

**Décision n° 15-D-14 du 10 septembre 2015  
sur les pratiques mises en œuvre par les sociétés Bolton Solitaire  
SAS, Danone SA, Johnson & Johnson Santé et Beauté France SAS  
et Pernod-Ricard SA dans le secteur de la distribution des produits  
de grande consommation en outremer**

L’Autorité de la concurrence, section V,

Vu la décision n° 10-SO-01 du 29 janvier 2010, enregistrée sous le numéro 10/0005 F, par laquelle l’Autorité de la concurrence s’est saisie d’office de pratiques mises en œuvre dans le secteur de la distribution des produits de grande consommation dans les départements d’outre-mer en application des dispositions de l’article L. 462-5 du code de commerce ;

Vu la décision n° 14-SO-06 du 14 octobre 2014, enregistrée sous le numéro 14/0078 F, par laquelle l’Autorité a étendu sa saisine d’office aux pratiques mises en œuvre dans le secteur de la distribution des produits de grande consommation dans l’ensemble des collectivités d’outre-mer pour lesquelles l’Autorité est compétente;

Vu la décision du 17 octobre 2014, par laquelle la rapporteure générale a joint l’instruction de ces deux dossiers ;

Vu le livre IV du code de commerce ;

Vu les décisions de secret des affaires n° 14-DSA-282, 14-DSA-284, 14-DSA-293, 15-DSA-70, 15-DSA-72, 15-DSA-73, 15-DSA-74, 15-DSA-75, 15-DSA-76, 15-DSA-77, 15-DSA-78, 15-DSA-85, 15-DSA-86, 15-DSA-87, 15-DSA-88, 15-DSA-89, 15-DSA-103, 15-DSA-104, 15-DSA-116, 15-DSA-117, 15-DSA-119, 15-DSA-124, 15-DSA-135, 15-DSA-138, 15-DSA-142, 15-DSA-143, 15-DEC-07, 15-DECR-16, 15-DECR-17, 15-DECR-19;

Vu l’évaluation préliminaire des préoccupations de concurrence en date du 1<sup>er</sup> avril 2015 transmise aux parties et au commissaire du Gouvernement le 2 avril 2015 ;

Vu les propositions d’engagements de la société Bolton Solitaire SA du 4 mai 2015 modifiée le 21 juillet 2015, de la société Danone SA du 12 mai 2015, modifiée le 10 juillet 2015, de la société Johnson & Johnson Santé et Beauté France du 12 mai 2015, modifiée le 8 juillet 2015 et de la société Pernod-Ricard du 5 mai 2015, modifiée le 8 juillet 2015 ;

Le rapporteur, la rapporteure générale adjointe, le commissaire du Gouvernement et les représentants des sociétés Bolton Solitaire SA, Danone SA, Johnson & Johnson Santé et Beauté France et Pernod-Ricard entendus lors de la séance du 21 juillet 2015 ;

Vu les autres pièces du dossier ;

Adopte la décision suivante :

## SOMMAIRE

<b>I. Constatations .....</b>	<b>3</b>
A. LES PARTIES MISES EN CAUSE.....	3
1. BOLTON SOLITAIRE SAS .....	3
2. DANONE .....	3
3. JOHNSON & JOHNSON .....	3
4. PERNOD-RICARD .....	4
B. LES CIRCUITS D'IMPORTATION .....	4
<b>II. L'évaluation préliminaire .....</b>	<b>5</b>
A. LE DROIT APPLICABLE.....	5
B. LES PRATIQUES CONSTATÉES .....	5
1. LES PRATIQUES MISES EN ŒUVRE PAR BOLTON SOLITAIRE SA .....	5
2. LES PRATIQUES MISES EN ŒUVRE PAR CERTAINES FILIALES DU GROUPE DANONE	6
a) Les pratiques mises en œuvre par SAEME .....	6
b) Les pratiques mises en œuvre par DNA&O .....	6
c) Les pratiques mises en œuvre par les filiales du groupe Johnson & Johnson	7
d) Les pratiques mises en œuvre par certaines filiales du groupe Pernod-Ricard .....	8
<b>III. La mise en œuvre de la procédure d'engagements .....</b>	<b>9</b>
A. SUR LES ENGAGEMENTS PROPOSÉS PAR LES ENTREPRISES MISES EN CAUSE ....	9
1. LES ENGAGEMENTS PROPOSÉS PAR BOLTON SOLITAIRE .....	9
2. LES ENGAGEMENTS PROPOSÉS PAR LES FILIALES DE DANONE SA .....	10
3. LES ENGAGEMENTS PROPOSÉS PAR JOHNSON & JOHNSON SANTÉ ET BEAUTÉ FRANCE .....	11
4. LES ENGAGEMENTS PROPOSÉS PAR PERNOD-RICARD .....	12
B. LES OBSERVATIONS REÇUES LORS DU TEST DE MARCHÉ .....	13
C. DISCUSSION .....	13
1. SUR LES ENGAGEMENTS .....	14
a) Sur les modalités de la mise en concurrence des opérateurs envisagées dans chacun des territoires .....	14
b) Sur les délais de mise en œuvre.....	15
2. CONCLUSION .....	15

## **I. Constatations**

1. Par décision n° 10-SO-01 du 29 janvier 2010, enregistrée sous le numéro 10/0005F, l'Autorité de la concurrence (ci-après « l'Autorité ») s'est saisie d'office de pratiques mises en œuvre dans le secteur de la distribution des produits de grande consommation dans les départements d'outre-mer.
2. Par décision n° 14-SO-06 du 14 octobre 2014, enregistrée sous le numéro 14/0078F, l'Autorité a étendu sa saisine d'office aux pratiques mises en œuvre dans le secteur de la distribution des produits de grande consommation dans l'ensemble des collectivités d'outre-mer pour lesquelles elle est compétente.
3. Par décision du 17 octobre 2014, la rapporteure générale a joint ces deux affaires.

### **A. LES PARTIES MISES EN CAUSE**

#### **1. BOLTON SOLITAIRE SAS**

4. Bolton Solitaire SAS (RCS Nanterre B 742 018 443) est une filiale à 100 % du groupe italien Bolton Manitoba SPA. Les différentes entités du groupe Bolton sont présentes, en Europe et dans le reste du monde, sur les marchés de la fabrication de produits d'alimentation, de beauté, d'hygiène et d'entretien. La société Bolton Solitaire SAS commercialise, en France métropolitaine et en outre-mer, les marques Carolin, WC Net, Omino Bianco, Ouragan, Solivaisselle, Merito et Sanogyl.

#### **2. DANONE**

5. Les différentes entités du groupe Danone consolident leurs comptes auprès de la société Danone S.A (RCS Paris 552 032 534) (cotes 1834 VC, 3962 VNC). Au sein du groupe, seules les Société Anonyme des Eaux Minérales d'Evian (RCS Thonon les Bains 797 080 850) (ci-après « SAEME ») et Danone Nutricia Africa and Overseas (RCS Villefranche-Tarare 517 441 820) (ci-après « DNA&O »), produisent des biens de grande consommation qui sont acheminés et distribués dans les collectivités d'outre-mer.
6. La SAEME produit et commercialise les eaux minérales naturelles vendues sous marque Badoit, Evian et Volvic (cotes 1834 VC, 3962 VNC). La société DNA&O produit et commercialise les produits d'alimentation pour nourrissons vendus sous les marques Gallia, Blédilait, Blédidej, Blédichef, Blédine, Phosphatine, Les Idées de Maman et Blédina (cotes 1834 VC, 3962 VNC).

#### **3. JOHNSON & JOHNSON**

7. La société Johnson & Johnson Santé Beauté France SAS (RCS Nanterre 479 824 724) appartient au groupe nord-américain Johnson & Johnson (ci-après « JJSBF »), auprès

duquel ses comptes sont consolidés. Johnson & Johnson Santé Beauté France produit et commercialise les produits vendus sous les marques Le Petit Marseillais, Laboratoires Vendôme, Neutrogena, Primage, Listerine, Vania et Nett.

#### **4. PERNOD-RICARD**

8. La société Pernod-Ricard SA (RCS Paris 582 041 943) est la tête du groupe Pernod-Ricard en France. Elle produit et commercialise, par l’intermédiaire de ses filiales, des boissons alcoolisées, notamment les marques Absolut, Ballantine’s, Chivas Regal, The Glenlivet, Pastis 51, Pernod, Ricard, Martell, Mumm, Perrier-Jouët et Havana Club International.
9. L’approvisionnement des distributeurs ultramarins est assuré par trois filiales du groupe Pernod-Ricard. Pernod-Ricard Americas Travel Retail (ci-après « PRATR »), société de droit américain, assure l’approvisionnement des Antilles et de la Guyane. Pernod-Ricard Kenya, société de droit kenyan, approvisionne les distributeurs établis à la Réunion et à Mayotte. Enfin, Pernod-Ricard Europe Middle East and Africa est en charge de la distribution des produits anisés de marque Ricard à Saint Pierre et Miquelon.

#### **B. LES CIRCUITS D’IMPORTATION**

10. Dans son avis n° [09-A-45](#), l’Autorité a distingué trois circuits d’approvisionnement des territoires ultramarins : le circuit intégré, le circuit court et le circuit long.
11. Le circuit intégré est celui par lequel l’industriel implante une structure logistique lourde sur le territoire concerné. Il se charge ainsi du transport, de la manutention des produits et de l’approvisionnement des points de vente. Ce circuit, choisi par certains fournisseurs dans les territoires dans lesquels ils réalisent des chiffres d’affaires importants, est le moins fréquemment rencontré en pratique.
12. Dans le cas du circuit court (ou « circuit désintermédié »), le distributeur est livré sur ses propres plateformes de stockage situées en métropole, outre-mer ou dans les deux. Ce circuit d’approvisionnement est, par exemple, privilégié par les grands distributeurs pour l’approvisionnement en produits vendus sous leur marque.
13. Enfin, le circuit long (ou « circuit intermédiaire ») consiste à recourir à un intermédiaire, généralement désigné sous le terme d’« importateur-grossiste », qui assure certaines opérations logistiques (stockage, livraison, etc.), revend aux distributeurs les produits achetés auprès des industriels et prend en charge certaines actions commerciales. Le circuit long est le circuit d’approvisionnement historique dans les territoires ultramarins. Nonobstant le développement de l’approvisionnement direct au cours des deux dernières décennies, les industriels métropolitains ont recours au système intermédiaire de manière quasi systématique pour la vente de leurs produits de marque.
14. Les importateurs-grossistes, même s’ils se présentent parfois eux-mêmes comme agents de marque, sont indépendants d’un point de vue juridique et économique des fournisseurs dont ils assurent la distribution des produits. Malgré cette indépendance qui devrait permettre une certaine mobilité, le marché de l’intermédiation est caractérisé par une grande inertie en raison de la pérennité des relations commerciales entre fournisseurs et grossistes-importateurs, établies pour certaines depuis plusieurs décennies. En effet, si une certaine concurrence peut s’exercer entre les grossistes-importateurs lors des négociations

commerciales initiales pour l’acheminement et la distribution de certains produits sur un territoire concerné, rares sont les fournisseurs qui changent ensuite de grossistes, sauf à l’occasion de restructurations au sein des groupes auxquels appartiennent les industriels. Ces changements peuvent conduire à ce qu’une marque ou un produit distribué par un importateur grossiste soit confié à un autre importateur, partenaire de l’acquéreur.

