécuniaires

Les ententes de prix font partie des pratiques anticoncurrentielles les plus graves et sont systématiquement relevées et sanctionnées par les autorités de concurrence. En l'espèce, ces pratiques sont d'autant plus graves que les entreprises en cause sont des acteurs importants du marché :

La société Akaï (spécialiste des produits dits "*bruns*") est, avec la société Philips, en première position des ventes de magnétoscopes.

Parmi les distributeurs, le groupe Pinault-Printemps-La Redoute (qui détient la Fnac, Conforama) est leader sur le segment de la distribution "*spécialisée*", suivi par le groupe Darty.

La société Euromarché (groupe Carrefour) est, en ce qui la concerne, leader sur le segment de la distribution assurée par le circuit des hypermarchés à dominante alimentaire.

La société Thomson est, pour sa part, avec la société Philips, en première position des ventes de téléviseurs. Quant au groupe Camif, il est le troisième distributeur à distance.

Le Conseil a relevé que la mise en œuvre d'ententes de ce type, par des distributeurs aussi importants, peut donner à penser aux autres fournisseurs et distributeurs indépendants que ce comportement est normal et les inciter à les adopter. Il a donc considéré que le dommage causé à l'économie dépassait le simple enjeu des marques et distributeurs concernés : le dispositif de sanction tient compte de ces éléments, mais aussi de la durée et de l'étendue des pratiques ainsi que des chiffres d'affaires des société en cause. Le Conseil a également pris en considération le fait qu'il s'agit d'une réitération de pratiques

pour les sociétés Thomson, Darty et Conforama, lesquelles avaient déjà été, dans le passé, condamnées pour des pratiques analogues en 1980.

DÉCISION 02-D-42 DU 28 JUIN 2002

relative à des pratiques relevées dans le secteur de la distribution des appareils électroménagers et d'électronique grand public

Consulter le texte intégral de la décision

Contact(s)

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