

BULLETIN OFFICIEL DE L'UNION -2^e TRIMESTRE 2023
SPECIAL ACTES DE CONCURRENCE



UNION ÉCONOMIQUE ET MONÉTAIRE OUEST AFRICAINE

BULLETIN OFFICIEL

**PUBLICATION TRIMESTRIELLE DE LA COMMISSION
DE L'UEMOA**

380, Avenue Professeur Joseph KI-ZERBO
01 BP 543 Ouagadougou 01 - Burkina Faso

Email : commission@uemoa.int Site internet : www.uemoa.int

SOMMAIRE

DECISION N° 03/2023/COM/UEMOA PORTANT ATTESTATION NEGATIVE A L'EGARD DU PROJET D'ACQUISITION PAR LA SOCIETE VIP II BLUE B.V. DE LA TOTALITE DU CAPITAL SOCIAL EMIS ET A EMETTRE DE LA SOCIETE VIVO ENERGY AINSI QUE SES FILIALES ET SOCIETES AFFILIEES CONTROLEES	3
DECISION N°04/2023/COM/UEMOA RELATIVE A DES PRATIQUES MISES EN ŒUVRE DANS LE SECTEUR DES ASSURANCES AU BURKINA FASO	16
DECISION N°05/2023/COM/UEMOA RELATIVE A DES PRATIQUES MISES EN ŒUVRE DANS LE SECTEUR DE LA BRASSERIE ET DES BOISSONS GAZEUSES SUCREES AU TOGO	48
DECISION N°06/2023/COM/UEMOA RELATIVE A DES PRATIQUES DANS LE SECTEUR DE LA DISTRIBUTION DES DISPOSITIFS MEDICAUX AU BURKINA FASO	79
DECISION N°07/2023/COM/UEMOA RELATIVE A DES PRATIQUES MISES EN ŒUVRE DANS LE SECTEUR DU TABAC AU BURKINA FASO	88
DECISION N°08/2023/COM/UEMOA RELATIVE A DES PRATIQUES DANS LE SECTEUR DE LA CONFISERIE AU SENEGAL	101
DECISION N°09/2023/COM/UEMOA RELATIVE A DES PRATIQUES DANS LE SECTEUR DE LA CIMENTERIE AU SENEGAL	109
DECISION N°10/2023/COM/UEMOA RELATIVE A DES PRATIQUES DANS LE SECTEUR DE L’AFFICHAGE PUBLICITAIRE EN COTE D'IVOIRE	115
DECISION N°11/2023/COM/UEMOA RELATIVE A DES PRATIQUES DANS LE SECTEUR DE LA METALLURGIE AU BENIN	127

DECISION N° 03/2023/COM/UEMOA

Portant attestation négative à l'égard du projet d'acquisition par la société VIP II Blue B.V. de la totalité du capital social émis et à émettre de la société Vivo Energy ainsi que ses filiales et sociétés affiliées contrôlées

**La Commission de l'Union Economique et Monétaire
Ouest Africaine,**

- VU** le Traité modifié de l'UEMOA, notamment en ses articles 88, 89 et 90 ;
- VU** l'Acte Additionnel n°02/2021/CCEG/UEMOA du 14 avril 2021 portant nomination des Membres de la Commission de l'UEMOA ;
- VU** l'Acte Additionnel n°03/2021/CCEG/UEMOA du 14 avril 2021 portant nomination du Président de la Commission de l'UEMOA ;
- VU** le Règlement n°02/2002/CM/UEMOA du 23 mai 2002 relatif aux pratiques anticoncurrentielles à l'intérieur de l'Union Economique et Monétaire Ouest Africaine ;
- VU** le Règlement n°03/2002/CM/UEMOA du 23 mai 2002 relatif aux procédures applicables aux ententes et abus de position dominante à l'intérieur de l'Union Economique et Monétaire Ouest Africaine ;
- VU** le Règlement n°01/2018/CM/UEMOA du 23 mars 2018 portant Règlement financier des Organes de l'UEMOA ;
- VU** la Décision n°06/2021/COM/UEMOA du 30 avril 2021 portant nomination des membres du Comité Consultatif de la Concurrence ;

Prenant en compte la demande d'attestation négative des sociétés VIP II Blue B.V. (Blue) et Vivo Energy plc (Vivo Energy), en date du 11 mars 2022, relative à un projet d'acquisition par la société VIP II Blue BV de la totalité du capital social émis et à émettre de Vivo Energy ainsi que ses filiales et sociétés affiliées contrôlées ;

Considérant l'Avis n° 03/2022/CCC/UEMOA du Comité Consultatif de la Concurrence en date du 17 juin 2022, relatif au projet de Décision portant attestation négative à l'égard du projet d'acquisition par la société VIP II Blue B.V. de la totalité du capital social émis et à émettre de la société Vivo Energy ainsi que ses filiales et sociétés affiliées contrôlées ;

Considérant les procès-verbaux d'audition des parties en date du 07 juillet 2022 ;

Considérant les délibérations du Collège des Commissaires en date du 23 mars 2023 ;

Prenant en compte les autres pièces du dossier ;

