CONSEIL DE LA CONCURRENCE

Décision n° 99-D-17 du 24 Février 1999

relative à une saisine présentée par le Conseil national des professions de l'automobile (CNPA)

Le Conseil de la concurrence (commission permanente),

Vu les lettres enregistrées le 7 août et le 9 septembre 1998, sous le numéro F 1062, par lesquelles le Conseil national des professions de l'automobile (CNPA) a saisi le Conseil de la concurrence de la vente des carburants, à prix coûtant, par les magasins à l'enseigne Leclerc de la région de Rennes, qu'il qualifie de pratiques anticoncurrentielles susceptibles de relever des dispositions du titre III de l'ordonnance du 1^{er} décembre 1986 ;

Vu l'ordonnance n° 86-1243 du 1^{er} 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 ;

Le rapporteur, le rapporteur général, le commissaire du Gouvernement et le représentant du Conseil national des professions de l'automobile (CNPA) entendus ;

Après en avoir délibéré, hors la présence du rapporteur et du rapporteur général ;

Considérant que, suite à une campagne publicitaire d'envergure nationale diffusée par voie radiophonique et au moyen de panneaux publicitaires répartis sur le territoire national, les 465 stations à l'enseigne Leclerc ont commercialisé, du 22 juillet au 16 août 1997, les carburants à prix coûtant ; que le Conseil national des professions de l'automobile (CNPA) soutient que la mise en oeuvre de cette campagne par les deux magasins de Rennes, exploités par des commerçants indépendants regroupés sous la même enseigne, constitue une entente ayant pour objet d'évincer les distributeurs indépendants du marché, prohibée par les dispositions de l'article 7 de l'ordonnance du 1^{er} décembre 1986 ; qu'à l'appui de sa saisine, le CNPA a communiqué la copie d'une lettre adressée le 4 août 1997 à la Direction départementale de la concurrence, de la consommation et de la répression des Fraudes à Rennes, Faisant état d'un relevé des prix pratiqués le 2 août 1997 pour trois produits (super sans plomb 98, super 97 et gasoil), le texte du message publicitaire diffusé le 22 juillet 1997 à 7 heures 44 par la radio RTL, ainsi qu'une photographie représentant un panneau publicitaire en un lieu non défini ; que le CNPA a également produit la liste des sept points de vente de carburants en grande surface et leur situation géographique dans l'agglomération de Rennes ; qu'il ressort de ces documents que, le 2 août 1997, les deux magasins à l'enseigne Leclerc pratiquent des prix identiques pour les trois produits relevés (SP 98 : 5,92 F ; super 97 : 6,17 F, gasoil : 4,04 F), que les supermarchés à l'enseigne U et le magasin à l'enseigne Stoc pratiquent également des prix identiques, inférieurs à ceux des magasins à l'enseigne Leclerc pour deux d'entre eux (SP 98 : 5,89 F ; super 97 : 6,14 F ; gasoil : 4,05 F),

tandis que le magasin à l'enseigne Géant (Casino) applique les prix les plus bas (SP 98 : 5,87 F ; super 97 : 6,12 F, gasoil : 4,01 F) ; que, par ailleurs, il ne semble pas contestable que les deux magasins à l'enseigne Leclerc sont situés à l'intérieur de la même zone de chalandise ;

Considérant qu'en application de l'article 19 de l'ordonnance du 1^{er} décembre 1986, le Conseil de la concurrence peut déclarer, par décision motivée, la saisine irrecevable, s'il estime que les Faits invoqués n'entrent pas dans le champ de sa compétence ou ne sont pas appuyés d'éléments suffisamment probants ;

Considérant, en premier lieu, que la partie saisissante soutient que la campagne de vente à prix coûtant constitue une pratique d'entente prohibée par les dispositions de l'article 7 de l'ordonnance du 1^{er} décembre 1986 ;