## II. L’évaluation préliminaire

### A. LE DROIT APPLICABLE

15. L’article L. 420-2-1 du code de commerce, dispose que : « *Sont prohibés, dans les collectivités relevant de l’article 73 de la Constitution et dans les collectivités d’outre-mer de Saint-Barthélemy, de Saint-Martin, de Saint-Pierre-et-Miquelon et de Wallis-et-Futuna, les accords ou pratiques concertées ayant pour objet ou pour effet d'accorder des droits exclusifs d'importation à une entreprise ou à un groupe d'entreprises* ».
16. Toutefois, en application du III de l’article L. 420-4, ces accords d’exclusivité peuvent être admis dès lors que leurs auteurs peuvent justifier qu’ils sont fondés « *sur des motifs objectifs tirés de l'efficacité économique et qui réservent aux consommateurs une partie équitable du profit qui en résulte* ».
17. Ces dispositions, issues de la loi n° 2012-1270 du 20 novembre 2012, sont applicables à compter du 20 mars 2013.

### B. LES PRATIQUES CONSTATÉES

#### 1. LES PRATIQUES MISES EN ŒUVRE PAR BOLTON SOLITAIRE SA

18. Dans sa réponse au questionnaire des services d’instruction, la société Bolton Solitaire SA a déclaré : « *Les produits Bolton Solitaire sont commercialisés directement dans les territoires d’outre-mer uniquement par un circuit long avec un incoterm de Franco Transitaire* » (cote 2735), tout en précisant que ses produits sont également susceptibles d’être acheminés par les plateformes des enseignes de grande distribution métropolitaines qui ont « *les moyens d’expédier des marchandises dans les territoires d’outre-mer à partir de leurs dépôts français* » (cote 2736).
19. Les produits sous les marques commercialisées par Bolton Solitaire sont distribués en Guadeloupe, à Saint-Barthélemy et à Saint-Martin par un seul intermédiaire, la société DIFAG, grossiste-importateur sis à Baie-Mahault en Guadeloupe, qui bénéficie d’un contrat signé le 1<sup>er</sup> avril 2009 avec Bolton Solitaire SA et qui est toujours en vigueur. Certaines clauses de ce contrat sont de nature à conforter une situation d’exclusivité au profit du grossiste-importateur.
20. Les produits sous les marques commercialisées par Bolton Solitaire sont également distribués par un seul intermédiaire de gros en Martinique, à Mayotte et à la Réunion.

21. Ainsi, sur l'ensemble de ces territoires ultramarins, les relations commerciales de la société Bolton Solitaire SA avec les intermédiaires de gros qui assurent la distribution de ses produits sont susceptibles d'être prohibées par les dispositions de l'article L. 420-2-1 du code de commerce.

## **2. LES PRATIQUES MISES EN ŒUVRE PAR CERTAINES FILIALES DU GROUPE DANONE**

### **a) Les pratiques mises en œuvre par SAEME**

22. La société Danone SA a précisé que : « *La SAEME utilise le circuit long pour acheminer et distribuer ses produits dans les collectivités d'Outre-mer concernées* » (cotes 1835 VC, 3963 VNC), sans exclure les importations directes par la grande distribution<sup>1</sup>.
23. Les eaux en bouteille commercialisées par SAEME sont distribuées par un seul intermédiaire de gros aux Antilles et en Guyane. La distribution des marques Évian, Volvic, Badoit en Martinique, en Guadeloupe, et en Guyane est régie par deux contrats signés le 21 janvier 1999 avec différentes filiales de la société Antilles Glaces<sup>2</sup> (qui est elle-même une filiale du groupe Alain Despointes). Le premier contrat porte sur les eaux de marque Evian et Badoit (cotes 1851 à 1870 VC, 3979 à 3997 VNC), le second porte sur les eaux sous marque Volvic (cotes 1870 à 1890 VC, 4000 à 4019 VNC).
24. Certaines clauses de ces contrats sont de nature à conforter une situation d'exclusivité au profit des grossistes-importateurs avec lesquels ils sont conclus.
25. La même situation d'importateur unique pour un territoire est constatée à la Réunion, à Mayotte, à Saint-Barthélemy et à Saint-Pierre et Miquelon.
26. Ainsi, les modalités des relations commerciales de la société SAEME avec les intermédiaires de gros qui assurent la distribution de ses produits en Guadeloupe, en Guyane, à Saint-Barthélemy, en Martinique, à Mayotte, à la Réunion et à Saint-Pierre et Miquelon sont susceptibles d'être prohibées par les dispositions de l'article L. 420-2-1 du code de commerce

### **b) Les pratiques mises en œuvre par DNA&O**

27. Dans sa réponse au questionnaire des services d'instruction, la société Danone SA a déclaré qu'à l'instar de ce qui prévaut pour la distribution des eaux : « *DBNAO utilise le circuit long pour acheminer et distribuer ses produits dans les collectivités d'Outre-mer concernées* » (cotes 1836 VC, 3964 VNC).
- 

<sup>1</sup> Sur ce point, Danone SA a précisé : « (...) certains des produits que les sociétés du groupe vendent et livrent à des distributeurs situés sur le territoire métropolitain peuvent être acheminés et distribués par ces derniers dans les collectivités d'Outre-mer visées dans le questionnaire. Dans ce contexte, les distributeurs assurent, sous leur propre responsabilité, la revente et la logistique des approvisionnements sur les territoires d'Outre-mer. Les produits concernés par ce type d'acheminement ne font pas l'objet de commandes spécifiques de la part des distributeurs métropolitains, mais s'inscrivent dans le cadre du flux d'affaires courant entre les sociétés du groupe Danone et ces distributeurs sans possibilité pour les sociétés du groupe Danone d'avoir connaissance de la destination des produits, que ce soit au moment de la commande ou de la livraison » (cotes 1839 VC, 3967 VNC).

<sup>2</sup> Ces contrats, – s'ils sont présentés comme *de facto* caducs par Danone – n'ont toutefois pas été formellement dénoncés et sont, ainsi, toujours en vigueur (cotes 1842 VC, 3970 VNC).

28. Les aliments et/ou boissons pour enfants commercialisés par DNA&O sont distribuées par un seul intermédiaire de gros en Guyane.
29. Les modalités de distribution des produits d'alimentation infantile sous les marques Blédina et Gallia sur ce territoire sont régie par un contrat signé le 28 décembre 2012 avec la société Comptoir Guyanais d'importation, sise à Cayenne, en Guyane (cotes 1846 VC, 3974 VNC). Certaines clauses de ce contrat sont de nature à conforter une situation d'exclusivité au profit du grossiste-importateur avec lequel il a été conclu.
30. Par ailleurs, il a été constaté que les produits sous les marques commercialisées par DNA&O sont également distribuées par un seul intermédiaire de gros en Guadeloupe, à la Martinique, à la Réunion, à Saint-Martin, à Saint-Pierre et Miquelon et à Wallis et Futuna<sup>3</sup>.
31. Ainsi, certaines modalités des relations commerciales de la société DNA&O avec les intermédiaires de gros en Guadeloupe, en Guyane, en Martinique, à Saint-Martin, à la Réunion, à Saint-Pierre et Miquelon et à Wallis et Futuna sont susceptibles d'être prohibées par les dispositions de l'article L. 420-2-1 du code de commerce.

### **c) Les pratiques mises en œuvre par les filiales du groupe Johnson & Johnson**

32. Dans sa réponse au questionnaire des services d'instruction, la société Johnson & Johnson Santé et Beauté France (ci-après « JJSBF ») a précisé : « *La totalité des produits de grande consommation de JJSBF est acheminée et distribuée vers les collectivités d'Outre-mer via des grossistes-importateurs (circuit long)* » (cote 714 VC). La société JJSBF a toutefois précisé, lors d'échanges ultérieurs avec les services d'instruction, que les contrats conclus avec ses grossistes importateurs prévoient expressément que des produits livrés en France métropolitaine à des clients, comme la grande distribution, sont susceptibles d'être importés directement sur le territoire. (cote 7213)
33. Les produits commercialisés par Laboratoire Vendôme –qui est une filiale du groupe Johnson & Johnson – sont distribués par un seul intermédiaire de gros en Guadeloupe, en Guyane, en Martinique, à Mayotte, à la Réunion, à Saint-Martin et à Saint-Barthélemy.
34. Dans la zone Antilles-Guyane, la distribution des cosmétiques commercialisés sous les marques Laboratoires Vendôme est régie par un contrat de distribution signé le 26 novembre 2007 par Laboratoires Vendôme avec la société Services Distribution Caraïbes sise à Fort-de-France, Martinique (cotes 719 à 731 VC, 2968 à 2969 VNC).
35. Dans la zone « Océan-Pacifique », la distribution des cosmétiques commercialisés sous les marques Laboratoires Vendôme est régie par un contrat de distribution signé le 26 novembre 2007 par Laboratoires Vendôme avec la société Établissements Frédéric Legros sise à Saint-Denis de la Réunion (cotes 733 à 747 VC, 2970 à 2971 VNC).

---

<sup>3</sup> S'agissant de Mayotte, Danone SA a précisé, dans sa réponse au questionnaire des services d'instruction que : « (...) deux de ses [grossistes] à Mayotte, BDM-Sofimex et Sodifram, sont en charge de l'importation, du stockage et de la livraison des produits DBNAO pour les magasins de grandes et moyennes surfaces appartenant a priori à leurs groupes respectifs. DBNAO n'est toutefois pas en mesure de savoir si un transfert de propriété entre personnes morales distinctes a lieu au moment de la livraison des magasins. Par ailleurs, un autre partenaire à Mayotte, la Pharmacie Mahoraise, rétrocède une partie des volumes de produits qui lui sont livrés à ses propres officines, l'autre partie étant revendue à des pharmacies indépendantes » (cotes 1836 VC, 3964 VNC).

36. Certaines clauses de chacun de ces contrats sont de nature à conforter une situation d'exclusivité, sur leurs territoires respectifs, au profit des grossistes-importateurs avec lesquels ils ont été conclus.
37. Par ailleurs, les produits commercialisés sous les marques Laboratoires Vendôme à Mayotte et Wallis et Futuna, de même que les produits commercialisés sous les marques Nett et Vania en Guadeloupe, en Guyane, en Martinique et à la Réunion sont également distribués par un seul intermédiaire de gros sur chacun de ces territoires.
38. Il résulte de ce qui précède que les modalités des relations commerciales de certaines filiales de la société JJSBF avec les intermédiaires de gros qui assurent la distribution de ses produits en Guadeloupe, en Guyane, en Martinique, à Mayotte, à la Réunion, à Saint-Martin et à Wallis et Futuna sont susceptibles d'être prohibées par les dispositions de l'article L. 420-2-1 du code de commerce.

