

[CONTRATS - DISTRIBUTION]

Relations commerce / industrie

Recommandation de la CEPC sur le management par catégorie

Le 4 novembre 2011, la Commission d'examen des pratiques commerciales (« CEPC ») a mis en ligne sa recommandation n° 11-01 du 28 septembre 2011 relative à un code de bonne conduite en matière de management par catégorie (ou management catégoriel).

Après l'Autorité de la concurrence (Avis n° 10-A-25 du 7 décembre 2010), c'est donc à la CEPC de s'intéresser à ce mécanisme, consistant en une collaboration entre un distributeur et un fournisseur, pour la commercialisation d'une catégorie de produits.

La CEPC distingue trois types de relations de management catégoriel :

- le management catégoriel avec capitaine de catégorie, peu mis en œuvre en France, à l'occasion duquel un distributeur confie à un ou plusieurs fournisseurs, dénommés « *capitaines de catégorie* » la mission d'établir des recommandations portant sur de nombreux aspects de la politique commerciale relative à la catégorie de produits concernée (assortiment, agencement en rayon, politique promotionnelle, ...)
- le management catégoriel avec partenariat renforcé, pour lequel le fournisseur partenaire n'a ni les pouvoirs ni les responsabilités d'un capitaine de catégorie ;
- le management catégoriel avec collaborations ponctuelles, à l'occasion duquel le distributeur collabore au cas par cas avec des fournisseurs, sur des sujets très divers : transmission de données, information adressée aux consommateurs, logistique, animation des ventes, ...

La CEPC présente dans sa recommandation des principes applicables à toutes ces relations : (i) transparence de la relation de management par catégorie par le biais d'une information du marché sur l'existence de cette relation, (ii) encadrement des informations communiquées, qui doivent être limitées à l'objectif recherché, (iii) engagement des partenaires de respecter les droits de propriété industrielle et innovations des tiers, (iv) intervention des fournisseurs limitée à des propositions et ne permettant pas de prises de décisions de leur part, (v) mise en place de mécanismes de retours d'expériences sur la mise en œuvre des propositions des fournisseurs, (vi) absence d'intervention du fournisseur sur les prix de revente du distributeur – y compris absence de proposition de prix de vente conseillés, (vii) absence de transferts d'informations entre concurrents par l'intermédiaire du partenaire, (viii) absence de statut privilégié des forces de vente du fournisseur partenaire auprès du distributeur.

S'agissant plus spécifiquement des relations de management catégoriel avec capitaine de catégorie et avec un partenariat renforcé, la CEPC recommande (i) que le distributeur informe la communauté des affaires de son intention de nouer des relations de management catégoriel avec un fournisseur, tout en se montrant défavorable à la sélection du partenaire par voie d'appel d'offres, (ii) qu'un accord faisant référence à la recommandation de la CEPC soit conclu entre les parties pour encadrer cette relation, étant précisé que la CEPC préconise qu'un contrat en double exemplaire soit signé dans le cadre d'une relation avec un capitaine de catégorie, alors qu'un simple échange de courriers ou courriels serait suffisant dans le cadre d'un partenariat renforcé.

Notons que l'ILEC a invité ses adhérents à se conformer à ce code de bonne conduite.
