

SAISINE 10/0005 F**ANNEXE 1****OFFRE D'ENGAGEMENTS DE PERNOD RICARD**

Les préoccupations de concurrence exprimées dans la note d'évaluation préliminaire des services d'instruction de l'Autorité concernant, s'agissant des circuits d'approvisionnement de Pernod Ricard, les collectivités d'outre-mer suivantes : la Guadeloupe, la Martinique, la Guyane, Saint Martin, Saint Barthélemy, la Réunion et Mayotte (§229 de la note d'évaluation préliminaire) (ci-après les « Territoires »).

Ces préoccupations de concurrence visent les situations où, pour l'approvisionnement d'un Territoire donné, Pernod Ricard (ou ses filiales en charge dudit Territoire) est en relation avec un seul importateur grossiste pour une ou plusieurs de ses marques, ou encore pour l'ensemble de son portefeuille.

Pour remédier aux préoccupations exprimées par les services d'instruction de l'Autorité, Pernod Ricard est disposé à prendre les engagements qui suivent et se porte fort de leur respect par celles de ses filiales en charge de la commercialisation de ses produits dans ces Territoires.

1. TERRITOIRES DE LA GUADELOUPE, LA MARTINIQUE, LA GUYANE ET LA REUNION**1.1 Appel public à la négociation de contrats d'importation et de distribution des produits du groupe Pernod Ricard.**

Pernod Ricard s'engage à faire publier dans des revues locales spécialisées et/ou dans la presse générale diffusées dans ces quatre Territoires un appel à négociation invitant l'ensemble des grossistes actifs dans le secteur des vins et spiritueux qui souhaiteraient distribuer les produits du groupe à se manifester auprès de Pernod Ricard (ou ses filiales en charge de la zone).

Pernod Ricard s'engage à ce que ces appels publics portent, sans aucune restriction, sur l'ensemble des marques commercialisées dans ces Territoires (ou que Pernod Ricard souhaiterait y commercialiser).

Pernod Ricard s'engage à ce que ces publications précisent également que la négociation et la sélection des importateurs grossistes portera sur leur expérience en matière de distribution de vins et spiritueux, la capacité à couvrir l'ensemble du Territoire concerné et les canaux on-trade et/ou off-trade, des engagements de volumes d'achat et des engagements en termes d'investissement publi-promotionnel.

1.2 Modalités des négociations avec les importateurs grossistes candidats

Pernod Ricard s'engage à mener une négociation avec chacun des importateurs grossistes ayant répondu à l'appel public décrit ci-dessus.

Pernod Ricard s'engage à ce que cette négociation soit fondée sur un modèle de contrat d'importation/distribution, dont les termes et conditions seront appliqués de manière uniforme à l'ensemble des importateurs grossistes qui répondront aux appels publics à négociation.

Les principaux termes et conditions de ce modèle de contrat porteront sur :

- L'absence d'exclusivité de la relation ;
- L'indication du portefeuille des marques et produits objets de la relation ;
- L'indication des canaux de vente couverts par le contrat (on-trade et/ou off-trade) ;
- Les tarifs et les éventuelles conditions commerciales ;
- Les modalités de passation des commandes et de prévision des commandes ;
- Les modalités de livraison, de facturation et de paiement ;
- Les obligations logistiques de l'importateur grossiste (stockage, livraison, ...) ;
- Un engagement de volume d'achat et de progression pour tout ou partie des marques et produits ;
- Les modalités relatives aux investissements publi-promotionnels et au partage de leurs coûts ;
- Les modalités de reporting sur l'activité.

Pernod Ricard s'engage à ce que, lors de l'élaboration des contrats, le chiffrage et le calibrage des engagements de volume d'achat soient objectifs et proportionnés à son volume d'affaires existant (tout en incluant une perspective raisonnable de développement) par catégorie de produits et par Territoire.

Pernod Ricard se réserve la faculté, pour certaines catégories de produits ou marques dont elle souhaite promouvoir par priorité le développement, à ne pas en confier la commercialisation aux importateurs grossistes assurant par ailleurs la distribution des produits et marques les plus directement concurrents.

1.3 Durée des contrats à intervenir et renouvellement des appels public à négociation

Pernod Ricard s'engage à conclure des accords de distribution pour une durée limitée (autour de 4 ans) dans l'hypothèse où le processus d'appel à négociation conduirait à la sélection d'au moins deux distributeurs pour l'un ou l'autre de ces quatre Territoires. Au terme de ces contrats, un nouvel appel public à négociation sera lancé selon les mêmes modalités que celles décrites ci-dessus.