#### **d) Les pratiques mises en œuvre par certaines filiales du groupe Pernod-Ricard**

39. Dans sa réponse au questionnaire de l'instruction, la société Pernod-Ricard a déclaré : « *les modes d'approvisionnement auxquels recourt Pernod-Ricard pour la distribution de ses produits dans ces collectivités d'Outre-mer correspondent donc à un circuit long* » (cotes 2034 VC, 3091 VNC)<sup>4</sup>. La société Pernod-Ricard a toutefois précisé, lors d'échanges ultérieurs avec les services d'instruction, que ses produits sont également susceptibles d'être acheminés dans les outremers via les plateformes métropolitaines de la grande distribution (cotes 7193 à 7194)
40. Les vins et spiritueux commercialisés par Pernod-Ricard ou ses filiales sont distribués par un seul intermédiaire de gros en Guadeloupe. Les modalités de distribution des produits Pernod-Ricard sur ce territoire étaient régies par un contrat conclu par la société Allied Domecq Latin America, filiale du groupe Pernod-Ricard, avec la société de distribution en gros Établissements Jacques Nouy, sise à Baie-Mahault en Guadeloupe, le 21 septembre 2004 (cotes 2045 à 2064 VC, 3102 à 3121 VNC). Ce contrat a été résilié en septembre 2014 après que Pernod-Ricard a été approché par les services d'instruction dans le cadre de l'enquête (lettre du 10 septembre 2014, cote 5920). Certaines clauses de ce contrat étaient de nature à conforter une situation d'exclusivité sur le territoire de la Guadeloupe au profit de l'importateur-grossiste avec lequel il a été conclu.
41. De surcroît, les produits commercialisés par Pernod-Ricard ou certaines des ses filiales sont également distribués par un seul intermédiaire de gros dans chacun des territoires de Guadeloupe, de Mayotte, de la Réunion et de Saint Barthélémy (cotes 2039 à 2041 VC, 3096 à 3098 VNC).
42. En Guyane et en Martinique, les vins et spiritueux commercialisés par Pernod-Ricard ou ses filiales sont distribués par une pluralité d'intermédiaires de gros. Cette division s'explique notamment par la circonstance que Pernod-Ricard a acquis les portefeuilles de

<sup>4</sup> Pernod-Ricard a précisé, dans sa réponse au questionnaire des services d'instruction que dans les territoires couverts par sa filiale PRATR – à savoir la Guyane, la Guadeloupe, la Martinique, Saint-Barthélemy et Saint-Martin– cette dernière était liée par un contrat avec un agent commercial situé en Martinique. Pernod-Ricard a précisé que cet agent n'exerçait « *aucune activité d'importation ou de vente* » (cotes 2033 VC, 3090 VNC). Pernod-Ricard a informé les services d'instruction, par courrier électronique du 29 septembre 2014 (cote 5918 VC), de la notification de la résiliation du contrat dudit agent commercial par courrier du 18 juin 2014 (cote 5920 VC).

marques de Seagram en 2000, d'Allied Domecq en 2005 et racheté la société Vin & Spirit (Absolut) en 2008 (cote 2041 VC, 3098 VNC).

43. Toutefois, les opérateurs qui assurent la distribution en gros des boissons commercialisées par Pernod-Ricard sur ces territoires sont chacun chargés d'un « portefeuille de marques » dont les champs ne se recoupent jamais. Ainsi, chaque distributeur en gros assure la distribution de certaines des marques seulement, la distribution des autres marques étant confiée à d'autres distributeurs partenaires de Pernod-Ricard sur le même territoire. Il en résulte que la distribution d'une boisson donnée en Guadeloupe, en Guyane et en Martinique ne repose effectivement que sur un seul grossiste sur chacun de ces territoires.
44. Il résulte de ce qui précède que les modalités des relations commerciales de certaines filiales de la société Pernod-Ricard avec les intermédiaires de gros qui assurent la distribution de ses produits en Guadeloupe, en Guyane, en Martinique, à Mayotte, à la Réunion et à Saint-Barthélemy sont susceptibles d'être prohibées par les dispositions de l'article L. 420-2-1 du code de commerce.

### **III. La mise en œuvre de la procédure d'engagements**

45. Lors de l'instruction de la présente affaire, les sociétés Bolton Solitaire, Danone, Johnson & Johnson et Pernod-Ricard, ont approché les services d'instruction de l'Autorité pour mettre en œuvre la procédure d'engagement prévue au I de l'article L 464-2 du code de commerce. Le 2 avril 2015, les services d'instruction de l'Autorité ont adressé à Bolton Solitaire SA, Danone SA, Johnson & Johnson Santé et Beauté France et Pernod-Ricard une évaluation préliminaire dans laquelle étaient exprimées les préoccupations de concurrence que suscitaient les pratiques décrites plus haut.
46. Les propositions d'engagements transmises en retour par les entreprises en cause ont été soumises à un test de marché le 13 mai 2015 (**A**) au cours duquel des tiers intéressés ont formulé des observations (**B**). Les entreprises mises en cause ont, par la suite, amendé leurs propositions initiales pour tenir compte de ces observations (**C**).

#### **A. SUR LES ENGAGEMENTS PROPOSÉS PAR LES ENTREPRISES MISES EN CAUSE**

##### **1. LES ENGAGEMENTS PROPOSÉS PAR BOLTON SOLITAIRE**

47. Le 4 mai 2015, la société Bolton Solitaire SAS a proposé aux services d'instruction un engagement de procéder, à intervalles réguliers, à un appel public à la négociation de contrats d'importation et de distribution de l'ensemble de ses produits pour tous les territoires ultramarins dans lesquels ces derniers sont distribués par la voie d'intermédiaires (« circuit long »), soit, à ce jour, les territoires de la Guadeloupe, la Martinique, Mayotte et la Réunion.
48. Elle s'engage ainsi à mener une négociation avec chacun des grossistes ayant répondu à son appel public, sous réserve du caractère sérieux de la manifestation d'intérêt reçue. Bolton s'engage à appliquer les critères/conditions contractuels indiqués dans l'appel à

négociation « de manière uniforme » à l'ensemble des grossistes qui répondraient à cet appel, mais non à accepter par principe toute demande de distribution.

49. Elle s'engage également à formaliser, par écrit, les accords de distribution qui résulteraient de la négociation décrite ci-dessus, soit sous forme de conditions générales de vente, soit, le cas échéant, sous forme de contrats dont la durée ne pourra pas excéder quatre ans et qui ne pourront être renouvelés tacitement. Les contrats ne conféreront aucun droit exclusif aux opérateurs retenus pour distribuer ses produits sur chaque territoire ultramarin.
50. Bolton Solitaire s'engage à solliciter publiquement les grossistes, selon les modalités décrites ci-dessus, tous les quatre ans, et ce pour une durée maximale de huit ans à compter du premier appel à négociation.

## **2. LES ENGAGEMENTS PROPOSÉS PAR LES FILIALES DE DANONE SA**

51. Le 12 mai 2015, Danone Nutricia Africa & Overseas (ci-après « DNA&O ») et la Société Anonyme des Eaux Minérales d'Évian (ci-après « SAEME »), filiales du groupe Danone SA, ont proposé, de manière conjointe, des engagements aux services d'instruction.
52. SAEME et DNA&O s'engagent à modifier dans un délai de trois mois les contrats existants en vue de la suppression des clauses contractuelles litigieuses et à signer de nouveaux contrats n'instituant aucun droit exclusif. À ces occasions, SAEME et DNA&O s'engagent également à supprimer ou ne pas introduire d'obligations de non-concurrence.
53. SAEME et DNA&O s'engagent à choisir, à l'avenir, les grossistes-importateurs à l'issue d'une mise en concurrence transparente et non discriminatoire, organisée selon une périodicité régulière, et à formaliser les relations avec ces partenaires par un contrat ne comportant aucun droit exclusif d'importation.
54. Le périmètre et les modalités de cette mise en concurrence varient en fonction des filiales et des territoires concernés. Deux modes d'appel au marché sont ainsi envisagés. Le premier consiste en un véritable appel d'offres et vise principalement les plus grands territoires, le second, qui concerne les territoires de dimension plus modeste, consiste en une invitation publique à négocier.
55. La mise en concurrence envisagée respecte les règles de transparence et de non-discrimination, mais est limitée aux opérateurs susceptibles d'être intéressés. Elle suit une procédure reposant sur l'élaboration d'un cahier des charges et d'un règlement de consultation.
56. DNA&O et SAEME proposent de s'engager à signer avec le (ou les) opérateur(s) choisi(s) à l'issue de la mise en concurrence un contrat écrit conforme à l'exigence de l'article L. 420-2-1 du code de commerce. Elles proposent également de s'engager à prévoir expressément dans ce(s) contrat(s) la possibilité de contracter, à tout moment, avec un ou plusieurs autres opérateurs qui souhaiteraient distribuer leurs produits et qui répondraient aux critères du cahier des charges.
57. SAEME s'engage également à choisir un ou plusieurs distributeurs pour la distribution des produits de marque Évian et/ou Volvic et/ou Badoit dans les territoires de Saint-Barthélemy, de la partie française de l'île de Saint-Martin, de Wallis et Futuna, de Saint-Pierre-et-Miquelon et de Mayotte, à la suite d'une invitation publique à négocier insérée dans un journal local.

58. De la même manière, DNA&O s'engage à choisir un ou plusieurs distributeurs et/ou grossistes pharmaceutiques pour la distribution des produits de marque Blédina et/ou Gallia à Wallis et Futuna à la suite d'une invitation publique à négocier insérée dans un journal local.
59. DNA&O s'engage à organiser ces mises en concurrence ou à publier ces invitations publiques à négocier tous les quatre ans et SAEME tous les trois ans.
60. DNA&O et SAEME proposent de s'engager à mettre en œuvre les propositions d'engagements qui figurent ci-dessus de manière progressive à compter de la décision de l'Autorité les rendant obligatoires, en tenant compte des délais de préavis à respecter pour mettre fin aux relations dans un délai de deux ans maximum. L'ensemble des propositions d'engagements qui figurent ci-dessus seront souscrites pour une durée de dix ans.

