



Décision n° 95-MC-13 du 18 octobre 1995  
relative à une demande de mesures conservatoires présentée  
par la société Concurrence

Le Conseil de la concurrence (commission permanente),

Vu les deux lettres enregistrées le 16 août 1995 sous les numéros F 787 et M 168, par lesquelles la société Concurrence a saisi le Conseil de la concurrence de certaines pratiques des établissements Darty et Fils, de la société F.N.A.C. S.A. et de la société Sony France, qu'elle estime anticoncurrentielles et a sollicité le prononcé de mesures conservatoires ;

Vu l'ordonnance n° 86-1243 du 1er décembre 1986 modifiée, relative à la liberté des prix et de la concurrence et le décret n° 86-1309 du 29 décembre 1986 modifié, pris pour son application ;

Vu les observations présentées par la société Concurrence, les établissements Darty et Fils, la société F.N.A.C. S.A. et la société Sony France ;

Vu les autres pièces du dossier ;

Le rapporteur, le rapporteur général, le commissaire du Gouvernement et les représentants de la société Concurrence, des établissements Darty et Fils et de la société F.N.A.C. S.A. entendus ;

Considérant que la société Concurrence, qui exerce une activité de revente de produits d'électronique destinés au grand public, gère un magasin situé place de la Madeleine à Paris, à proximité de l'un des points de vente des établissements Darty et Fils ; qu'elle met en oeuvre une politique commerciale consistant à vendre ces matériels avec une marge réduite en assurant des services limités, si bien qu'elle pratique des prix inférieurs de 15 p. 100 à 20 p. 100 en moyenne à ceux d'autres revendeurs, parmi lesquels se trouvent les établissements Darty et Fils (ci-après Darty) et la société F.N.A.C. S.A. (ci-après la F.N.A.C.) ;

Sur une entente visant à la mise en oeuvre de prix 'prédateurs' :

Considérant que la partie saisissante soutient, en premier lieu, que l'établissement Darty situé place de la Madeleine à Paris a abaissé ses prix de matériels 'haute fidélité' lesquels se seraient 'énormément rapprochés' de ceux pratiqués par la société Concurrence ; que les prix pratiqués par le magasin Darty de la place de la Madeleine seraient ainsi inférieurs à ceux pratiqués pour les mêmes articles par les quarante-trois autres magasins Darty en région parisienne ;

Considérant que la partie saisissante soutient, en deuxième lieu, que ni la F.N.A.C. ni Darty n'appliquent les clauses d'alignement figurant respectivement dans 'l'engagement F.N.A.C.' et dans le 'contrat de confiance Darty' aux prix pratiqués par le magasin Darty de la place de la Madeleine, lesquels sont pourtant inférieurs à ceux pratiqués dans les autres magasins Darty ou dans les magasins F.N.A.C. ;

Considérant que selon la partie saisissante, les pratiques sus-mentionnées des sociétés F.N.A.C. et Darty seraient constitutives d'une pratique concertée de prix prédateurs destinée, tout en préservant dans le reste de la région parisienne des prix élevés de revente pour ces deux enseignes, à éliminer la société Concurrence du marché sur lequel elle se trouve et qui, selon elle, serait 'du fait de la méthode de vente de produits à emporter' qu'elle pratique 'nécessairement limité à la place de la Madeleine' ;

Mais considérant d'une part, qu'à supposer qu'il existe, comme le soutient la partie saisissante, un marché de la distribution de produits 'haute fidélité' limité géographiquement à la place de la Madeleine, il est constant que la F.N.A.C. ne dispose pas de magasins sur cette place et ne se trouve donc pas en situation de concurrence potentielle sur ce marché avec les sociétés Darty et Concurrence ; qu'ainsi la partie saisissante n'apporte aucun élément suggérant que la F.N.A.C. se serait entendue, ou même aurait eu un quelconque intérêt à s'entendre, avec Darty pour éliminer la société Concurrence d'un marché sur lequel la F.N.A.C. n'est pas présente ;

Considérant, d'autre part, qu'à supposer qu'il existe un marché de la distribution des produits 'haute fidélité' dans la région parisienne, aucun élément fourni par la partie saisissante à l'appui de sa saisine ne suggère que sur ce marché, la F.N.A.C. pratique des prix de prédation afin d'éliminer des magasins de vente à emporter et, en particulier, celui de la société Concurrence situé place de la Madeleine ; qu'il résulte d'ailleurs des déclarations en séance de M. Jean Chapelle, représentant de la société Concurrence, que le magasin qu'il exploite, par ailleurs, rue de Rennes, en face d'un magasin F.N.A.C. et qui pratique cette forme de vente n'est pas l'objet d'une entente de 'prix prédateurs' entre la F.N.A.C. et Darty ;

Considérant, en outre, qu'il ressort du constat de relevés de prix, effectué le 31 juillet 1995, concernant 123 équipements électroniques destinés au grand public de marques Sony, Aiwa, Sagem, Toshiba et Akaï, produit à l'appui de la saisine que, sur 70 articles vendus à la fois par le magasin Concurrence et par le magasin Darty situé place de la Madeleine, seuls deux prix pratiqués dans ce dernier magasin étaient inférieurs à ceux pratiqués dans le magasin de la société Concurrence, les prix de 68 autres articles étant supérieurs à ceux pratiqués par la société Concurrence ; qu'il n'est d'ailleurs ni établi ni même allégué que le prix pratiqué dans le magasin Darty de la place de la Madeleine aurait été pour l'un ou l'autre des articles ayant fait l'objet d'un relevé de prix, inférieur à la somme du coût d'achat de l'article considéré et du coût variable de sa commercialisation ;