I. Le contexte et la procédure

1. Par lettre n°BACI/KAF/001/03/2022 du 11 mars 2022 (réceptionnée le 16 mars 2022), les sociétés VIP II Blue B.V. (Blue) et Vivo Energy (Vivo Energy), par le biais de leur mandataire commun, ont transmis à la Commission, une demande d'attestation négative relative à un projet d'acquisition par Blue de la totalité du capital social émis et à émettre de Vivo Energy ainsi que ses filiales et sociétés affiliées contrôlées.
2. Cette notification est faite conformément aux dispositions de l'article 4.3 du Règlement n°02/2002/CM/UEMOA du 23 mai 2002 relatif aux pratiques anticoncurrentielles à l'intérieur de l'Union Economique et Monétaire Ouest Africaine. Par ailleurs, ladite demande est formulée, au titre de l'article 3 du Règlement n°03/2002/CM/UEMOA du 23 mai 2002 relatif aux procédures applicables aux ententes et abus de position dominante à l'intérieur de l'Union Economique et Monétaire Ouest Africaine.
3. Blue est une entreprise de droit néerlandais nouvellement créée aux fins de l'opération envisagée. Blue est une filiale indirecte en propriété exclusive de Vitol Investment Partnership II Limited (VIP II), qui est contrôlée en dernier ressort par Vitol Holding II S.A. (Vitol Holding). Vitol Holding, ainsi que les sociétés affiliées qu'elle contrôle, sont collectivement désignées dans la présente décision comme le Groupe Vitol.
4. **Le Groupe Vitol et Vivo Energy constituent, aux fins de la présente décision, "les parties notifiantes".**
5. En l'espèce, l'opération notifiée repose sur un plan d'arrangement en vertu des lois de l'Angleterre et du Pays de Galles. En effet, le Groupe Vitol (propriétaire exclusif de Blue) détient actuellement une participation de [] % dans Vivo Energy. Dans le cadre de l'opération envisagée, le Groupe Vitol a fait une offre pour acquérir le reste du capital social émis et à émettre de Vivo Energy.
6. Faisant suite à la notification, la Commission de l'UEMOA a, après un examen préliminaire, par lettre n°01680/2022/DMRC/DCONC du 30 mars 2022, demandé aux parties une version en langue française de l'annexe A de la notification présentant l'annonce de l'offre publique publiée le 25 novembre 2021.
7. La version française de cette pièce du dossier qui matérialise, en l'espèce, la volonté des parties à contracter a été transmise à la Commission le 15 avril 2022 par courrier électronique. De ce fait, la date d'effet de la notification est le **15 avril 2022**.
8. Dans le cadre de la mise en œuvre de la procédure prescrite en la matière et afin de disposer d'éléments approfondis, nécessaires à l'analyse de la demande, la Commission a procédé à une communication publique dans les journaux d'annonces à grand tirage des Etats membres de l'UEMOA pour appeler les acteurs du secteur, ainsi que les tierces parties à apporter toutes informations utiles à la présente affaire. En outre, la Commission a saisi les ministres en charge des hydrocarbures des Etats membres afin de recueillir les éventuelles observations sur le projet.
9. A l'issue de cette publication, une observation émanant de parties tierces, notamment du Ministère du Pétrole et des Energies de la République du Sénégal a été reçue.

10. Par ailleurs, conformément à l'article 28.4 du Règlement n°03/2002/CM/UEMOA du 23 mai 2002, susvisé, l'avis du Comité Consultatif de la Concurrence a été sollicité lors de sa vingt-sixième session ordinaire tenue à Bissau en République de la Guinée-Bissau, du 13 au 17 juin 2022.

II. Les entreprises concernées

11. L'opération envisagée concerne le vaste secteur des carburants/pétrole (et les marchés connexes) dans lequel les Parties sont actives, en particulier les domaines suivants :
- (i) le négoce de produits pétroliers raffinés ;
 - (ii) la distribution et la commercialisation de carburants et de lubrifiants de marque Shell et Engen auprès des particuliers et des entreprises ;
 - (iii) la fourniture du GPL aux consommateurs et aux utilisateurs industriels.

II.1. La société Blue et le Groupe Vitol

12. Comme indiqué ci-dessus, Blue est une société nouvellement créée aux fins de l'opération envisagée. Blue est une filiale indirecte en propriété exclusive de VIP II et fait partie du Groupe Vitol. Le Groupe Vitol, créé en 1966, est une société indépendante de commercialisation et de négoce d'énergie. L'approvisionnement et la distribution physiques de pétrole brut, de produits pétroliers et de gaz naturel constituent l'activité principale du Groupe Vitol. Outre ses activités de négoce, il a une longue expérience d'investissement dans des actifs du secteur de l'énergie, et plus précisément dans des entreprises majeures en aval sur différents marchés, tels que Shell Afrique, Shell Australie et Petrol Ofisi en Turquie.
13. Dans l'espace UEMOA, le Groupe Vitol est présent au Bénin, en Côte d'Ivoire, au Sénégal et au Togo. Les activités du Groupe Vitol dans ces États membres sont présentées ci-dessous :

Tableau 1 : Activités du groupe Vitol dans l'espace UEMOA

Etat membre	Activités
Bénin	<p>Commerce de produits pétroliers raffinés (gasoil et essence). L'unique client du Groupe Vitol au Bénin est la Société Nationale Burkinabé d'Hydrocarbures (SONABHY) du Burkina Faso¹.</p> <p>Le Groupe Vitol livre des produits pétroliers (gasoil et essence) à SONABHY au Bénin, le titre de propriété de ces produits passant également à SONABHY au Bénin. SONABHY est ensuite responsable de l'acheminement de ces produits du Bénin au Burkina Faso. SONABHY transporte la totalité du volume qu'elle reçoit du Groupe Vitol au Bénin vers le Burkina Faso (c'est-à-dire qu'elle ne vend aucun de ces volumes sur le marché intérieur béninois). Ainsi,</p>

¹ SONABHY détient le monopole de l'importation de tous les produits pétroliers raffinés au Burkina Faso et fournit ensuite ces produits directement aux sociétés nationales de commercialisation du pétrole (OMC) (dont Vivo Energy). SONABHY lance généralement un appel d'offres tous les quatre mois et, selon les termes de l'appel d'offres, la livraison a lieu dans l'une des juridictions voisines qui ne sont pas enclavées (par exemple, le Bénin, le Togo, le Ghana, etc.).

	aucun des volumes fournis par le Groupe Vitol au Bénin n'est consommé sur le marché intérieur béninois.
Côte d'Ivoire	Le commerce du pétrole brut et des produits pétroliers raffinés (fioul, essence, carburéacteur et GPL) ² .
Sénégal	Le commerce du pétrole brut et des produits pétroliers raffinés (fioul, essence, gasoil et carburéacteur) ³ .
Togo ⁴	Le commerce des produits pétroliers raffinés (fioul, essence, gasoil, carburéacteur, GPL et fioul à très faible teneur en soufre (VLS) ⁵ .

Source : Informations fournies par les parties

14. Au regard de ce qui précède, il apparaît que le Groupe Vitol est principalement actif dans le commerce du pétrole brut et des produits pétroliers raffinés. En d'autres termes, il s'approvisionne en pétrole brut et en produits pétroliers au niveau international et rivalise pour les fournir aux marchés nationaux des États membres de l'UEMOA⁶.