### **3. LES ENGAGEMENTS PROPOSÉS PAR JOHNSON & JOHNSON SANTÉ ET BEAUTÉ FRANCE**

61. Le 12 mai 2015, JJSBF a proposé, pour le compte de ses filiales, des engagements aux services d'instruction. Dans les territoires de Martinique, Guyane, Guadeloupe et Saint-Martin, JJSBF s'engage à modifier ses contrats dans un délai d'un mois maximum à compter de la décision de l'Autorité afin de supprimer les clauses d'exclusivité consenties pour la distribution de ses produits dans les territoires de la Réunion et des Antilles. Dans les territoires de Mayotte et Wallis et Futuna, JJSBF s'engage à conclure des contrats précisant expressément que la distribution de ses produits se fait sur une base non exclusive.
62. JJSBF s'engage à choisir, à l'avenir, les grossistes importateurs à l'issue d'un appel au marché organisé selon une périodicité régulière, et à formaliser les relations avec ces partenaires par un contrat ne comportant aucun droit exclusif d'importation.
63. Le périmètre et les modalités de cette mise en concurrence varient en fonction des territoires concernés. Deux modes d'appel au marché sont ainsi envisagés. Le premier consiste en un véritable appel d'offres et vise principalement les plus grands territoires, le second en une information publique à l'ensemble du marché pour la distribution des produits JJSBF s'agissant des territoires de dimension plus modeste.
64. Dans les territoires de la Martinique, de la Guyane, de la Guadeloupe et de Saint-Martin, JJSBF s'engage à organiser une procédure de mise en concurrence, claire, transparente et non discriminatoire afin de désigner le(s) futur(s) grossiste(s) importateur(s) chargé(s) de la distribution de ses produits dans les territoires de la Réunion et des Antilles. Cette procédure de mise en concurrence portera sur l'ensemble des marques commercialisées par JJSBF sur les territoires concernés.
65. JJSBF s'engage à étudier toute offre de grossistes importateurs déposée dans le cadre qui serait en conformité avec la procédure de mise en concurrence initiée et à signer avec les grossistes importateurs retenus à l'issue de la procédure de mise en concurrence un contrat écrit conforme aux dispositions du code de commerce.
66. JJSBF s'engage à conclure les contrats résultant de la procédure de mise en concurrence pour une durée de trois ans non renouvelables par tacite reconduction. Toutefois, dans l'hypothèse où à l'issue de l'appel d'offres un seul grossiste importateur aurait été retenu, la durée du contrat sera réduite à deux ans non renouvelables tacitement.

67. Dans les territoires de Mayotte et Wallis et Futuna, JJSBF s'engage à entrer de bonne foi en négociation avec tout distributeur intéressé par la distribution de ses produits qui en ferait la demande et disposant des moyens nécessaires à leur distribution.
68. Pour assurer l'information des acteurs du marché sur ce point, JJSBF s'engage, tous les deux ans, à faire paraître une annonce dans au moins un journal local de chaque territoire concerné détaillant les catégories de produits visés par la distribution. JJSBF s'engage à conclure des contrats pour une durée de trois ans non renouvelables.

#### **4. LES ENGAGEMENTS PROPOSÉS PAR PERNOD-RICARD**

69. Le 5 mai 2015, Pernod-Ricard SA, société faitière du groupe Pernod-Ricard, a proposé, pour elle-même et pour ses filiales en charge des territoires de la Guadeloupe, la Martinique, la Guyane, Saint-Martin, Saint-Barthélemy, la Réunion et Mayotte, des engagements aux services d'instruction de l'Autorité qui répondent aux préoccupations de concurrence identifiées dans l'évaluation préliminaire.
70. Pernod-Ricard s'engage à proposer, dans les six mois suivant la notification de la décision de l'Autorité, un contrat écrit aux importateurs-grossistes avec lesquels il est en relation dans les territoires de Saint-Martin, Saint-Barthélemy et Mayotte. Dans l'hypothèse où Pernod-Ricard nouerait des relations avec de nouveaux importateurs grossistes locaux dans ces trois territoires, celles-ci seraient également formalisées par écrit dans les mêmes termes. Ces accords seraient conclus pour une durée limitée, de deux à trois ans, et non renouvelables tacitement.
71. Pernod-Ricard s'engage à faire publier dans des revues locales spécialisées et/ou dans la presse générale diffusées dans ces quatre territoires un appel à négociation invitant l'ensemble des grossistes actifs dans le secteur des vins et spiritueux qui souhaiteraient distribuer les produits du groupe à se manifester auprès de Pernod-Ricard (ou ses filiales en charge de la zone) et à mener une négociation avec chacun des importateurs grossistes ayant répondu sur la base d'un modèle de contrat valable pour l'ensemble des importateurs-grossistes qui répondront aux appels publics à négociation.
72. Pernod-Ricard se réserve la faculté, pour certaines catégories de produits ou marques dont elle souhaite promouvoir par priorité le développement, à ne pas en confier la commercialisation aux importateurs-grossistes assurant par ailleurs la distribution des produits et marques les plus directement concurrents.
73. Pernod-Ricard s'engage à conclure des accords de distribution pour une durée limitée (quatre ans) dans l'hypothèse où le processus d'appel à négociation conduirait à la sélection d'au moins deux distributeurs pour l'un ou l'autre de ces quatre territoires. Au terme de ces contrats, un nouvel appel public à négociation sera lancé selon les mêmes modalités que celles décrites ci-dessus.
74. Dans l'hypothèse où le processus de sélection susvisé aboutirait, dans un ou plusieurs de cas quatre territoires, à la sélection d'un seul grossiste importateur, la durée du contrat serait d'un maximum de deux ans, au terme de laquelle Pernod-Ricard procédera à un nouvel appel public à négociation.
75. Pernod-Ricard a précisé que ses engagements sont pris pour une durée globale de huit ans à compter de la décision à intervenir de l'Autorité et que ces derniers deviendront caducs pour tout territoire (ou canal de vente sur un territoire) pour lequel Pernod-Ricard abandonnerait le circuit long de distribution de ses produits et passerait à un circuit court

d'approvisionnement des revendeurs locaux, soit à partir de la métropole, soit directement sur le territoire concerné.

## B. LES OBSERVATIONS REÇUES LORS DU TEST DE MARCHÉ

76. Le 13 mai 2015, l'Autorité mit en ligne sur son site Internet les propositions d'engagements des sociétés Bolton Solitaire SAS, Danone SA, Johnson & Johnson Santé et Beauté France et Pernod-Ricard. Ce test de marché a permis aux tiers intéressés de s'exprimer. Ont ainsi présenté leurs observations :
  - des grossistes-importateurs ultramarins (qui distribuent des produits commercialisés par Pernod-Ricard) : les Établissements Jacques Nouy (cotes 7247 à 7251 VC et 7264 à 7272 VNC), SOCARA (cotes 7252 à 7257) et Bourdillon Bellonnie et Successeurs (ci-après « BBS », cotes 7291 à 7294) ;
  - le président du conseil régional de Guadeloupe (cotes 7260 à 7261).
77. De manière générale, les observations portent sur les spécificités des économies ultramarines et le rôle des grossistes-importateurs dans les outremer et les modalités de leur mise en concurrence. Aucune ne conteste le recours à la procédure d'engagements.
78. Les trois importateurs-grossistes ayant répondu soulignent qu'il est impératif de respecter un délai de préavis pour la rupture des relations commerciales existantes d'au moins deux ans dans la mesure où lesdites relations commerciales sont parfois pluri-décennales. Ils observent également que la conclusion de contrats d'une durée inférieure à quatre ans avec les entreprises retenues à l'issue de l'appel d'offres ne leur confère pas suffisamment de stabilité eu égard aux investissements consentis (cotes 7256 et 7294).
79. Le président du conseil régional de Guadeloupe appelle l'attention de l'Autorité sur le suivi du processus d'attribution des marchés et demande que l'on veille à ce que les procédures d'appel d'offres ne conduisent pas, *de facto*, à renforcer davantage le pouvoir de marché d'opérateurs locaux déjà puissants au détriment de nouveaux acteurs (cotes 7262 à 7263).

## C. DISCUSSION

80. En application du I de l'article L. 464-2 du code de commerce l'Autorité de la concurrence peut « accepter des engagements proposés par les entreprises ou organismes et de nature à mettre un terme à ses préoccupations de concurrence susceptibles de constituer des pratiques prohibées visées aux articles L. 420-1, L. 420-2, L. 420-2-1 et L. 420-5 ».
81. L'article 6 du communiqué de procédure du 2 mars 2009 relatif aux engagements précise que la mise en œuvre de cette procédure est opportune notamment lorsque l'Autorité souhaite « privilégier le maintien ou le rétablissement volontaire de la concurrence sur le marché dans les cas qui s'y prêtent », tout en permettant aux entreprises mises en cause « de contribuer volontairement à la recherche des solutions appropriées aux préoccupations de concurrence identifiées ».
82. Dans la présente affaire, les préoccupations de concurrence visent des situations d'exclusivité qui résultent généralement d'un contrat garantissant une relation exclusive ou d'un simple refus de commerçer avec les grossistes concurrents du grossiste habituel, de

nature à conduire à une exclusivité de fait. Mais ces situations peuvent également résulter d'autres facteurs locaux affectant la variété de l'offre sur le marché de l'intermédiation, réduisant ainsi le choix des industriels pour organiser leur circuit de distribution.

83. En l'espèce, les entreprises concernées ont, lors de leurs contacts avec les services d'instruction, spontanément et rapidement proposé d'aller au-delà de leurs obligations légales, qui se limitent à ne pas mettre en place d'accords d'exclusivité sans justification suffisante, et se sont engagées à sélectionner périodiquement leurs grossistes non exclusifs à partir de procédures d'appel d'offres ou de mise en concurrence transparentes et non discriminatoires, ce qui pourrait permettre d'animer la concurrence du côté de l'offre de services dans les circuits longs, voire d'amener de nouveaux opérateurs sur ce marché.
84. Dans ces conditions et au regard de la rapidité de réaction des industriels concernés lors de l'instruction, la procédure d'engagements est plus appropriée que le prononcé éventuel de sanctions pécuniaires pour répondre aux préoccupations de concurrence identifiées.

## **1. SUR LES ENGAGEMENTS**

85. Après discussion avec l'Autorité et avant la séance, JJSBF a déposé une nouvelle version de sa proposition d'engagement le 8 juillet 2015, Danone SA et Pernod-Ricard ont fait de même le 10 juillet 2015. La société Bolton Solitaire SAS a remis une nouvelle version de ses engagements à l'Autorité lors de la séance. Ces nouvelles propositions tiennent compte des résultats du test de marché. Les amendements apportés vont notamment dans le sens d'une harmonisation des dispositifs d'appel au marché. C'est sur ces dernières versions que l'Autorité statue.
  - a) **Sur les modalités de la mise en concurrence des opérateurs envisagées dans chacun des territoires**
86. Alors qu'elle n'envisageait initialement qu'une simple formalisation des relations contractuelles dans les territoires de Saint-Martin, Saint-Barthélemy et Mayotte, la société Pernod-Ricard propose désormais un dispositif d'appel public à la négociation similaire à celui qu'elle propose dans les plus grands territoires mais suivant un formalisme allégé et ne prévoyant pas de distinction de durée des contrats en fonction du nombre d'opérateurs retenus.
87. Danone a également amendé sa proposition initiale dans le sens d'une harmonisation des modalités de mise en concurrence des opérateurs dans l'ensemble des territoires visés par les préoccupations de concurrence. Danone s'engage dorénavant à ce que l'invitation à candidatures soit insérée dans une annonce dans un journal local. Cette annonce inclura une description sommaire des prestations demandées, des caractéristiques objectives des produits et des marques concernées ainsi que les coordonnées de la personne à contacter pour la remise du cahier des charges et du règlement de consultation. Cette publicité pourra être doublée de l'envoi de l'invitation à candidatures aux opérateurs qui, à la connaissance de DNA&O et SAEME, sont susceptibles d'être intéressés ainsi qu'à tout opérateur faisant acte de candidature spontanée.
88. Les engagements décrits ci-dessus conduisent à généraliser le mécanisme d'appel public aux opérateurs dans l'ensemble des territoires visés par les préoccupations de concurrence et, partant, sont de nature à renforcer la concurrence intra-marque entre les opérateurs

ultramarin. Par ailleurs, les amendements proposés concourent à renforcer le caractère public du dispositif envisagé, ce qui en renforce la transparence et le caractère contrôlable.

