

En partenariat avec...

JURIDIQUE



**BSM**  
AVOCATS

Sophie Bienenstock, avocat à la cour de Paris

## RÉSEAU

# La fixation des prix dans les réseaux de distribution

S'il est parfaitement légitime que le franchiseur veille à une certaine homogénéité au sein du réseau, le franchisé, en tant que commerçant indépendant, doit en principe rester libre de fixer lui-même ses prix de vente. Comment concilier ces deux impératifs, a priori contradictoires ?

Chaque membre d'un réseau de distribution est une entreprise indépendante qui doit théoriquement être libre de fixer ses prix. Il serait pourtant difficilement compréhensible pour les consommateurs que les points de vente d'un même réseau pratiquent des tarifs divergents. La recherche d'une certaine homogénéité relève en ce sens de l'essence même d'un réseau. C'est pour concilier ces deux objectifs que le droit est venu encadrer les prix imposés, recommandés, maximums, minimums etc.

### Le principe : l'interdiction des prix imposés

Au niveau national aussi bien que communautaire, les pratiques consistant à entraver la liberté dans la fixation du prix sont prohibées. En droit français, c'est l'article L 442-6 du Code de commerce qui prévoit que le fait d'imposer "un caractère minimal au prix de revente d'un produit ou d'un bien, au prix d'une prestation de service ou à une marge commerciale" est interdit. Cette interdiction est assortie d'une amende de 15.000 euros. La règle est d'interprétation stricte, si bien que les prix conseillés ou maximum sont, quant à eux, autorisés par le droit national. Au niveau de l'Union Européenne, le règlement du 20 avril 2010 prohibe les prix imposés et les prix minimums au nom de l'atteinte à la concurrence que ces pratiques sont susceptibles d'entraîner. En revanche, les prix conseillés et les prix maximum sont, là encore, autorisés. Le règlement Européen prévoit explicitement que les prix conseillés et les prix maximum sont autorisés "à condition que ces

derniers n'équivalent pas à un prix de vente fixe ou minimal sous l'effet de pressions exercées ou d'incitations par l'une des parties." Or toute la difficulté réside précisément dans la frontière extrêmement ténue, en pratique, entre des prix conseillés et des prix imposés.

### La pratique : l'omniprésence des prix imposés

Bien que les prix imposés soient théoriquement interdits, ils sont en pratique très répandus dans les réseaux de distribution. Plusieurs mécanismes conduisent, de facto, à imposer des prix aux distributeurs derrière un habillage de prix recommandés ou conseillés. En premier lieu, il est fréquent que la tête de réseau, qui intervient également en qualité de fournisseur, livre des produits déjà étiquetés. S'il est théoriquement possible de modifier le prix, cela est en pratique compliqué, coûteux et chronophage. Les produits qui parviennent déjà étiquetés auprès des distributeurs sont en réalité équivalents à des prix imposés. L'article L 442-6 du Code de commerce vise d'ailleurs explicitement les pratiques consistant à imposer "directement ou indirectement" des prix minimums. Il serait tout à fait envisageable de sanctionner cette pratique des produits déjà étiquetés sur ce fondement. Par ailleurs, la généralisation de la vente sur internet par le franchiseur peut conduire, indirectement, à imposer des prix aux franchisés. Là encore, les franchisés ne sont pas juridiquement contraints de s'aligner sur les prix pratiqués en ligne. En pratique, ils n'ont guère d'autre alternative...

"Les prix conseillés et les prix maximum sont autorisés"