II.2. La Société Vivo Energy

15. Vivo Energy, entreprise constituée conformément aux lois de l'Angleterre et du Pays de Galles, est cotée à la Bourse de Londres (LSE), avec une cotation secondaire à la Bourse de Johannesburg (JSE). **Vivo Energy n'est pas contrôlée par une entreprise ou un individu.** Elle distribue et vend des carburants et des lubrifiants de marque Shell et Engen à des particuliers et à des entreprises en Afrique. Elle est présente dans 23 pays répartis dans le nord, l'ouest, l'est et le sud de l'Afrique, où elle possède un réseau de plus de 2 400 stations-service.

16. En outre, Vivo Energy génère des revenus à partir d'activités non liées au carburant, notamment le commerce de produits de consommation courante et la restauration rapide, en tirant parti de son réseau actuel de distribution de carburants. Elle fournit également du gaz de pétrole liquéfié (GPL) principalement aux consommateurs, mais aussi aux utilisateurs industriels.

17. Après l'entrée en vigueur du plan d'arrangement, Vivo Energy sera retirée de la Bourse de Londres et réenregistrée en tant que société privée à responsabilité limitée. Elle sera alors uniquement détenue et contrôlée par la société Blue.

² La demande intérieure de produits pétroliers raffinés est généralement satisfaite par la raffinerie d'État (Société Ivoirienne de Raffinage) à Abidjan. Toutefois, lorsque la demande l'exige, la raffinerie lance des appels d'offres sur le marché mondial et le Groupe Vitol peut y participer.

³ La demande intérieure de produits pétroliers raffinés est satisfaite par une combinaison d'appels d'offres et d'importations privées

⁴ Pour être précis, le Groupe Vitol, via sa participation minoritaire dans OVH Energy Togo, est également actif, dans une mesure limitée, dans la fourniture de carburants au détail au Togo.

⁵ La demande intérieure de produits pétroliers raffinés est généralement satisfaite par le biais d'un processus d'appel d'offres géré par l'État et supervisé par le Comité de suivi des fluctuations des prix des produits pétroliers, les OMC locales important les produits pétroliers par le biais de ce processus.

⁶ La seule exception notable est le Togo où, par sa participation minoritaire dans OVH Energy Togo, le groupe Vitol est également actif, dans une mesure limitée, en aval dans la fourniture de carburants au détail. Il convient de préciser que Vivo Energy ne mène pas d'activités de vente au détail concurrentes au Togo (ses activités au Togo étant limitées à la fourniture de lubrifiants aux entreprises).

18. Dans l'espace UEMOA, Vivo Energy est présente au Bénin, au Burkina Faso, en Guinée Bissau, en Côte d'Ivoire, au Mali, au Sénégal et au Togo. Les activités de Vivo Energy dans ces Etats membres sont présentées dans le tableau ci-dessous :

Tableau 1 : Activités de Vivo Energy dans l'espace UEMOA

Etat membre	Activités
Bénin	La fourniture de lubrifiants aux entreprises.
Burkina Faso	La fourniture de : (i) carburants (c'est-à-dire l'essence et le gasoil) aux particuliers ; (ii) carburants aux entreprises ; (iii) lubrifiants aux particuliers et aux entreprises ; et (iv) GPL aux particuliers.
Guinée-Bissau	La fourniture de carburants aux entreprises.
Côte d'Ivoire	La fourniture de : (i) carburants (c'est-à-dire l'essence et le gazole) aux particuliers ; (ii) carburants aux entreprises ; (iii) lubrifiants aux particuliers et aux entreprises ; (iv) GPL aux particuliers et aux entreprises ; et (v) carburants aviation aux entreprises.
Mali	La fourniture de : (i) carburants (c'est-à-dire l'essence et le gasoil) aux particuliers ; (ii) carburants aux entreprises ; et (iii) lubrifiants aux particuliers et aux entreprises.
Sénégal	La fourniture (i) de carburants (c'est-à-dire l'essence et le gasoil) aux particuliers ; (ii) de carburants aux entreprises ; (iii) de lubrifiants aux particuliers et aux entreprises ; et (iv) de carburants aviation aux entreprises.
Togo	La fourniture de lubrifiants aux entreprises.

Source : Informations fournies par les parties

19. Au regard de ce qui précède, il apparaît que Vivo Energy est active en aval de la chaîne d'approvisionnement dans la distribution commerciale et au détail de produits pétroliers aux utilisateurs finaux.

III. Le Marché en cause

20. La note interprétative 4, de l'annexe n° 1 du Règlement n°03/2002/CM/UEMOA du 23 mai 2002 précité, relative à la notion de " marché en cause " souligne que pour apprécier l'effet anticoncurrentiel d'une pratique et notamment, pour identifier une position dominante, la Commission utilisera comme critère la part de marché détenue par les parties à la pratique.

21. Pour pouvoir déterminer cette part de marché, il est nécessaire d'avoir préalablement défini avec précision le " marché en cause ". Ce marché est le résultat de la combinaison entre " le marché de produits en cause " et "le marché géographique en cause".

22. Comme indiqué supra, l'opération envisagée concerne le vaste secteur des carburants/pétrole (et les marchés connexes) dans lequel les Parties sont actives.

23. Dans ce cadre, les Parties notifiantes soulignent qu'en l'espèce, le Groupe Vitol est uniquement actif dans le commerce du pétrole brut et des produits pétroliers raffinés. En revanche, Vivo Energy est active en aval de la chaîne d'approvisionnement dans la distribution commerciale et au détail de produits pétroliers aux utilisateurs finaux. Ainsi, il n'y aurait pas de chevauchements horizontaux entre les activités du Groupe Vitol et celles

de Vivo Energy dans l'UEMOA au regard de ce qu'elles sont actives à différents niveaux de la chaîne de valeur des carburants. Le marché en cause sera celui sur lequel il existe un chevauchement vertical entre les activités des Parties au sein de l'espace UEMOA. Il convient, sur cette base, de chercher à définir le marché en cause.