#### **b) Sur les délais de mise en œuvre**

89. S'agissant de la nécessité de tenir compte de la durée des relations commerciales existantes dans les hypothèses où le dispositif envisagé conduirait à y mettre fin, préoccupation exprimée par des grossistes lors du test de marché, Bolton Solitaire SAS, Danone, JJSBF et Pernod-Ricard ont adapté les délais de mise en œuvre qu'ils avaient initialement proposés.
90. Bolton Solitaire indique que l'appel public à négociation sera mis en œuvre dans un délai de cinq mois et que les accords conclus à l'issue de cette procédure avec un ou plusieurs importateurs-grossistes prendront effet, au plus tard, douze mois à compter de la publication de la décision.
91. De manière analogue, Danone s'engage dorénavant à lancer, dans un délai d'un an maximum à compter de la décision de l'Autorité, la mise en concurrence et l'invitation publique à négocier, afin de tenir compte des délais de préavis à respecter pour mettre fin aux relations commerciales avec ses grossistes-importateurs.
92. Pernod-Ricard propose, s'agissant des territoires de Guadeloupe, de Guyane, de Martinique et de la Réunion, de publier des appels publics à la négociation des contrats d'importation et de distribution de ses produits et à entamer les négociations avec chacun des importateurs-grossistes candidats dans un délai d'un an à compter de la décision et, au plus tard, le 31 octobre 2016. Pernod-Ricard propose également de calquer le délai de mise en œuvre de l'appel public à Mayotte, Saint Martin et Saint Barthélémy sur celui envisagé dans les plus grands territoires.
93. JJSBF a également amendé ses engagements sur ce point et propose que la première publication de l'information au marché intervienne au plus tard le 1<sup>er</sup> décembre 2016.

## **2. CONCLUSION**

94. Les propositions d'engagements des entreprises destinataires de l'évaluation préliminaire, dans leurs versions définitives, répondent aux principaux points soulevés lors du test de marché.
95. Il faut notamment relever que les appels d'offre ne devront pas prévoir de conditions discriminatoires destinées à préserver les situations acquises et que les délais de mise en œuvre qui ont été acceptés sont nécessaires, d'une part pour minimiser les risques contentieux avec les grossistes qui subiraient une interruption de relations commerciales établies et, d'autre part, pour maximiser les chances de voir apparaître de nouveaux compétiteurs. En effet, une procédure d'appel d'offres précipitée ne permettrait sans doute pas à tous les candidats potentiels de préparer des offres crédibles.
96. Ces engagements apparaissent proportionnés et pertinents pour répondre aux préoccupations de concurrence exprimées, tout en étant adaptés à la situation particulière de chaque territoire ultramarin concerné. Ils restent équilibrés et sont de nature à dynamiser la concurrence sur le marché de l'intermédiation dans les territoires concernés sans porter une atteinte disproportionnée aux intérêts des opérateurs existants.

97. Les engagements répondent donc aux préoccupations de concurrence exprimées et présentent un caractère substantiel, crédible et vérifiable. Il y a donc lieu de les accepter, de les rendre obligatoires et de clore la procédure.

## DÉCISION

**Article 1<sup>er</sup>** : L'Autorité de la concurrence accepte les engagements pris par les sociétés Bolton Solitaire SAS, Danone SA, Johnson & Johnson Santé et Beauté France SAS et Pernod-Ricard SA qui font partie intégrante de la présente décision à laquelle ils sont annexés. Ces engagements sont rendus obligatoires à compter de la notification de la présente décision.

**Article 2** : Les saisines enregistrées sous les numéros 10/0005 F et 14/0078 F sont closes.

Délibéré sur le rapport oral de M. Julien Neto, rapporteur, et l'intervention de Mme Juliette Théry-Schultz, rapporteure général adjoint, par M. Thierry Dahan, vice-président, président de séance, M. Philippe Choné et Mme Pierrette Pinot, membres.

La secrétaire de séance,  
Béatrice Déry-Rosot

Le président,  
Thierry Dahan

---

© Autorité de la concurrence

## Affaire 14/0078F – Engagements présentés par la société BOLTON SOLITAIRE SAS

### 1. Observations liminaires et périmètre

Les présents engagements sont présentés au nom et pour le compte de la société Bolton Solitaire SAS (ci-après « Bolton Solitaire ») dont nous sommes les conseils.

Ils visent à répondre aux préoccupations formulées dans la note d'évaluation préliminaire établie par Monsieur le Rapporteur Julien Neto et datée du 1er avril 2015 et ont pour objet de permettre à l'Autorité de la concurrence de clore la procédure en tant qu'elle concerne la société Bolton Solitaire. Pour cette dernière, les engagements concernent la distribution de ses produits par la voie d'intermédiaires (« *circuit long* ») dans les quatre territoires ultramarins suivants : la Guadeloupe, la Martinique, la Réunion et Mayotte.

De la même manière que la note d'évaluation préliminaire ne constitue pas un acte d'accusation, les présents engagements ne constituent en aucun cas une reconnaissance du bien-fondé des réoccupations de concurrence exprimées ou de la violation d'une quelconque règle de droit de la concurrence.

### 2. Détail des engagements présentés pour les territoires de la Guadeloupe, la Martinique, la Réunion et Mayotte

- **Appel public à la négociation pour l'importation et la distribution des produits Bolton Solitaire**

Bolton Solitaire fera publier un appel dans une revue locale spécialisée ou dans un journal de presse locale, invitant l'ensemble des distributeurs en gros ultramarins qui souhaiteraient distribuer ses produits à l'en informer directement.

Cet appel public concernera, sans aucune restriction, l'ensemble des marques déjà commercialisées dans ces territoires ou que Bolton Solitaire souhaiterait y commercialiser.

Il précisera les principales grandes lignes des critères/conditions qualitatifs qui seraient appelés à guider la négociation et la sélection des importateurs-grossistes candidats.

D'un point de vue qualitatif, pourront notamment être pris en considération : la liquidité de l'importateur-grossiste, la solvabilité (niveau minimum de capitaux propres), la capacité de l'importateur-grossiste à visiter l'ensemble des points de vente sur son territoire, l'application des conditions de vente (définissant notamment l'incoterm applicable, les conditions de paiement et, le cas échéant, un seuil minimum de commandes) et du tarif de vente applicable de Bolton.

Afin de renforcer le caractère vérifiable de son engagement, Bolton Solitaire rendra compte à l'Autorité de la concurrence de la publication de chaque appel public à négociation dans le mois de sa publication.

CMS Bureau Francis Lefebvre est membre du groupement européen d'intérêt économique CMS Legal Services EEIG qui coordonne un ensemble de cabinets d'avocats indépendants / CMS Bureau Francis Lefebvre is a member of CMS Legal Services EEIG, a European Economic Interest Grouping that coordinates an organisation of independent law firms.

Implantations CMS / CMS locations : Aberdeen, Algiers, Amsterdam, Antwerp, Barcelona, Beijing, Belgrade, Berlin, Bratislava, Bristol, Brussels, Bucharest, Budapest, Casablanca, Cologne, Dubai, Duesseldorf, Edinburgh, Frankfurt, Geneva, Glasgow, Hamburg, Istanbul, Kyiv, Leipzig, Lisbon, Ljubljana, London, Luxembourg, Lyon, Madrid, Mexico City, Milan, Moscow, Munich, Muscat, Paris, Podgorica, Prague, Rio de Janeiro, Rome, Sarajevo, Seville, Shanghai, Sofia, Strasbourg, Stuttgart, Tirana, Utrecht, Vienna, Warsaw, Zagreb and Zurich. [www.cms-bfl.com](http://www.cms-bfl.com)

Siège social / Head Office : CMS Bureau Francis Lefebvre – Avocats au Barreau des Hauts-de-Seine – 2 rue Ancelle, 92522 Neuilly-sur-Seine Cedex. S.E.L.A.F.A. à Directoire et Conseil de Surveillance au capital de 39 180 € – 722 047 164 R.C.S. Nanterre – Ident. TVA FR 69 722 047 164

JCL

# C'M'S' Bureau Francis Lefebvre

- **Modalités des négociations avec les importateurs-grossistes candidats**

Bolton Solitaire s'engage à mener une négociation avec chacun des importateurs-grossistes ayant répondu à son appel public, sous réserve du caractère sérieux de la manifestation d'intérêt reçue.

Il est précisé que Bolton Solitaire ne saurait être tenue d'accepter par principe toute demande de distribution. Néanmoins, Bolton Solitaire s'engage à appliquer les critères/conditions contractuels indiqués dans l'appel à négociation de manière uniforme à l'ensemble des importateurs-grossistes qui répondraient à cet appel.

- **Point de départ et durée des conventions à intervenir et renouvellement des appels publics à négociation**

Bolton Solitaire s'engage à formaliser, par écrit, les accords de distribution qui résulteraient de cette négociation, soit sous forme de conditions générales de vente, soit, le cas échéant, sous forme de contrats. S'il s'agit de contrats, leur durée ne pourra pas excéder quatre ans, étant précisé que ces accords ne seront pas renouvelables par tacite reconduction.

Il est indiqué que les accords conclus avec un ou plusieurs importateurs-grossistes, à l'issue du premier appel public à négociation, prendront effet au plus tard douze mois à compter de la publication de la décision de l'Autorité de la concurrence. Bolton Solitaire s'engage à ce que les accords ainsi négociés ne confèrent aucun droit exclusif aux opérateurs retenus pour distribuer ses produits sur chaque territoire ultramarin.

Afin de renforcer le caractère vérifiable de son engagement, Bolton Solitaire rendra compte à l'Autorité de la concurrence, à sa demande, de la désignation effective de tout nouvel importateur-grossiste.

Bolton Solitaire s'engage à solliciter publiquement les importateurs-grossistes, selon les modalités décrites ci-dessus, tous les quatre ans, et ce pour une durée maximale de huit ans à compter du premier appel à négociation.

- **Calendrier de mise en œuvre des engagements**

Bolton Solitaire s'engage à réaliser l'appel public à négociation dans un délai de cinq mois à compter de la décision de l'Autorité de la concurrence rendant les engagements obligatoires.

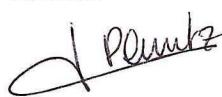
- **Révision des engagements**

En application du point 46 du communiqué de procédure de l'Autorité relatif aux engagements en matière de concurrence, les présents engagements pourront être révisés au regard des changements susceptibles d'intervenir sur le marché en cause ou encore notamment si l'encadrement juridique des importations dans les territoires ultramarins venait à évoluer.