Dans l'hypothèse où le processus de sélection susvisé aboutirait, dans un ou plusieurs de cas quatre Territoires, à la sélection d'un seul grossiste importateur, la durée du contrat serait d'un maximum de 2 ans, au terme de laquelle Pernod Ricard procédera à un nouvel appel public à négociation.

1.4 Calendrier de mise en œuvre des engagements

Le calendrier de mise en œuvre des engagements doit tenir compte des deux éléments suivants :

- D'une part, la désignation de deux ou plusieurs importateurs grossistes sur un même Territoire peut conduire à l'arrêt, même partiel, des relations commerciales établies qui préexistent avec un opérateur. Dans ces cas de figure, conformément à l'article L.442- 6 I 5° du code de commerce, Pernod Ricard devra respecter un préavis de rupture dont la durée est fonction de l'ancienneté de la relation en cause, avant que ne puisse s'engager une relation commerciale avec d'autres importateurs grossistes pour les produits ou marques concernés.

- D'autre part, la mise en œuvre des engagements devra tenir compte du cycle annuel des négociations commerciales avec les enseignes de la grande distribution afin de permettre aux importateurs grossistes sélectionnés d'y participer.

Pour tenir compte de ces éléments, à compter de la décision à intervenir de l'Autorité, Pernod Ricard s'engage à mettre en œuvre progressivement les présents engagements dans le courant de l'année 2016 (appels à négociations, négociations, sélections et conclusions d'accords commerciaux) aux fins d'un démarrage effectif, au plus tôt, lors des négociations commerciales intervenant fin 2016 avec les enseignes de la grande distribution pour les approvisionnements de 2017.

Au plus tard, Pernod Ricard s'engage à une mise en œuvre effective des présents engagements sur ces quatre Territoires, dans un délai de deux ans à compter de la décision à intervenir de l'Autorité.

Dans cette perspective et afin d'avoir octroyé les préavis nécessaires, Pernod Ricard s'engage, dans le mois suivant la décision à intervenir, à adresser à chacun des importateurs grossistes avec lesquels il est en relation dans ces quatre Territoires, une lettre les informant de la mise en place de ce processus.

2. TERRITOIRES DE SAINT MARTIN, SAINT BARTHELEMY ET MAYOTTE

2.1 Formalisation des relations contractuelles

Pernod Ricard s'engage à proposer un contrat écrit aux importateurs grossistes avec lesquels il est en relation dans ces trois Territoires, afin de formaliser celles-ci.

Pernod Ricard s'engage à inclure dans le préambule de ces contrats écrits une référence à la Loi n°2012-1270 du 20 novembre 2012 dite « LUREL » rappelant ainsi expressément l'absence de tout caractère exclusif de la relation commerciale.

Dans l'hypothèse où Pernod Ricard nouerait des relations avec de nouveaux importateurs grossistes locaux dans ces trois Territoires, celles-ci seraient également formalisées par écrit dans les mêmes termes.

2.2 Durée des contrats à intervenir

Pernod Ricard s'engage à conclure des accords de distribution pour une durée limitée (autour de 2 à 3 ans) et non renouvelables tacitement.

2.3 Calendrier de mise en œuvre des engagements

Pernod Ricard s'engage à établir et proposer, dans un délai de 6 mois suivant la décision à intervenir, un contrat écrit aux importateurs grossistes avec lesquels il est en relation dans les collectivités de Saint Martin, Saint Barthelemy et Mayotte.

3. DUREE DES ENGAGEMENTS

Les présents engagements sont pris pour une durée globale de 8 ans à compter de la décision à intervenir de l'Autorité.

Les présents engagements deviendront caducs pour tout Territoire (ou canal de vente sur un Territoire) pour lequel Pernod Ricard abandonnerait le circuit long de distribution de ses produits et passerait à un circuit court d'approvisionnement des revendeurs locaux, soit à partir de la métropole, soit directement sur le Territoire concerné.

4. REVISION DES ENGAGEMENT

Si des circonstances de fait ou de droit apparaissent de nature à modifier l'appréciation de la nécessité ou de la proportionnalité desdits engagements, Pernod Ricard pourra saisir l'Autorité d'une demande de révision ou de suppression des engagements.