III.1. Le marché de produits

24. Le marché de produits en cause comprend tous les produits et/ou services que le consommateur considère comme interchangeables ou substituables en raison de leurs caractéristiques, de leurs prix et de l'usage auquel ils sont destinés. Les facteurs considérés comme déterminants dans l'identification de ce marché sont les suivants :
- le degré de similitude physique entre les produits et/ou services en question ;
 - toute différence dans l'usage final qui est fait des produits ;
 - les écarts de prix entre deux produits ;
 - le coût occasionné par le passage d'un produit à un autre s'il s'agit de deux produits potentiellement concurrents ;
 - les préférences établies ou ancrées des consommateurs pour un type ou une catégorie de produits ;
 - les classifications des produits (nomenclature des associations professionnelles).
25. Il convient de relever de prime abord, que conformément à une jurisprudence constante, il existe un marché de produits distinct pour le commerce international du pétrole brut et des produits pétroliers raffinés.
26. En effet, le pétrole brut est extrait et généralement transporté par bateau ou par pipeline jusqu'à une raffinerie de pétrole. À la raffinerie, le pétrole est traité et raffiné en une série de produits pétroliers, notamment des carburants pour les véhicules (principalement de l'essence et du gasoil), du carburacteur, du carburant marin et d'autres produits.
27. Une fois le pétrole raffiné, la distribution primaire s'effectue par des ventes en gros directement à la sortie de la raffinerie ou par des livraisons par transport primaire aux entrepôts des clients à l'intérieur du pays ou à l'étranger. Les clients sont généralement des grossistes, des négociants ou des branches internes de vente en gros des raffineurs qui possèdent ou louent généralement de grandes installations de stockage.
28. Les installations de stockage servent ensuite à la vente en gros/non au détail (également appelée vente au comptoir, distribution commerciale ou distribution secondaire). Il s'agit de volumes plus petits provenant généralement des entrepôts du fournisseur à l'intérieur du pays, qui sont livrés par transport secondaire (généralement par camion) dans les locaux des clients.
29. Les clients sont généralement des stations-service, de petits revendeurs indépendants, des consommateurs industriels et des institutions publiques. Ces ventes se distinguent des ventes au départ de la raffinerie/en vrac car elles impliquent des services à valeur ajoutée tels que des livraisons de plus petite taille, des lieux de livraison multiples, des infrastructures de stockage et des terminaux et souvent une flexibilité de paiement. Ainsi, le commerce international des produits pétroliers raffinés est distinct de ce qui précède.

30. En l'espèce, la fourniture non au détail de produits pétroliers raffinés englobe la fourniture en gros à des revendeurs indépendants ou à des détaillants non intégrés en amont (par exemple, les exploitants de stations-service sans marque), ainsi qu'à de gros consommateurs industriels et à de grandes entreprises (par exemple, les entreprises de transport, de construction, les hôpitaux, les flottes de location de voitures et les usines) par des moyens de transport secondaires.
31. Certes, le marché de la fourniture de carburants peut encore être segmenté en marchés de produits distincts pour différents types de carburants, étant donné que chaque carburant est fourni pour différents usages et à différents types de clients. De même, les canaux de distribution pour l'approvisionnement de chaque type de produit sont différents. Ainsi, s'il peut être admis qu'il existe des marchés distincts et séparés pour la fourniture de fuel, d'essence, de gasoil et de carburéacteur par exemple, la Commission relève qu'aux fins de la définition du marché pour la présente affaire les distinctions éventuelles ne sont pas pertinentes.
- 32. Sur cette base, la Commission considère la fourniture de produits pétroliers raffinés en gros et au détail comme étant le marché pertinent.**

III.2. Le marché géographique

33. Le marché géographique en cause correspond quant à lui au territoire sur lequel les entreprises concernées contribuent à l'offre de produits et de services, qui présente des conditions de concurrence suffisamment homogènes et qui peut être distingué des territoires limitrophes par le fait notamment que les conditions de concurrence y sont sensiblement différentes. Les facteurs considérés comme déterminants sont les suivants :
- la nature et les caractéristiques des produits ou des services concernés;
 - l'existence de barrières à l'entrée ;
 - les préférences des consommateurs ;
 - des différences appréciables de parts de marché ou des écarts de prix substantiels ;
 - les coûts de transport.
34. Toutefois, il convient de préciser que conformément à l'annexe n°1 du Règlement n°03/2002/CM/UEMOA du 23 mai 2002 précité, notamment la " Note 4", relative à la notion de " marché en cause ", il est clairement spécifié que: " dans l'appréhension du marché en cause dans une affaire d'abus de position dominante, le territoire géographique d'un Etat membre, quel que soit le poids économique de celui-ci, pourra être considéré comme une " partie significative du marché commun ", au sens de l'article 4.1 du Règlement n°02/2002/ CM/UEMOA du 23 mai 2002 relatif aux pratiques anticoncurrentielles à l'intérieur de l'UEMOA.
35. Cette délimitation du marché en cause, qui constitue une spécificité de l'espace communautaire UEMOA, permet, nonobstant la particularité de certains secteurs d'activités, comme c'est le cas d'espèce, d'apprécier les incidences de l'opération envisagée aussi bien sur chacun des territoires géographiques des Etats membres concernés directement par l'opération que sur le marché commun, le territoire de chacun de ces Etats membres concernés étant une partie significative de celui-ci.

36. En conséquence, le marché de la fourniture en gros et au détail de produits pétroliers raffinés peut être considéré comme étant de dimension communautaire.

IV. L'analyse concurrentielle de l'opération

IV.1. Le cadre juridique

37. L'opération envisagée sera effectuée au moyen d'un plan d'arrangement en vertu des lois de l'Angleterre et du Pays de Galles.

38. Le secteur des produits pétroliers est réglementé et placé sous le contrôle d'un régulateur dans chaque Etat membre. En effet, les barrières à l'entrée sur les marchés de produits en cause varient d'un pays à l'autre. Cependant, en général, en dehors des exigences imposées par les régulateurs de carburant locaux, il existe très peu de barrières formelles à l'entrée.