Mais considérant que le seul Fait pour un groupement de magasins indépendants de mener une campagne nationale de promotion ne constitue pas une entente anticoncurrentielle ; que les commerçants indépendants ont la possibilité de mener une politique commerciale basée sur une enseigne commune et de déterminer en commun une Formule de vente cohérente avec l'image qu'ils veulent donner de cette enseigne ; que la pratique concertée d'un prix coûtant, pour le même produit, par des entreprises en concurrence, n'a pas pour effet d'imposer un prix identique à ces entreprises, dès lors que leurs conditions d'approvisionnement et d'exploitation, même si elles peuvent être analogues, sont néanmoins propres à chacune d'entre elles et ne les dispensent pas de calculer de manière indépendante leur prix de vente ;

Considérant, en l'espèce, que si les relevés de prix versés au dossier par la partie saisissante révèlent pour les trois produits en cause une identité de prix, premièrement, ces relevés ne concernent que les prix affichés au cours d'une seule journée sur les 25 de la promotion et ne sauraient suffire à caractériser une entente, deuxièmement, à supposer même que les deux magasins à l'enseigne Leclerc aient pratiqué des prix identiques pour les carburants pendant toute la durée de la promotion, cette circonstance à elle seule ne pourrait suffire à établir l'existence d'une concertation entre eux pour la Fixation de ces prix, des éléments objectifs tels que les conditions d'approvisionnement et l'exploitation, identiques ou très proches, pouvant expliquer une uniformité des prix ;

Considérant, en second lieu, que la partie saisissante soutient également que la campagne promotionnelle nationale à prix coûtant a pour objet d'évincer du marché de la distribution de carburants les distributeurs indépendants de l'agglomération de Rennes ;

Considérant que la partie saisissante a déclaré en séance, sans Fournir aucune justification, que les écarts entre les prix pratiqués par les magasins de grande surface et ceux pratiqués par les distributeurs indépendants étaient approximativement de l'ordre de trente centimes tout au long de l'année et de quarante centimes pendant la période promotionnelle ; qu'elle soutient également que le prix coûtant pratiqué par les magasins à l'enseigne Leclerc n'intégrerait pas la totalité des coûts afférents à la distribution de carburant ;

Mais considérant que la partie saisissante n'a apporté aucun élément sur la situation des pompistes indépendants et notamment sur les conséquences de la campagne promotionnelle sur leur activité ; que la campagne de vente à prix coûtant a été mise en œuvre pendant une période limitée, de l'ordre de trois semaines, et s'inscrivait dans une opération plus globale de promotion de l'enseigne ; qu'il n'est pas soutenu

que les deux magasins Leclerc de l'agglomération de Rennes auraient été à l'origine de cette campagne ; que les autres grandes surfaces de la zone de chalandise de Rennes ont pratiqué, le jour considéré, des prix inférieurs à ceux pratiqués par les deux magasins à l'enseigne Leclerc ; qu'il résulte de ce qui précède, à supposer même que les prix pratiqués par les deux magasins exploités sous l'enseigne Leclerc à Rennes soient inférieurs à leurs coûts totaux et en l'absence d'autres indices, que les Faits invoqués par la partie saisissante ne sont pas appuyés d'éléments suffisamment probants pour présumer que les pratiques dénoncées auraient eu pour objet d'évincer les distributeurs indépendants du marché de la distribution des carburants dans l'agglomération de Rennes et seraient prohibées par les dispositions de l'article 7 de l'ordonnance du 1^{er} décembre 1986 ; qu'il y a lieu, en conséquence, de Faire application de l'article 19 de l'ordonnance susvisée,

Décide :

Article unique : la saisine enregistrée sous le numéro F 1062 est déclarée irrecevable.

Délibéré, sur le rapport de Mme Élisabeth Maillot-Bouvier, par M. Cortesse, vice-président, présidant la séance en remplacement de Mme Hagelsteen, présidente, empêchée, Mme Pasturel, vice-présidente, et M. Rocca, membre, désigné en remplacement de M. Jenny, vice-président, empêché.

Le secrétaire de séance,

Le vice-président, présidant la séance,

Sylvie Grando

Pierre Cortesse