Denis Redon  
Avocat associé



Virginie Coursière-Pluntz  
Avocat



**SAISINES N° 10/0005F ET 14/0078F**  
**PROPOSITION D'ENGAGEMENTS DE DNA&O ET SAEME**

---

**1. OBSERVATIONS LIMINAIRES**

1. La présente proposition d'engagements est formulée conjointement par **Danone Nutricia Africa & Overseas**<sup>1</sup> (« **DNA&O** ») et la **Société Anonyme des Eaux Minérales d'Evian**<sup>2</sup> (« **SAEME** »), sur le fondement des articles L. 464-2-I et R. 464-2 du code de commerce.
2. Cette proposition d'engagements répond aux préoccupations de concurrence exprimées par les services d'instruction de l'Autorité de la concurrence dans leur Note d'évaluation préliminaire du 1<sup>er</sup> avril 2015, reçue par DNA&O et SAEME le 3 avril, relative à des pratiques mises en œuvre dans le secteur de la distribution des produits de grande consommation dans les départements d'outre mer<sup>3</sup>.
3. Il est précisé que cette proposition d'engagements ne constitue en aucune manière une reconnaissance de la part de SAEME et DNA&O d'une quelconque violation des règles de concurrence européennes ou françaises, ni de toute autre disposition dans le chef des préoccupations de concurrence.

**2. CONTENU DE LA PROPOSITION D'ENGAGEMENTS DE SAEME ET DNA&O**

4. SAEME et DNA&O sont disposées, pour répondre de manière appropriée, crédible et vérifiable aux préoccupations de concurrence consistant en l'absence de conformité de leurs relations commerciales avec les importateurs ultramarins avec l'article L. 420-2-1 du code de commerce, à prendre les engagements décrits ci-après.

**2.1. SAEME et DNA&O proposent de s'engager à modifier les contrats existants en vue de la suppression des clauses contractuelles instituant des droits exclusifs d'importation et des obligations de non-concurrence ou à signer de**

---

<sup>1</sup> DNA&O est une société par actions simplifiée au capital de 30 689 148 euros, immatriculée au RCS de Villefranche-Tarare sous le numéro 517 441 820, dont le siège social est situé 383, rue Philippe Héron, 69400 Villefranche-sur-Saône.

<sup>2</sup> SAEME est une société par actions simplifiée au capital de 10 615 281 euros, immatriculée au RCS de Thonon-les-Bains sous le numéro 797 080 850, dont le siège social est situé 11, avenue du Général Dumas, 74500 Evian-les-Bains.

<sup>3</sup> Guadeloupe, Martinique, Guyane, Réunion, Mayotte, Saint-Barthélemy, Saint-Martin, Saint-Pierre-et-Miquelon et Wallis et Futuna.

**nouveaux contrats n'instituant pas de tels droits exclusifs et obligations de non-concurrence**

**(i) Pérимètre de la proposition d'engagement**

5. La proposition d'engagement concerne :

- deux contrats de distribution des produits de marque Evian, Volvic et Badoit en Martinique, en Guadeloupe et en Guyane conclus le 21 janvier 1999 entre SAEME et trois filiales du groupe Alain Despointes<sup>4</sup> ;
- deux contrats de distribution des produits de marque Volvic, d'une part, et Evian et Badoit, d'autre part, à Saint-Martin signés respectivement le 31 octobre 2012 et le 25 janvier 2013 entre SAEME et Caribbean Liquors<sup>5</sup> ; et
- le contrat de distribution des produits de marque Blédina et Gallia en Guyane conclu le 28 décembre 2012 entre DNA&O et Comptoir Guyanais d'Importation<sup>6</sup>.

**(ii) Contenu de la proposition d'engagement**

6. SAEME propose de s'engager à proposer à la Société Antilles Glaces (groupe Alain Despointes) agissant au nom et pour le compte de ses filiales S.N.E.M.B.G., COFRIGO et DIADOM, la signature d'un nouveau contrat ne comportant pas de droits exclusifs d'importation des produits de marque Evian, Volvic et Badoit en Martinique, en Guadeloupe et en Guyane ni d'obligations de non-concurrence.
7. En outre, SAEME propose de s'engager à proposer à la société Caribbean Liquors la signature d'un avenant (i) au contrat de distribution des produits de marque Volvic à Saint-Martin en date du 31 octobre 2012 et (ii) au contrat de distribution des produits de marque Evian et Badoit à Saint-Martin en date du 25 janvier 2013 ayant pour objet d'exclure expressément du périmètre des articles 2.1 et 4.1 desdits contrats la partie française de l'île de Saint-Martin.
8. DNA&O propose de s'engager à proposer à la société Comptoir Guyanais d'Importation la signature d'un avenant au contrat de distribution des produits de marque Blédina et Gallia en Guyane en date du 28 décembre 2012 ayant pour objet d'abroger les articles 2, 5.1 et 6.1 dudit contrat.

<sup>4</sup> Annexe 51 à l'Evaluation préliminaire, cotes 3979 à 4010.

<sup>5</sup> Annexe 51 à l'Evaluation préliminaire, cotes 4021 à 4074.

<sup>6</sup> Annexe 51 à l'Evaluation préliminaire, cotes 4076 à 4120.

**2.2. SAEME et DNA&O proposent de s'engager à régulariser et formaliser les relations commerciales avec les autres partenaires par un contrat ne comportant aucun droit exclusif d'importation ni aucune obligation de non concurrence**

**(i) Périmètre de la proposition d'engagement**

9. La proposition d'engagement concerne :

- les relations commerciales entre SAEME et ses grossistes-importateurs (uniques) concernant la distribution des produits de marque Evian, Volvic et Badoit à Saint-Barthélemy, à la Réunion, et à Wallis et Futuna, de marque Volvic à Saint-Pierre-et-Miquelon et de marque Badoit à Mayotte qui ne sont à ce jour pas formalisées par écrit ;
- les relations commerciales entre DNA&O et ses grossistes-importateurs (uniques) concernant la distribution des produits de marque Blédina et Gallia en Martinique, en Guadeloupe, à la Réunion et à Wallis et Futuna qui ne sont à ce jour pas formalisées par écrit ;
- les relations commerciales entre DNA&O et ses grossistes-importateurs (multiples) concernant la distribution des produits de marque Blédina et Gallia à Mayotte et à Saint-Martin qui ne sont à ce jour pas formalisées par écrit.

**(ii) Contenu de la proposition d'engagement**

10. SAEME propose de s'engager à proposer à ses grossistes-importateurs à Saint-Barthélemy, à la Réunion, à Saint-Pierre-et-Miquelon, à Mayotte et à Wallis et Futuna la signature d'un contrat écrit conforme à l'exigence de l'article L. 420-2-1 du code de commerce et ne comportant aucune obligation de non-concurrence.
11. De la même manière, DNA&O propose de s'engager à proposer à ses grossistes-importateurs en Martinique, en Guadeloupe, à la Réunion et à Wallis et Futuna la signature d'un contrat écrit conforme à l'exigence de l'article L. 420-2-1 du code de commerce et ne comportant aucune obligation de non-concurrence.
12. En outre, DNA&O propose de s'engager à proposer à ses grossistes-importateurs à Mayotte et à Saint-Martin la signature d'un contrat formalisant par écrit la teneur de leurs relations commerciales, qui ne comportera aucune obligation de non-concurrence.

**2.3. SAEME et DNA&O proposent de s'engager à choisir à l'avenir les grossistes-importateurs à l'issue d'une mise en concurrence transparente et non discriminatoire, organisée selon une périodicité régulière, et de formaliser les relations avec ces partenaires par un contrat ne comportant aucun droit exclusif d'importation**

**(i) Périmètre de la proposition d'engagement**

13. La proposition d'engagement concerne :

- pour SAEME : la distribution des produits de marque Evian et/ou Volvic et/ou Badoit en Martinique, en Guadeloupe, en Guyane et à la Réunion ;
- pour DNA&O : la distribution des produits de marque Blédina et Gallia en Martinique, en Guadeloupe, en Guyane et à la Réunion.

**(ii) Contenu de la proposition d'engagement**

14. SAEME propose de s'engager à choisir un ou plusieurs distributeurs pour la distribution des produits de marque Evian et/ou Volvic et/ou Badoit sur les quatre (4) territoires visés au 2.3.(i) ci-dessus à l'issue d'une mise en concurrence transparente et non discriminatoire des opérateurs susceptibles d'être intéressés.
15. De la même manière, DNA&O propose de s'engager à choisir un ou plusieurs distributeurs et/ou grossistes pharmaceutiques pour la distribution des produits de marque Blédina et/ou Gallia sur les quatre (4) territoires visés au 2.3.(i) ci-dessus à l'issue d'une mise en concurrence transparente et non discriminatoire des opérateurs susceptibles d'être intéressés.
16. DNA&O propose de s'engager à organiser ces mises en concurrence tous les quatre (4) ans et SAEME tous les trois (3) ans, selon les principales modalités suivantes :

- préparation d'une invitation à candidatures comportant un cahier des charges définissant notamment les grands axes du contrat, les prestations demandées et les critères que le partenaire doit remplir et un règlement de consultation décrivant les règles particulières de la mise en concurrence ;
- insertion d'une annonce dans un journal local de l'invitation à candidatures. Cette annonce inclura une description sommaire des prestations demandées, des caractéristiques objectives des produits et des marques concernées ainsi que les coordonnées de la personne à contacter pour se voir remettre le cahier des charges et le règlement de consultation ;

- cette annonce pourra être doublée de l'envoi de l'invitation à candidatures par lettre recommandée avec demande d'avis de réception aux opérateurs qui, à la connaissance de DNA&O et SAEME, sont susceptibles d'être intéressés ;
  - communication de l'invitation à candidatures auprès d'opérateurs ayant fait acte de candidature spontanée.
17. DNA&O et SAEME proposent de s'engager à signer avec le (ou les) opérateur(s) choisi(s) à l'issue de la mise en concurrence un contrat écrit conforme à l'exigence de l'article L. 420-2-1 du code de commerce. Elles proposent également de s'engager à prévoir expressément dans ce(s) contrat(s) la possibilité de contracter, à tout moment, avec un ou plusieurs autres opérateurs qui souhaiteraient distribuer leurs produits et qui répondraient aux critères du cahier des charges.
- 2.4. SAEME et DNA&O proposent de s'engager à choisir à l'avenir les grossistes-importateurs à l'issue d'une invitation publique à négocier et de formaliser les relations avec ces partenaires par un contrat ne comportant aucun droit exclusif d'importation**
- (i) **Périmètre de la proposition d'engagement**
18. La proposition d'engagement concerne :
- pour SAEME : la distribution des produits de marque Evian et/ou Volvic et/ou Badoit à Saint-Barthélemy, dans la partie française de l'île de Saint-Martin, à Wallis et Futuna, à Saint-Pierre-et-Miquelon et à Mayotte ;
  - pour DNA&O : la distribution des produits de marque Blédina et Gallia à Wallis et Futuna.
- (ii) **Contenu de la proposition d'engagement**
19. SAEME propose de s'engager à choisir un ou plusieurs distributeurs pour la distribution des produits de marque Evian et/ou Volvic et/ou Badoit sur les cinq (5) territoires visés au 2.4.(i) ci-dessus à la suite d'une invitation publique à négocier insérée dans un journal local.
20. De la même manière, DNA&O propose de s'engager à choisir un ou plusieurs distributeurs et/ou grossistes pharmaceutiques pour la distribution des produits de marque Blédina et/ou Gallia à Wallis et Futuna à la suite d'une invitation publique à négocier insérée dans un journal local.