39. La demande, il convient de le rappeler, est établie aux fins de l'obtention d'une attestation négative, au titre de l'article 3 du Règlement n°03/2002/CM/UEMOA du 23 mai 2002 précité, dans le cadre de la réalisation d'une opération de concentration telle que définie à l'article 4.3 du Règlement n°02/2002/CM/UEMOA cité supra. Il s'agit pour la Commission, dans le cadre de l'octroi d'une attestation négative, de constater qu'il n'y a pas lieu pour elle, en fonction des éléments dont elle a connaissance, d'intervenir à l'égard de l'accord notifié, en vertu des dispositions de l'article 88 paragraphes (a) ou (b) du Traité de l'UEMOA qui interdisent :

- les accords, associations et pratiques concertées entre entreprises ayant pour objet ou pour effet de fausser le jeu de la concurrence au sein de l'Union ;
- et les pratiques d'une ou de plusieurs entreprises, assimilables à un abus de position dominante sur le marché commun ou dans une partie significative de celui-ci.

40. Dans ce cadre, l'article 4. Alinéa 1 du Règlement n°02/2002/CM/UEMOA du 23 mai 2002, dispose que : « ...Constituent une pratique assimilable à un abus de position dominante les opérations de concentration qui créent ou renforcent une position dominante, détenue par une ou plusieurs entreprises, ayant comme conséquence d'entraver de manière significative une concurrence effective à l'intérieur du Marché Commun ».

41. Plus précisément, l'alinéa 3 du même article énonce que : « Constituent une concentration...l'opération par laquelle :

- une ou plusieurs personnes détenant déjà le contrôle d'une entreprise au moins, ou
- une ou plusieurs entreprises, acquièrent directement ou indirectement, que ce soit par prise de participations au capital ou achat d'éléments d'actifs, contrat ou tout autre moyen, le contrôle de l'ensemble ou de parties d'une ou de plusieurs autres entreprises... ».

42. Aussi, la Commission devra-t-elle analyser le projet d'acquisition par Blue de la totalité du capital social de Vivo Energy pour apprécier son impact sur la concurrence et sa compatibilité ou non avec le Marché commun.

IV.2. Les arguments de la partie notifiante

43. En vue de l'obtention d'une attestation négative, les parties font prévaloir l'idée selon laquelle la création de cette entreprise sera favorable à la concurrence au sein de l'espace UEMOA pour les raisons suivantes :
- les parties sont actives à différents niveaux de la chaîne de valeur des carburants, il n'y a donc pas de chevauchement horizontal entre elles dans les États membres de l'UEMOA. Par conséquent, il n'y aura pas d'augmentation de la part de marché à la suite de l'opération qui n'entraînera par ailleurs, pas de gain de pouvoir de marché pour l'acquéreur ;
 - l'opération envisagée ne soulèvera aucun risque de verrouillage des intrants ;
 - l'opération envisagée ne pose pas de problème de verrouillage de l'accès à la clientèle ;
 - l'opération permettra à Blue de soutenir Vivo Energy dans le développement et la diversification de ses activités en Afrique. Vivo Energy bénéficiera de l'expertise du Groupe Vitol et sera mieux placée pour saisir les opportunités sur le marché africain très fragmenté, notamment dans le contexte à plus long terme de la transition énergétique dans lequel le Groupe Vitol dispose d'un portefeuille à croissance rapide de production d'énergie solaire renouvelable, de biocarburants à faible teneur en carbone et d'infrastructures de recharge de véhicules électriques.
44. Outre ces raisons, les parties notifiantes considèrent qu'aucun problème d'ordre vertical ne se pose dans les États membres de l'UEMOA.

IV.3. Les avis et observations

45. Une observation a été faite suite à la communication publiée en application des dispositions de l'article 15.1 du Règlement n°03/2002/CM/UEMOA du 23 mai 2002 précité. Celle-ci émane du Ministère du Pétrole et des Energies de la République du Sénégal qui par lettre n°01127 du 07 juin 2022 invite la Commission « à ne pas donner suite à l'opération envisagée suivant la procédure dédiée ».
46. Au soutien de cette position, le Ministère souligne, sans la motiver, que « la Communication de la Commission de l'UEMOA relative à la demande d'attestation négative semble montrer que le projet d'acquisition envisagé... est perçu, au regard de l'article 4.3 du Règlement n° 03/2002/CM/UEMOA du 23 mai 2002 précité, comme une pratique anticoncurrentielle. »
47. Enfin, le Comité Consultatif de la Concurrence, à l'occasion de sa vingt-sixième session tenue à Bissau du 13 au 17 juin 2022, a adopté le projet de décision portant attestation négative à l'égard du projet d'acquisition par la société VIP II Blue B.V. de la totalité du capital social émis et à émettre de la société Vivo Energy ainsi que ses filiales et sociétés affiliées contrôlées.

IV.4. La position des parties sur le marché

48. Comme indiqué supra, dans l'UEMOA, le Groupe Vitol est principalement actif dans le négoce de pétrole brut et de produits pétroliers raffinés, tandis que Vivo Energy est active plus en aval dans la chaîne d'approvisionnement, dans la distribution en gros/non au détail de produits pétroliers. Les Parties sont donc actives à différents niveaux de la chaîne de valeur des carburants⁷ et il n'y a donc pas de chevauchement horizontal entre elles dans les États membres de l'UEMOA.

49. Dans l'espace UEMOA, le secteur de la fourniture de produits pétroliers raffinés en gros et au détail est un marché assez concurrentiel avec la présence de plusieurs acteurs dans chaque Etat membre. En effet, il existe un certain nombre de fournisseurs et de négociants en amont, réels et potentiels, de fioul, d'essence, de gasoil et de carburéacteur actifs, dont Trafigura, Glencore, BP, Total, Shell, Addax, Sahara, Mercurio, Gunvor, and Moch.

50. Au regard de ce qui précède, il apparaît que, sur le marché amont de la fourniture de produits pétroliers raffinés, le Groupe Vitol n'occupe pas une position dominante. Qu'en est-il de la position de Vivo Energy sur le marché aval du marché en cause ?

51. Les tableaux ci-après donnent un récapitulatif des parts de marchés de Vivo Energy et de ses principaux concurrents sur différents marchés de l'UEMOA (base 2020).