Considérant, enfin, que si la société Concurrence produit également à l'appui de sa saisine un bon de vente établi le 28 juillet 1995 par le magasin Darty de la Madeleine pour l'achat d'un Caméscope montrant que ce magasin avait dans les faits vendu cet article à un prix inférieur à celui qu'elle affichait, cet élément isolé démontre d'autant moins l'existence d'une pratique de prix de prédation de la part du magasin Darty que le prix effectivement pratiqué par ce magasin était supérieur à celui du même article chez Concurrence et que l'acheteur, après avoir constaté cette différence, ayant demandé au magasin Darty de lui rembourser la

différence, le magasin Darty a refusé de s'aligner sur le prix de Concurrence et a préféré annuler la vente ;

Considérant ainsi que la société Concurrence n'apporte aucun élément à l'appui de son allégation selon laquelle elle serait victime de pratiques concertées de 'prix prédateurs' ;

Sur une entente de prix destinée à maintenir des marges de distribution élevées :

Considérant, par ailleurs, qu'indépendamment du cas particulier du magasin Darty de la place de la Madeleine, la partie saisissante soutient, d'une part, que les prix pratiqués par les autres magasins Darty et par les magasins F.N.A.C. de la région parisienne sont identiques et, d'autre part, que pour les matériels Sony ces prix sont conformes aux indications formulées par la société Sony France ; qu'elle produit à l'appui de sa saisine un constat de relevés de prix effectué le 31 juillet 1995, d'après lequel 38 des 44 prix de produits vendus à la fois par les magasins Darty et F.N.A.C., situés avenue des Ternes à Paris, sont identiques ; qu'elle soutient que pour ce qui concerne les produits Sony, ces prix sont conformes aux indications figurant dans un article de publi-information de la société Sony France paru le 8 mai 1995 dans le quotidien Le Figaro ou à celles mentionnées dans les 'références prix' du catalogue des produits Sony pour 1995 ; qu'elle allègue que ces identités de prix témoigneraient d'ententes anticoncurrentielles, d'une part, entre la société Sony France et ses distributeurs et, d'autre part, entre Darty et la F.N.A.C. ; que le 'contrat de confiance Darty' qui stipule que Darty 's'engage à rembourser la différence de prix au client qui la constaterait dans les trente jours qui suivent l'achat' et que 'l'engagement F.N.A.C.' contenu dans les publicités de cette entreprise qui précise que cette dernière s'engage à fournir à ses clients 'le prix le plus bas pour le meilleur service, garanti par l'alignement systématique à la baisse et le remboursement de la différence' contribueraient à l'entente de prix au moins tacite entre ces deux distributeurs en leur interdisant dans les faits de pratiquer des prix différents ;

Considérant qu'au stade actuel de la procédure et sous réserve de l'instruction de l'affaire au fond, il ne peut être exclu que ces pratiques puissent entrer dans le champ d'application du titre III de l'ordonnance du 1er décembre 1986 ;

Sur le bien-fondé de la demande de mesures conservatoires :

Considérant que dans sa lettre du 11 août 1995, la société Concurrence demande à titre conservatoire, sur le fondement de l'article 12 de l'ordonnance du 1er décembre 1986, qu'il soit enjoint, en premier lieu, à la société Darty, d'une part, de pratiquer le même prix à tous les clients de son magasin de la place de la Madeleine à Paris pour un produit donné à une date donnée, d'autre part, de pratiquer les mêmes prix que ceux de son magasin de la place de la Madeleine dans tous ses magasins de la région parisienne dont la liste est dressée dans son 'contrat de confiance', et qu'il soit enjoint, en second lieu, à la société F.N.A.C., d'aligner ses prix sur ceux pratiqués par l'établissement Darty de la place de la Madeleine ;

Considérant qu'aux termes de l'article 12 de l'ordonnance du 1er décembre 1986, des mesures conservatoires 'ne peuvent intervenir que si la pratique dénoncée porte une atteinte grave et immédiate à l'économie générale, à celle du secteur intéressé, à l'intérêt des consommateurs ou à l'entreprise plaignante' ; que les mesures susceptibles d'être prises à ce titre 'doivent rester strictement limitées à ce qui est nécessaire pour faire face à l'urgence' ;

Considérant, en premier lieu, que si les éléments comptables fournis par la société Concurrence font apparaître une baisse de son chiffre d'affaires, le résultat d'exploitation est positif pour les trois exercices de 1992 à 1994 ; que ce résultat d'exploitation, après avoir baissé en 1993, est en progression en 1994 ; que ces éléments ne sont pas propres à caractériser une atteinte grave et immédiate à la situation de cette entreprise ;

Considérant, en second lieu, que la demande de mesures conservatoires n'est pas de nature à faire cesser un trouble grave et immédiat à l'intérêt des consommateurs ; qu'en effet les mesures sollicitées d'alignement des magasins Darty de la région parisienne sur le magasin Darty de la place de la Madeleine et des magasins F.N.A.C. sur l'ensemble des magasins Darty visent en fait, comme l'a reconnu la partie saisissante lors de la séance, à faire remonter les prix pratiqués dans le magasin Darty de la place de la Madeleine directement concurrent de celui de la société Concurrence et auraient pour conséquence de renforcer l'éventuelle entente de prix entre Darty et la F.N.A.C. dénoncée, par ailleurs, par la partie saisissante ;

Considérant qu'il résulte de ce qui précède que la demande de mesures conservatoires présentée par la société Concurrence ne peut qu'être rejetée,

Décide :

Article unique. - La demande de mesures conservatoires enregistrée sous le numéro M 168 est rejetée.

Délibéré sur le rapport oral de M. Bernard Lavergne, par M. Barbeau, président, MM. Cortesse et Jenny, vice-présidents.

Le rapporteur général,  
Marie Picard

Le président,  
Charles Barbeau

---

© Conseil de la concurrence