21. DNA&O propose de s'engager à publier ces invitations publiques à négocier tous les quatre (4) ans et SAEME tous les trois (3) ans, selon les principales modalités suivantes :
- insertion d'une invitation publique à négocier dans un journal local ;
  - communication de la description sommaire des grands axes du contrat, des prestations demandées et des critères que le partenaire doit remplir auprès des opérateurs ayant fait acte de candidature.
22. DNA&O et SAEME proposent de s'engager à signer avec le (ou les) opérateur(s) choisi(s) à l'issue de l'invitation publique à négocier un contrat écrit conforme à l'exigence de l'article L. 420-2-1 du code de commerce. Elles proposent également de s'engager à prévoir expressément dans ce(s) contrat(s) la possibilité de contracter, à tout moment, avec un ou plusieurs autres opérateurs qui souhaiteraient distribuer leurs produits et qui répondraient aux critères définis.

### **3. DUREE ET DELAIS DE MISE EN ŒUVRE DES ENGAGEMENTS PROPOSES**

23. DNA&O et SAEME proposent de s'engager à ce que les propositions d'engagements 2.1, 2.2, 2.3 et 2.4 entrent immédiatement en vigueur après la notification à DNA&O et SAEME de la décision de l'Autorité de la concurrence les rendant obligatoires.
24. En outre, DNA&O et SAEME proposent de s'engager à mettre en œuvre les propositions d'engagements 2.1 et 2.2 dans un délai de trois (3) mois à compter de la date de réception de la notification à DNA&O et SAEME de la décision de l'Autorité de la concurrence les rendant obligatoires.

Cette mise en œuvre sera faite par voie de lettre recommandée avec demande d'avis de réception aux partenaires concernés. Les propositions de contrats et avenants, respectant les principes énoncés ci-dessus, seront jointes à cet envoi.

Les propositions d'engagements 2.1 et 2.2 prendront fin soit à la signature par les sociétés partenaires des contrats ou avenants en cause respectant les principes énoncés ci-dessus soit en l'absence d'une telle signature par les sociétés partenaires en cause dans un délai de six (6) mois suivant l'envoi de la lettre recommandée avec demande d'avis de réception décrite ci-dessus, à l'expiration de ce délai.

25. DNA&O et SAEME proposent de s'engager à lancer la mise en concurrence et l'invitation publique à négocier visées respectivement dans les propositions d'engagements 2.3 et 2.4 de manière progressive à compter de la notification à DNA&O et SAEME de la décision de l'Autorité de la concurrence les rendant obligatoires, en tenant compte des délais de préavis à respecter pour mettre fin aux relations commerciales avec leurs grossistes-importateurs et/ou

grossistes-pharmaceutiques actuels, dont certaines sont de très longue durée, et dans un dans un délai d'un (1) an maximum à compter de la date de réception de la notification de la décision de l'Autorité de la concurrence précitée.

26. Les propositions d'engagements 2.3 et 2.4 seront souscrites pour une durée de dix (10) ans. Toutefois, au cours de cette période l'Autorité de la concurrence et DNA&O et/ou SAEME pourront se rencontrer pour discuter de la pertinence du maintien de ces propositions d'engagements jusqu'à leur échéance, au vu notamment de l'évolution de la structure de la concurrence sur les territoires concernés. Ce point est sans préjudice de la possibilité pour DNA&O et/ou SAEME de saisir l'Autorité de la concurrence d'une demande de révision ou de suppression des propositions d'engagements 2.3 et 2.4, en application des dispositions du point 46 du communiqué de procédure de l'Autorité du 2 mars 2009 relatif aux engagements en matière de concurrence, en particulier s'il intervient une modification significative des circonstances de droit ou de fait pertinentes pour apprécier le caractère approprié des dites propositions d'engagements.

#### **4. VERIFICATION DE LA MISE EN ŒUVRE DES ENGAGEMENTS PROPOSES**

27. DNA&O et SAEME proposent de s'engager à adresser à l'Autorité de la concurrence copie de l'envoi par lettre recommandée avec demande d'avis de réception des propositions de contrats et avenants pris en exécution des propositions d'engagements 2.1 et 2.2.
28. DNA&O et SAEME proposent de s'engager à communiquer à l'Autorité de la concurrence copie des nouveaux contrats et avenants signés en exécution des propositions d'engagements 2.1 et 2.2.
29. DNA&O et SAEME proposent de s'engager également à communiquer à l'Autorité de la concurrence copie de l'annonce qui sera publiée dans un journal local en Guyane, Martinique, Guadeloupe et La Réunion mentionnant l'invitation à candidatures en exécution de la proposition d'engagement 2.3 et, le cas échéant, de l'envoi par lettre recommandée avec demande d'avis de réception de l'invitation à candidatures adressée en exécution de la proposition d'engagement 2.3 ainsi qu'une copie de l'invitation publique à négocier publiée en exécution de la proposition d'engagement 2.4.
30. Enfin, DNA&O et SAEME proposent de s'engager à communiquer à l'Autorité de la concurrence copie des contrats signés en exécution des propositions d'engagements 2.3 et 2.4.

10 juillet 2015

Fait à Paris, le 10 juillet 2015

Pour les sociétés Danone Nutricia Africa & Overseas et Société Anonyme des Eaux Minérales d'Evian :

  
Olivier BILLARD / Yelena TRIFOOUNOVITCH  
*Avocats à la Cour*

**SAISINES N° 10/0005F et 14/0078F**

**PROPOSITION D'ENGAGEMENTS DE JJSBF**

Conformément aux dispositions des articles L. 464-2 et R. 464-2 du Code de commerce, JJSBF propose de souscrire les engagements suivants afin de remédier aux préoccupations de concurrence identifiées dans la distribution de produits de grande consommation dans les territoires ultramarins.

Eu égard aux disparités observées entre les territoires ultramarins notamment en termes de présence de distributeurs, JJSBF propose deux séries distinctes d'engagements :

- (i) la première pour les territoires de la Réunion et des Antilles (Martinique, Guadeloupe Guyane et Saint Martin);
- (ii) la deuxième pour les territoires de Mayotte et de Wallis et Futuna.

**1. Engagements proposés pour les territoires de la Réunion et des Antilles (Martinique, Guadeloupe, Guyane et Saint Martin) :**

**1.1**

JJSBF s'engage à modifier ses contrats dans un délai d'un mois maximum à compter de la décision qui sera rendue par l'Autorité de la concurrence afin de supprimer les clauses d'exclusivité consenties pour la distribution de ses produits dans les territoires de la Réunion et des Antilles.

**1.2**

JJSBF s'engage à informer les grossistes importateurs concernés, dans un délai maximum d'un mois après la décision à intervenir, de la résiliation des contrats concernés, avec effet au plus tard au 1<sup>er</sup> janvier 2017.

## VIGUIÉ SCHMIDT

AVOCATS À LA COUR

Ce délai :

- a. se justifie par la nécessité de respecter à l'égard de ces grossistes importateurs concernés un préavis raisonnable afin de limiter les risques d'action en réparation résultant de la rupture brutale des relations commerciales (qui pour certaines d'entre elles remontent à plusieurs dizaines d'années), en application de l'article L. 442-6 du Code de commerce, et,
- b. tient compte des périodes de négociation avec la grande distribution et de l'entrée en vigueur des tarifs de JJSBF au 1<sup>er</sup> janvier de chaque année.

### 1.3

Avant cette date, et au plus tard pour le 1<sup>er</sup> décembre 2016, JJSBF s'engage à organiser une procédure de mise en concurrence, claire, transparente et non discriminatoire afin de désigner le(s) futur(s) grossiste(s) importateur(s) chargé(s) de la distribution de ses produits dans les territoires de la Réunion et des Antilles.

Cette procédure de mise en concurrence portera sur l'ensemble des marques commercialisées par JJSBF sur les territoires concernés.

L'information des grossistes importateurs intéressés sera assurée par la publication dans une revue locale spécialisée de l'organisation de la procédure de mise en concurrence.

Cette publication comportera une description des marques visées par la mise en concurrence ainsi que des critères qualitatifs et quantitatifs qui présideront à la sélection des grossistes importateurs.

Sur un plan qualitatif, et de manière non exhaustive, ces critères sont notamment liés à la spécialisation du grossiste importateur sur des marques relevant de l'univers hygiène-beauté et à son savoir-faire en matière de merchandising, animation marketing, logistique et analyse des ventes.

Sur un plan quantitatif, le grossiste importateur devra notamment être en mesure d'assurer une couverture de la totalité des magasins du parc local des enseignes nationales.

JJSBF s'engage à étudier toute offre de grossistes importateurs déposée dans le cadre et en conformité avec la procédure de mise en concurrence initiée.

JJSBF s'engage enfin à signer avec les grossistes importateurs retenus à l'issue de la procédure de mise en concurrence un contrat écrit conforme aux dispositions du Code de commerce.

Pour ces raisons, les contrats conclus à l'issue la première procédure de mise en concurrence prendront effet au plus tard au 1<sup>er</sup> janvier 2017.

**VIGUIÉ SCHMIDT**  
AVOCATS À LA COUR

#### 1.4

JJSBF s'engage à conclure les contrats résultant de la procédure de mise en concurrence pour une durée de 3 ans non renouvelables.

Toutefois, dans l'hypothèse où à l'issue de l'appel d'offres un seul grossiste importateur aurait été retenu, la durée du contrat sera réduite à 2 ans non renouvelables.

Avant chaque échéance du contrat en cours, une nouvelle procédure de mise en concurrence sera organisée.

#### **2. Engagements proposés pour les territoires de Mayotte et de Wallis et Futuna :**

Faute d'opérateurs économiques crédibles mais aussi en raison de la taille très peu significative du marché, les produits de JJSBF sur ces territoires sont distribués par un seul grossiste importateur bénéficiant d'une exclusivité de fait.

##### 2.1

Pour la distribution de ses produits dans les territoires de Mayotte et de Wallis et Futuna, JJSBF s'engage à conclure, dans un délai de 3 mois à compter de la notification de la Décision, des contrats avec les grossistes importateurs visés en préambule précisant expressément que la distribution se fait sur une base non exclusive.

Les autres contrats qui pourront être conclus avec d'autres importateurs grossistes que ceux visés ci-dessus préciseront également que la distribution des produits se fait sur une base non exclusive.

##### 2.2

JJSBF s'engage également à entrer de bonne foi en négociation avec tout distributeur intéressé par la distribution de ses produits qui en ferait la demande et disposant des moyens nécessaires à leur distribution.

## VIGUIÉ SCHMIDT

AVOCATS À LA COUR

Pour assurer l'information des acteurs du marché sur ce point, JJSBF s'engage, tous les 2 ans et pour la première fois au plus tard le 1<sup>er</sup> décembre 2016, à faire paraître une annonce dans au moins un journal local de chaque territoire concerné détaillant les catégories de produits visés par la distribution.