COTE D'IVOIRE				
	Fourniture de carburant aux grossistes	Fourniture de carburant aux détaillants	Fourniture de carburéacteur	Fourniture de GPL aux grossistes
TOTAL Energies marketing CI	43,16%	38,03%	46,52%	16,01%
ORYX	13,48%	01,30%	-	30,46%
Petro Ivoire	06,11%	11,86%	-	35,56%
OLA Energy	09,77%	11,74%	10,65%	08,59%
Vivo Energy	19,29%	32,47%	41,42%	08,81%
Autres	08,19%	04,6%	01,41%	0,57%

Source : Groupement des Professionnels du Pétrole

⁷ La seule exception notable est le Togo où, par sa participation minoritaire dans OVH Energy Togo, le groupe Vitol est également actif, dans une mesure limitée, en aval dans la fourniture de carburants au détail. Cependant, Vivo Energy ne mène pas d'activités de vente au détail concurrentes au Togo (ses activités au Togo étant limitées à la fourniture de lubrifiants aux entreprises).

SENEGAL						
	Fourniture de carburant grossistes	de aux	Fourniture de carburant détaillants	de aux	Fourniture de carburéacteur	de
TOTAL Energies Sénégal	33%		23,47%		36,8%	
Elton	22%		06,75%		-	
MKA	-		5%		-	
OLA Energy	-		06,26%		24,18%	
Vivo Energy	20%		23,30%		38,98%	
Autres	25%		35,22%		0,04%	

Source : Comité National des Hydrocarbures

52. L'analyse des tableaux synoptiques des parts de marché permet de relever que Vivo Energy n'est dominante sur aucun des marchés sur lesquels elle est active dans l'UEMOA. Par ailleurs, il apparaît que la structure du marché local dans chacun des États membres de l'UEMOA concernés ne sera pas modifiée à la suite de l'opération envisagée, car il n'y a pas de chevauchements horizontaux dans les activités des Parties.
53. Toutefois, l'opération envisagée donne lieu à une relation verticale dans un État membre de l'UEMOA puisque Vivo Energy s'est procuré des produits pétroliers (Fioul, essence, gasoil et carburéacteur) auprès du Groupe Vitol au Sénégal en 2020.

IV.5. Les effets sur la concurrence

54. L'analyse des effets, du plan d'aménagement ou de l'offre publique d'acquisition notifié, conduira à apprécier si l'accord n'a pas pour objet ou effet de restreindre ou de fausser le jeu de la concurrence à l'intérieur de l'Union.

- L'objet de l'accord notifié sur la concurrence

55. L'appréciation de l'objet ou des effets, de l'accord notifié, matérialisé par l'offre publique d'acquisition publiée le 25 novembre 2021, consistera à déterminer si celui-ci, qui est susceptible d'affecter le commerce au sein des pays de l'Union, a un objet ou des effets anticoncurrentiels réels ou potentiels.
56. Comme indiqué supra, l'accord notifié repose sur un plan d'arrangement par lequel le Groupe Vitol (détenant actuellement une participation de 36% dans Vivo Energy), a fait une offre pour acquérir le reste du capital social émis et à émettre de Vivo Energy ainsi que ses filiales et sociétés affiliées contrôlées.

57. Cet accord ne comporte pas de clauses anticoncurrentielles notamment celles portant sur la fixation des prix, la limitation de l'accès au marché ou son partage et des discriminations au moyen de conditions inégales pour des prestations équivalentes. **La nature de l'accord notifié ne permet donc pas de le qualifier de restrictif par son objet.**

- **Les effets réels ou potentiels de l'accord notifié sur la concurrence**

58. Sur la base des développements précédents, notamment ceux relatifs au positionnement sur le marché, il s'agira de dire si cette opération de concentration créera- ou renforcera- la position dominante (si c'en était le cas) détenue par lesdites sociétés. En d'autres termes, cette opération de concentration aura-t-elle pour conséquence d'entraver de manière significative une concurrence effective à l'intérieur du Marché Commun ?

59. Dans le cas d'espèce, l'opération envisagée ne crée ou ne renforce pas une position dominante ayant comme conséquence d'entraver une concurrence effective à l'intérieur du Marché Commun puisqu'aucune des parties ne détient de position dominante sur le marché en cause.

60. En effet, comme indiqué supra, les Parties sont actives à différents niveaux de la chaîne de valeur des carburants et il n'y a donc pas de chevauchement horizontal entre elles dans les États membres de l'UEMOA.

61. Certes, Vivo Energy s'étant procuré en 2020, au Sénégal, des produits pétroliers auprès du groupe Vitol comme indiqué ci-dessus, il apparaît une relation verticale qui pourrait soulever des préoccupations de verrouillage des intrants et de l'accès à la clientèle.

62. Dans ce cadre, il convient de relever qu'en 2020, la part de marché du Groupe Vitol sur le marché en cause était d'environ 30%⁸ avec la présence de fournisseurs et de négociants réels et potentiels importants. De même, si Vivo Energy achetait la totalité de son fioul, de son essence, de son gasoil et de son carburéacteur au Groupe Vitol au Sénégal, une clientèle importante resterait disponible pour les concurrents en amont après l'opération envisagée. Cela ressort des parts de marché en aval de Vivo Energy estimées en 2020 au Sénégal à respectivement 20% (fourniture de carburants aux entreprises), 38,98% (fourniture de carburéacteur) et 23,3% (fourniture de carburant au détail)⁹.

63. Ainsi, l'entité issue de la concentration ne pourra pas disposer du pouvoir de marché nécessaire pour mettre en place une quelconque stratégie de verrouillage des intrants et de verrouillage de l'accès à la clientèle.

64. En réalité, pour sanctionner un comportement abusif ayant pour conséquence d'entraver de manière significative une concurrence effective à l'intérieur du Marché Commun, il faut qu'il y ait une atteinte sensible à la concurrence.

65. Ainsi, ne peuvent être sanctionnés que les abus de position dominante dont les effets, actuels ou potentiels, sont suffisamment tangibles. En l'espèce, l'accord notifié ne comporte aucune clause de nature à restreindre le libre jeu du marché et il n'est pas susceptible d'engendrer des risques d'atteintes sensibles à la concurrence.

