

L'Autorité sanctionne les chocolats De Neuville pour avoir entravé la liberté commerciale de ses franchisés

Publié le 15 février 2024

À la suite d'un rapport d'enquête transmis par la DGCCRF, l'Autorité de la concurrence sanctionne la société De Neuville pour avoir mis en œuvre des pratiques visant à restreindre, d'une part, la vente en ligne des chocolats de la marque De Neuville par ses franchisés, et, d'autre part, les ventes de ces derniers à destination de la clientèle professionnelle.

L'Autorité a en effet constaté que de 2006 à 2019, le dispositif contractuel liant le franchiseur à ses franchisés empêchait ces derniers de vendre librement leurs produits sur internet, la société De Neuville se réservant l'exclusivité des ventes en ligne.

Par ailleurs, l'Autorité a également relevé que de 2006 à 2022, la société De Neuville avait restreint la liberté commerciale des franchisés dans la prospection de la clientèle professionnelle.

L'Autorité a prononcé à l'encontre de De Neuville (solidairement avec sa société mère, Savencia Holding) une sanction de 4 068 000 euros, assortie d'une injonction de communication et de publication.

L'Autorité de la concurrence sanctionne les
chocolats De Neuville pour avoir entravé la liberté
commerciale de ses franchisés

[Lire le communiqué](#)