### 2.3

JJSBF s'engage à conclure des contrats pour une durée de 3 ans non renouvelables.

### **3. Révision des engagements :**

Dans l'hypothèse où des circonstances de droit ou de fait le justifieraient - notamment le développement de l'approvisionnement des produits concernés par le circuit court -, JJSBF pourra présenter à l'Autorité de la concurrence une demande de révision ou de suppression des engagements.

### **4. Suivi des engagements :**

Pour les territoires de la Réunion et des Antilles (Martinique, Guadeloupe, Guyane et Saint Martin), JJSBF s'engage à communiquer à l'Autorité de la concurrence une copie de la publication de la mise en concurrence ainsi qu'une copie des contrats signés à l'issue de cette mise en concurrence.

Pour les territoires de Mayotte et Wallis et Futuna, JJSBF s'engage à communiquer à l'Autorité de la concurrence une copie des contrats conclus avec les grossistes importateurs ainsi qu'une copie de l'annonce publiée dans les journaux locaux.

Iñaki Saint-Esteben/Laëtitia Faivre

Agissant au nom et pour le compte de la société Johnson&Johnson Santé Beauté France

**SAISINE 10/0005 F**

**OFFRE D'ENGAGEMENTS DE PERNOD RICARD**

Les préoccupations de concurrence exprimées dans la note d'évaluation préliminaire des services d'instruction de l'Autorité concernent, s'agissant des circuits d'approvisionnement de Pernod Ricard, les collectivités d'outre-mer suivantes : la Guadeloupe, la Martinique, la Guyane, Saint Martin, Saint Barthélémy, la Réunion et Mayotte (§229 de la note d'évaluation préliminaire) (ci-après les « Territoires »).

Ces préoccupations de concurrence visent les situations où, pour l'approvisionnement d'un Territoire donné, Pernod Ricard (ou ses filiales en charge dudit Territoire) est en relation avec un seul importateur grossiste pour une ou plusieurs de ses marques, ou encore pour l'ensemble de son portefeuille.

Pour remédier aux préoccupations exprimées par les services d'instruction de l'Autorité, Pernod Ricard est disposé à prendre les engagements qui suivent et se porte fort de leur respect par celles de ses filiales en charge de la commercialisation de ses produits dans ces Territoires.

**1. TERRITOIRES DE LA GUADELOUPE, LA MARTINIQUE, LA GUYANE ET LA REUNION**

**1.1 Appel public à la négociation de contrats d'importation et de distribution des produits du groupe Pernod Ricard.**

Pernod Ricard s'engage à faire publier dans des revues locales spécialisées et/ou dans la presse générale diffusées dans ces quatre Territoires un appel à négociation invitant l'ensemble des grossistes actifs dans le secteur des vins et spiritueux qui souhaiteraient distribuer les produits du groupe à se manifester auprès de Pernod Ricard (ou ses filiales en charge de la zone).

Pernod Ricard s'engage à ce que ces appels publics portent, sans aucune restriction, sur l'ensemble des marques commercialisées dans ces Territoires (ou que Pernod Ricard souhaiterait y commercialiser).

Pernod Ricard s'engage à ce que ces publications précisent également que la négociation et la sélection des importateurs grossistes portera sur leur expérience en matière de distribution de vins et spiritueux, la capacité à couvrir l'ensemble du Territoire concerné et les canaux on-trade et/ou off-trade, des engagements de volumes d'achat et des engagements en termes d'investissement publi-promotionnel.

**1.2 Modalités des négociations avec les importateurs grossistes candidats**

Pernod Ricard s'engage à mener une négociation avec chacun des importateurs grossistes ayant répondu à l'appel public décrit ci-dessus.

*M*

Pernod Ricard s'engage à ce que cette négociation soit fondée sur un modèle de contrat d'importation/distribution, dont les termes et conditions seront appliqués de manière uniforme à l'ensemble des importateurs grossistes qui répondront aux appels publics à négociation.

Les principaux termes et conditions de ce modèle de contrat porteront sur :

- L'absence d'exclusivité de la relation ;
- L'indication du portefeuille des marques et produits objets de la relation ;
- L'indication des canaux de vente couverts par le contrat (on-trade et/ou off-trade) ;
- Les tarifs et les éventuelles conditions commerciales ;
- Les modalités de passation des commandes et de prévision des commandes ;
- Les modalités de livraison, de facturation et de paiement ;
- Les obligations logistiques de l'importateur grossiste (stockage, livraison, ...)
- Un engagement de volume d'achat et de progression pour tout ou partie des marques et produits ;
- Les modalités relatives aux investissements publi-promotionnels, à l'animation des marques et au partage des coûts correspondants ;
- Les modalités de reporting sur l'activité.

Pernod Ricard s'engage à ce que, lors de l'élaboration des contrats, le chiffrage et le calibrage des engagements de volume d'achat soient objectifs et proportionnés à son volume d'affaires existant (tout en incluant une perspective raisonnable de développement) par catégorie de produits et par Territoire.

Pernod Ricard se réserve la faculté, pour certaines catégories de produits ou marques dont elle souhaite promouvoir par priorité le développement, à ne pas en confier la commercialisation aux importateurs grossistes assurant par ailleurs la distribution des produits et marques les plus directement concurrents.

### **1.3 Durée des contrats à intervenir et renouvellement des appels public à négociation**

Pernod Ricard s'engage à conclure des accords de distribution pour une durée limitée (autour de 4 ans) dans l'hypothèse où le processus d'appel à négociation conduirait à la sélection d'au moins deux distributeurs pour l'un ou l'autre de ces quatre Territoires. Au terme de ces contrats, un nouvel appel public à négociation sera lancé selon les mêmes modalités que celles décrites ci-dessus.

Dans l'hypothèse où le processus de sélection susvisé aboutirait, dans un ou plusieurs de ces quatre Territoires, à la sélection d'un seul grossiste importateur, la durée du contrat serait d'un maximum de 2 ans, au terme de laquelle Pernod Ricard procédera à un nouvel appel public à négociation.

### **1.4 Calendrier de mise en œuvre des engagements**

Le calendrier de mise en œuvre des engagements doit tenir compte des deux éléments suivants :

- D'une part, la désignation de deux ou plusieurs importateurs grossistes sur un même Territoire peut conduire à l'arrêt, même partiel, des relations commerciales établies qui préexistent avec un opérateur. Dans ces cas de figure, conformément à l'article L.442- 6 I 5° du code de commerce, Pernod Ricard devra respecter un préavis de rupture dont la durée est

/ 1

fonction de l'ancienneté de la relation en cause, avant que ne puisse s'engager une relation commerciale avec d'autres importateurs grossistes pour les produits ou marques concernés.

- D'autre part, la mise en œuvre des engagements devra tenir compte du cycle annuel des négociations commerciales avec les enseignes de la grande distribution afin de permettre aux importateurs grossistes sélectionnés d'y participer.

Pour tenir compte de ces éléments, Pernod Ricard s'engage à publier les appels publics à la négociation de contrats d'importation et de distribution de ses produits dans les quatre Territoires concernés et à entamer les négociations avec chacun des importateurs grossistes candidats dans un délai d'un an à compter de la notification de la décision à intervenir de l'Autorité.

Afin que les importateurs grossistes qui seraient sélectionnés à l'issue des négociations sur un même Territoire puissent engager sur un pied d'égalité les négociations commerciales intervenant fin 2016 avec les enseignes de la grande distribution pour les approvisionnements de 2017, Pernod Ricard s'engage à procéder à cette sélection et à la conclusion des accords commerciaux correspondants au plus tard le 31 octobre 2016.

Dans cette perspective et afin d'avoir octroyé les préavis nécessaires, Pernod Ricard s'engage, dans le mois suivant la notification de la décision à intervenir, à adresser à chacun des importateurs grossistes avec lesquels il est en relation dans ces quatre Territoires, une lettre les informant de la mise en place de ce processus.

## 2. TERRITOIRES DE SAINT MARTIN, SAINT BARTHELEMY ET MAYOTTE

### 2.1 Formalisation des relations contractuelles

Pernod Ricard s'engage à proposer un contrat écrit aux importateurs grossistes avec lesquels il est en relation dans ces trois Territoires, afin de formaliser celles-ci.

Pernod Ricard s'engage à inclure dans le préambule de ces contrats écrits une référence à la Loi n°2012-1270 du 20 novembre 2012 dite « LUREL » rappelant ainsi expressément l'absence de tout caractère exclusif de la relation commerciale.

Par Ailleurs, Pernod Ricard s'engage à publier, dans une ou plusieurs revues locales diffusées dans ces trois Territoires, une annonce détaillant les marques et produits du groupe Pernod Ricard distribués localement et invitant les grossistes actifs dans le secteur des vins et spiritueux qui souhaiteraient distribuer les produits du groupe à se manifester auprès de Pernod Ricard (ou ses filiales en charge de la zone).

Pernod Ricard s'engage à mener une négociation avec les importateurs grossistes en mesure d'assurer la distribution de ses produits qui se serait manifesté à la suite de cette annonce et à formaliser par écrit les éventuelles nouvelles relations ainsi nouées avec ceux qui auraient été finalement retenus dans les mêmes termes que les contrats conclus dans chaque Territoire concerné avec ses importateurs grossistes existants.

### 2.2 Durée des contrats à intervenir

Pernod Ricard s'engage à conclure des accords de distribution pour une durée limitée (autour de 2 à 3 ans) et non renouvelables tacitement.



### 2.3 Calendrier de mise en œuvre des engagements

S'agissant de la formalisation des relations avec ses importateurs grossistes existants dans ces trois Territoires, Pernod Ricard s'engage à établir et proposer, dans un délai de 6 mois suivant la notification de la décision à intervenir, un contrat écrit aux importateurs grossistes avec lesquels il est en relation dans les collectivités de Saint Martin, Saint Barthélémy et Mayotte.

S'agissant des publications visées ci-dessus, Pernod Ricard s'engage à procéder à une première publication dans chacun des Territoires concernés dans un délai d'un an à compter de la notification décision à intervenir de l'Autorité. Pernod Ricard s'engage à procéder par la suite à de nouvelles publications dans ces Territoires au fur et à mesure de l'arrivée à échéance des contrats conclus avec ses importateurs grossistes.

### 3. DUREE DES ENGAGEMENTS

Les présents engagements sont pris pour une durée globale de 8 ans à compter de la décision à intervenir de l'Autorité.

Les présents engagements deviendront caducs pour tout Territoire (ou canal de vente sur un Territoire) pour lequel Pernod Ricard abandonnerait le circuit long de distribution de ses produits et passerait à un circuit court d'approvisionnement des revendeurs locaux, soit à partir de la métropole, soit directement sur le Territoire concerné.

### 4. REVISION DES ENGAGEMENTS

Si des circonstances de fait ou de droit apparaissent de nature à modifier l'appréciation de la nécessité ou de la proportionnalité desdits engagements, Pernod Ricard pourra saisir l'Autorité d'une demande de révision ou de suppression des engagements.

Au nom et pour le compte de Pernod Ricard SA

Antoine CHOFFEL  
Avocat au barreau de Paris