⁸ Données fournies par les parties notifiantes

⁹ Données fournies par les parties notifiantes

V- SUR LA BASE DES CONSTATATIONS QUI PRECEDENT,

LA COMMISSION,

66. Considérant qu'il n'y a pas lieu pour la Commission, en fonction des éléments dont elle a connaissance, d'intervenir à l'égard de l'accord notifié en vertu des dispositions de l'article 88 paragraphes (a) et (b) du Traité de l'UEMOA.
67. Considérant que dans ces conditions, il y a lieu pour la Commission de faire bénéficier aux sociétés VIP II Blue B.V. et Vivo Energy, d'une attestation négative dans le cadre du projet d'acquisition par la société VIP II Blue B.V. de la totalité du capital social émis et à émettre de la société Vivo Energy ainsi que ses filiales et sociétés affiliées contrôlées, conformément à l'article 3 du Règlement n°03/2002/CM/UEMOA du 23 mai 2002.
68. Considérant enfin, qu'en application des dispositions de l'article 29 du Règlement n°03/2002/CM/UEMOA du 23 mai 2022 précité et afin d'informer les professionnels du secteur et les consommateurs de la clôture de la procédure, il y a lieu pour la Commission de procéder à la publication d'un résumé de la décision.

DECIDE :

Article premier : Sur la base des faits dont elle a connaissance, la Commission constate qu'il n'y a pas lieu pour elle d'intervenir à l'égard de l'accord notifié, relatif au projet d'acquisition par la société VIP II Blue B.V. de la totalité du capital social émis et à émettre de la société Vivo Energy ainsi que ses filiales et sociétés affiliées contrôlées, en vertu des dispositions de l'article 88 paragraphes (a) ou (b) du Traité de l'UEMOA.

Article 2 : La société VIP II Blue B.V. et la société Vivo Energy bénéficient d'une attestation négative en vertu de l'article 3 du Règlement n°03/2002/CM/UEMOA du 23 mai 2002, relatif aux procédures applicables aux ententes et abus de position dominante à l'intérieur de l'Union Economique et Monétaire Ouest Africaine.

Article 3 : La société VIP II Blue B.V. et la société Vivo Energy sont destinataires de la présente Décision.

Article 4 : La présente décision, qui entre en vigueur à compter de sa date de signature, sera publiée au Bulletin Officiel de l'Union.

Fait à Ouagadougou, le 05 mai 2023

Pour la Commission,
Le Président

Abdoulaye DIOP

**DECISION N°04/2023/COM/UEMOA
RELATIVE A DES PRATIQUES MISES EN ŒUVRE DANS LE SECTEUR DES
ASSURANCES AU BURKINA FASO**

**La Commission de l'Union Economique et Monétaire
Ouest Africaine**

- VU** le Traité modifié de l'Union Economique et Monétaire Ouest-Africaine (UEMOA) ;
- VU** l'Acte Additionnel n°02/2021/CCEG/UEMOA du 14 avril 2021 portant nomination des Membres de la Commission de l'UEMOA ;
- VU** l'Acte Additionnel n°03/2021/CCEG/UEMOA du 14 avril 2021 portant nomination du Président de la Commission de l'UEMOA
- VU** le Règlement n°02/2002/UEMOA du 23 mai 2002, relatif aux pratiques anticoncurrentielles à l'intérieur de l'Union Economique et Monétaire Ouest Africaine ;
- VU** le Règlement n°03/2002/CM/UEMOA du 23 mai 2002, relatif aux procédures applicables aux ententes et abus de position dominante à l'intérieur de l'Union Economique et Monétaire Ouest Africaine ;
- VU** le Règlement n°01/2018/CM/UEMOA du 23 mars 2018 portant Règlement Financier des Organes de l'Union Economique et Monétaire Ouest-Africaine ;
- Prenant en compte** les lettres informant les autorités nationales, les sociétés et association d'entreprises du démarrage d'une enquête de concurrence dans le secteur des assurances du 15 au 27 octobre 2018 ;
- Prenant en compte** les lettres en date du 15 juin 2020 transmettant, aux différentes parties concernées, la communication de griefs relative à des pratiques mises en œuvre dans le secteur des assurances au Burkina Faso ;
- Prenant en compte** les lettres en date du 10 septembre 2020 convoquant les parties concernées aux séances d'audition relatives à des pratiques mises en œuvre dans le secteur des assurances au Burkina Faso ;
- Prenant en compte** les neuf (09) procès-verbaux des séances d'audition relatives à des pratiques mises en œuvre dans le secteur des assurances au Burkina Faso ;
- Considérant** l'avis n° 01/2021/CCC/UEMOA du 18 juin 2021 du Comité Consultatif de la Concurrence relatif au projet de Décision portant sur des pratiques mises en œuvre dans le secteur des assurances au Burkina Faso ;

Considérant les délibérations du Collège des Commissaires en date du 23 mars 2023 ;

Prenant en compte les autres pièces du dossier ;

Considérant ce qui suit :

I- CONTEXTE ET PROCEDURE

1. Le secteur des assurances dans le développement socioéconomique des nations est d'une importance capitale par sa contribution à la croissance économique et à l'accroissement de la résilience des économies locales et des ménages.
2. Conscient de l'importance de ce secteur, les Etats membres de la Conférence Interafricaine des Marchés d'Assurance (CIMA) ont harmonisé, depuis les années 90, leurs législations nationales et modernisé les dispositions relatives au contrat d'assurance, au contrôle du marché et aux entreprises du secteur. Le but ultime de cette réforme est de protéger l'ensemble des parties prenantes et de mobiliser davantage des ressources pour le financement des économies.
3. Courant 2017, par presses interposées, la Ligue des Consommateurs du Burkina (LCB) et l'Association Professionnelle des Sociétés d'Assurances du Burkina Faso (APSAB) se sont expliquées sur une probable augmentation du taux de la prime d'assurance indexée au crédit bancaire. Il ressort de ces coupures de presses que le taux de prime serait passé de 0.13% à 0.30%. La mise en œuvre de ladite mesure résulterait d'un consensus entre les sociétés d'assurances et serait mise en application par les sociétés bancaires installées au Burkina, et ce depuis août 2017.
4. Au regard des dispositions pertinentes du Règlement n°03/2002/CM/UEMOA du 23 mai 2002, relatif aux procédures applicables aux ententes et abus de position dominante à l'intérieur de l'UEMOA, la Commission de l'UEMOA a réalisé, du 15 au 27 octobre 2018, une enquête de concurrence sur le marché des assurances au Burkina Faso en général et sur celui des primes d'assurance relatives aux crédits bancaires en particulier.
5. Ces investigations ont été menées auprès des structures administratives en charge de la législation et de la réglementation dans le secteur des assurances, des entreprises et associations professionnelles du secteur et enfin des structures en charge de la protection des consommateurs.
6. Les résultats de ces investigations, consignés dans un rapport d'enquête et l'analyse des renseignements complémentaires fournis, ont permis de déceler des indices concordants d'un dysfonctionnement de la concurrence dans le secteur des assurances au Burkina Faso.
7. Aussi, en application de l'article 16 du Règlement n°03/2002/CM/UEMOA du 23 mai 2002, relatif aux procédures applicables aux ententes et abus de position dominante à l'intérieur de l'UEMOA, la Commission a-t-elle engagé la procédure contradictoire.
8. Ainsi, par lettres en date du 15 juin 2020, elle a notifié, à l'ensemble des sociétés d'Assurance-Vie, à leur association professionnelle et à une société bancaire (CORIS Bank International SA), des griefs de pratiques anticoncurrentielles dans le secteur des assurances au Burkina Faso.

