

**Communication publiée conformément à l'article 27, paragraphe 4, du règlement (CE) n° 1/2003 du Conseil dans l'affaire COMP/A.39.116/B2 — Coca-Cola**

(2004/C 289/08)

(Texte présentant de l'intérêt pour l'EEE)

## 1. Introduction

- 1) The Coca-Cola Company («TCCC») et ses trois principaux embouteilleurs dans l'Espace économique européen, à savoir Coca-Cola Hellenic Bottling Company, Coca-Cola Enterprises et Coca-Cola Erfrischungsgetränke AG, ci-après collectivement dénommées «les entreprises», ont formellement avalisé une série d'engagements qu'elles ont communiqués à la Commission européenne. Ces engagements ont été pris dans le cadre d'un examen de la Commission portant sur les pratiques commerciales des entreprises dans la Communauté européenne, en Norvège et en Islande, en application de l'article 82 du traité CE et de l'article 54 de l'accord EEE.
- 2) Par la présente publication, la Commission entend soumettre à une enquête auprès des acteurs du marché les engagements actuellement proposés par les entreprises visant à répondre aux préoccupations exprimées par la Commission dans l'évaluation préliminaire concernant le respect des règles de concurrence et tenant à des pratiques des entreprises, pratiques qui ont été l'objet de l'examen de la Commission. Elle adoptera, en fonction des résultats de cette enquête, une décision conformément à l'article 9, paragraphe 1, du règlement (CE) n° 1/2003 du Conseil du 16 décembre 2002 relatif à la mise en œuvre des règles de concurrence prévues aux articles 81 et 82 du traité<sup>(1)</sup> afin de rendre les engagements proposés, qui répondent aux préoccupations exprimées par la Commission dans l'évaluation préliminaire, obligatoires pour les entreprises. Une telle décision n'établirait pas s'il y a eu ou s'il y a toujours une infraction.

## 2. Évaluation préliminaire

- 3) La Commission a informé les entreprises, par lettre du 18 octobre 2004, de son évaluation préliminaire au sens de l'article 9, paragraphe 1, du règlement (CE) n° 1/2003.
- 4) Selon l'évaluation préliminaire, TCCC et ses embouteilleurs respectifs détiennent collectivement une position dominante dans certains marchés nationaux de la fourniture de boissons rafraîchissantes gazeuses, ci-après dénommées «boissons gazeuses», dans la Communauté, en Norvège et en Islande, et ce dans au moins un des deux circuits de distribution suivants: le circuit de détail (supermarchés et autres commerces de détail) et le circuit de la consommation hors foyer (vente sur place, hôtels, restaurants et cafés)<sup>(2)</sup>.

<sup>(1)</sup> JO L 1 du 4.1.2003, p. 1.

<sup>(2)</sup> Sur la base des données actuellement disponibles (les données pour Chypre, le Luxembourg et Malte ne sont pas encore disponibles) les engagements seraient applicables aux pays suivants: Autriche, Belgique, Danemark, Estonie, France, Allemagne, Grèce, Hongrie (seulement circuit de détail), Italie, Lettonie, Lituanie (seulement circuit de détail), Pays-Bas, Norvège (seulement circuit de détail), Pologne (seulement circuit de détail), Espagne, Suède et Royaume-Uni.

- 5) Les pratiques suscitant des préoccupations concernent, pour les deux circuits de distribution, des clauses d'exclusivité, des rabais accordés à condition que les clients atteignent, sur une base trimestrielle, des objectifs d'achats individuels, fixés séparément pour les colas et les boissons sans cola, des accords de ventes liées ainsi que des accords exigeant des clients qu'ils proposent à la vente une gamme de boissons avec ou sans cola. Dans le circuit de détail, les entreprises imposent aux supermarchés de réserver une part importante de leur linéaire de boissons gazeuses aux produits d'une marque de TCCC. Dans le circuit de la consommation hors foyer, les clients perçoivent un financement initial, à condition qu'ils achètent des produits d'une marque de TCCC pendant un certain nombre d'années. En outre, les entreprises ont lié l'installation d'équipements techniques de vente tels que les meubles réfrigérés, les fontaines à soda ou les distributeurs automatiques à certaines restrictions visant à acquérir l'exclusivité.
- 6) Selon l'évaluation préliminaire, l'ensemble de ces pratiques a entravé l'accès des concurrents aux points de vente, portant ainsi préjudice aux consommateurs. L'évaluation préliminaire a notamment montré que les entreprises pourraient utiliser le pouvoir de marché de leurs marques fortes et leurs vastes portefeuilles de produits comme moyen de pression pour maintenir et étendre leur position sur le marché.

## 3. Engagements

- 7) Les engagements sont brièvement décrits ci-après et sont publiés dans leur intégralité dans la version non confidentielle en anglais qui figure sur le site Internet de la direction générale de la concurrence:

[http://europa.eu.int/comm/competition/antitrust/cases/decisions/39116/tccc\\_final\\_undertaking\\_041019.pdf](http://europa.eu.int/comm/competition/antitrust/cases/decisions/39116/tccc_final_undertaking_041019.pdf)

- 8) Les entreprises proposent d'appliquer ces engagements dans tous les États membres, en Norvège et en Islande dans la mesure où les boissons gazeuses d'une marque de TCCC représentaient, l'année précédente, plus du double de la part de marché du concurrent le plus proche et plus de 40 % des ventes nationales de boissons gazeuses, que ce soit dans le circuit de détail ou celui de la consommation hors foyer.
- 9) Les entreprises s'engagent, pour les deux circuits de distribution:

— à ne pas imposer de clauses d'exclusivité à leurs clients,

- à ne pas offrir de rabais d'objectif pour les boissons gazeuses d'une marque de TCCC, c'est-à-dire des rabais ou tout autre avantage accordés au client s'il atteint des seuils d'achat définis sur une base individuelle,
  - à ne pas imposer d'accords de ventes liées subordonnant l'approvisionnement en boissons gazeuses au cola ou à l'orange d'une marque de TCCC à l'achat d'une ou de plusieurs boissons supplémentaires d'une marque de TCCC,
  - à définir des dispositions en matière d'assortiment et de gamme distinctes pour les colas classiques, les colas «light» et les boissons gazeuses à l'orange d'une marque de TCCC. Dans les cas où les engagements prévoient un traitement distinct des boissons gazeuses à l'orange d'une marque de TCCC, cela ne vaut que dans les pays où «Fanta Orange Regular» représentait, l'année précédente, plus du double de la part de marché de la marque concurrente de boissons gazeuses à l'orange la plus proche, que ce soit dans le circuit de détail ou celui de la consommation hors foyer,
  - à ne pas subordonner l'offre de boissons gazeuses d'une marque de TCCC ou l'importance d'un quelconque avantage à l'obligation pour le client de suspendre, de réduire ou de modifier les relations qu'il entretient avec un autre fournisseur.
- 10) En ce qui concerne plus spécifiquement le circuit de détail, les entreprises s'engagent:
- à définir tout accord réservant une fraction ou un montant de linéaire permanent maintenu à température ambiante dans les points de vente des clients («accords en matière de linéaire») séparément pour les colas, les boissons gazeuses à l'orange et toute autre boisson gazeuse d'une marque de TCCC,
  - dans les éventuels accords en matière de linéaire, à ne pas réserver une fraction de linéaire permanent maintenu à température ambiante aux colas d'une marque de TCCC qui excéderait leur part dans les ventes nationales de boissons gazeuses au cours de l'année précédente moins 5 % de ladite part,
  - dans les éventuels accords en matière de linéaire, à ne pas réserver une fraction de linéaire permanent maintenu à température ambiante aux boissons gazeuses à l'orange d'une marque de TCCC qui excéderait leur part dans les ventes nationales de boissons gazeuses au cours de l'année précédente.
- 11) En ce qui concerne plus spécifiquement le circuit de la consommation hors foyer, les entreprises s'engagent:
- à limiter la durée de tout accord de financement à cinq ans au maximum, tout en donnant aux clients la possibilité, après un préavis de trois mois: a) de rembourser toute fraction des versements de prêt dus en espèces, ou b) de mettre fin à l'accord sans pénalité de remboursement anticipé. En outre, ces accords ne seront pas subordonnés à l'achat d'une gamme spécifique de boissons gazeuses d'une marque de TCCC,
  - à limiter la durée de tout accord de disponibilité à cinq ans au maximum, tout en donnant aux clients la possibilité, chaque année et pour la première fois après trois ans, de mettre fin à l'accord sans pénalité,
  - en cas de parrainage de lieux (stades ou parcs d'attraction), à n'exiger l'exclusivité que par rapport aux marques ou aux catégories d'arôme faisant l'objet du parrainage. En cas de parrainage d'événements (manifestations sportives, festivals), les entreprises peuvent imposer des droits d'approvisionnement exclusifs pour l'ensemble de leur gamme de boissons gazeuses.
- 12) En ce qui concerne plus précisément les accords commerciaux conclus à la suite d'appels d'offres dans le circuit de la consommation hors foyer, les entreprises peuvent imposer l'exclusivité en matière d'approvisionnement. Lorsque l'appel d'offres est organisé par de gros clients du secteur privé, la durée des accords sera limitée à cinq ans et les clients auront la possibilité, chaque année et pour la première fois après trois ans, de mettre fin à l'accord sans pénalité. Pour les accords conclus à la suite d'appels d'offres avec des clients du secteur privé et contenant des droits d'approvisionnement exclusif, les entreprises limiteront également le volume des ventes à 5 % des ventes annuelles de boissons gazeuses dans le circuit de la consommation hors foyer réalisées par les entreprises.
- 13) En ce qui concerne plus précisément l'installation d'équipements techniques de vente, les entreprises s'engagent:
- dans le cas des meubles réfrigérés, à appliquer les conditions suivantes: premièrement, lorsque le meuble réfrigéré est prêté gratuitement, les entreprises peuvent exiger qu'il soit exclusivement réservé aux boissons gazeuses d'une marque de TCCC, sauf s'il n'existe pas, dans le point de vente, d'autre installation pour boissons fraîches à laquelle le consommateur peut accéder directement, auquel cas le client peut utiliser au moins 20 % du meuble réfrigéré pour des produits de son choix. Deuxièmement, lorsqu'un client loue un meuble réfrigéré, il peut, en tout état de cause, utiliser au moins 20 % du meuble pour des produits de son choix. Troisièmement, lorsqu'un client achète un meuble réfrigéré, il est entièrement libre de décider de son utilisation,
  - dans le cas des fontaines à soda, à laisser les clients libres d'installer des fontaines concurrentes, tout en limitant à trois ans au maximum la durée de tout engagement d'achat de produits vendus par le biais de fontaines à soda, avec la possibilité pour le client de mettre fin à l'engagement d'achat de produits à tout moment à partir de la fin d'une période qui ne peut excéder deux ans,
  - dans le cas des distributeurs automatiques, à laisser les clients libres d'installer des distributeurs automatiques concurrents.

#### 4. Intention de la commission

- 14) En fonction des résultats de la présente enquête, la Commission a l'intention d'adopter une décision conformément à l'article 9, paragraphe 1, du règlement (CE) n° 1/2003 déclarant obligatoires pour les entreprises les engagements proposés qui répondent aux préoccupations exprimées par la Commission dans l'évaluation préliminaire. À cette fin, elle invite les tiers intéressés à lui présenter leurs observations, dans un délai d'un mois à compter de la date de publication de la présente communication.
- 15) Les tiers intéressés sont également invités à fournir une version non confidentielle de leurs observations, dans

laquelle leurs secrets d'affaires et autres passages confidentiels sont supprimés, et d'en fournir, le cas échéant, un résumé non confidentiel ou de remplacer les passages supprimés par l'indication «[secrets d'affaires]» ou «[confidentiel]».

- 16) Ces observations peuvent être adressées, en mentionnant la référence du dossier «COMP/A.39.116/B2 — Coca-Cola», à l'adresse suivante:

Commission européenne  
Direction générale de la concurrence  
Greffe Antitrust  
B-1049 Bruxelles  
[Télécopieur (32-2) 295 01 28].

---