9. Elle a également transmis, par lettre n°2996/PC/DMRC/DCONC du 15 juin 2020, aux autorités compétentes du Burkina Faso, à titre d'information et pour recueillir leurs éventuelles observations, la communication de griefs adressée aux entreprises et association d'entreprises suscitées.
10. En réponse à la communication de griefs, la Société Civile et Professionnelle d'Avocats SARI CONSEILS mandatée par l'Association Professionnelle des Sociétés d'Assurance du Burkina Faso a sollicité et consulté l'ensemble des pièces du dossier, tel que dressé par le procès-verbal de consultation en date du 10 juillet 2020.
11. A la suite de cette consultation, l'APSAB et sept (07) de ses membres, à savoir : SONAR VIE, ALLIANZ VIE, UAB VIE, GA VIE, CIF- VIE, CORIS- VIE, SAHAM VIE ont par lettre en date du 30 juillet 2020, transmis à la Commission, un mémoire en défense.
12. Suite à la consultation des pièces du dossier tel qu'établi par le procès-verbal en date du 23 juillet 2020, la Société SUNU Assurance-Vie a, par correspondance en date du 03 août 2020, transmis un mémoire en défense.
13. Par ailleurs, la société Coris Bank International S.A. après consultation des pièces du dossier tel qu'indiqué par le procès-verbal de consultation en date du 14 juillet 2020, a également transmis, par lettre datée du même jour, ses observations.
14. Enfin, la Commission a, par lettres en date du 10 septembre 2020, convoqué lesdites entreprises et association d'entreprises à des séances d'audition relatives à des pratiques mises en œuvre dans le secteur des assurances au Burkina Faso. Elles se sont tenues du 06 au 13 novembre 2020.

II. SECTEUR D'ACTIVITE

II.1. Les produits et services

15. Le produit en cause est l'assurance emprunteur. En effet, pour bénéficier d'un prêt au Burkina Faso, un certain nombre de garanties est requis par les établissements bancaires dont l'assurance emprunteur.
16. Les différents types d'assurances emprunteurs sur le marché des assurances au Burkina Faso sont **l'assurance décès ou invalidité** et **l'assurance perte d'emploi**.
17. L'assurance emprunteur est une assurance qui garantit la prise en charge de tout ou partie des échéances de remboursement ou du capital restant dû d'un crédit en cas de survenance de certains événements, le plus souvent le décès, l'Invalidité Absolue Définitive (IAD) et la perte d'emploi.
18. Pour bénéficier d'une telle assurance, il est généralement demandé de remplir un questionnaire de santé ou une déclaration d'état de santé. Au vu des réponses apportées, l'organisme d'assurance peut refuser d'offrir la prestation dans sa totalité ou en partie ou procéder à une augmentation de la prime.
19. Le mécanisme de fonctionnement de l'assurance emprunteur est le suivant :

➤ Cas de décès

20. En cas de décès et sous réserve des exclusions de garantie prévues par le contrat, l'assureur versera le capital restant dû au jour du décès au prêteur. Cependant, il est à noter que l'assurance en cas de décès est de nul effet si l'assuré se donne volontairement et consciemment la mort au cours des deux premières années du contrat¹.

➤ **Invalidité Absolue Définitive (IAD)**

21. L'assuré est en IAD lorsqu'il se trouve, à la suite d'une maladie ou d'un accident, médicalement dans l'impossibilité absolue et définitive de se livrer à une occupation ou à un travail quelconque lui procurant gain et profit et si son état l'oblige, en outre, à recourir à l'assistance d'une tierce personne pour accomplir les actes ordinaires de la vie. On parle généralement de l'impossibilité, pour une tierce personne, de réaliser trois des quatre actes quotidiens que sont : se nourrir, se laver, s'habiller et se déplacer.

➤ **Perte d'emploi**

22. L'assurance perte d'emploi couvre le risque d'un licenciement. En général, la démission et la rupture conventionnelle ne permettent pas de faire jouer cette garantie.

II.2. Contexte juridique de l'évolution de la tarification des primes d'assurances indexées au crédit bancaire

23. La prime d'assurance est le prix que le preneur d'assurance doit payer pour pouvoir bénéficier de la couverture d'assurance en cas de sinistre. Dans le cas présent, c'est le prix payé par le preneur de prêt à la société d'assurance pour bénéficier du remboursement par cette dernière du solde restant dû à la banque en cas de décès ou d'Invalidité Absolue Définitive.

24. La prime d'assurance peut être décomposée en prime pure, prime d'inventaire, prime commerciale et en Prime Toute Taxe Comprise.

25. La **Prime Pure ou Prime du Risque** est le montant du sinistre moyen auquel devra faire face l'assureur pour le risque. Elle est calculée à partir des tables de mortalité et **du taux d'intérêt technique qui est au plus égal à 3,5%**.

26. La **table de mortalité** est une construction statistique qui permet de suivre minutieusement le destin d'une population. Cet outil est surtout utilisé en démographie et en actuariat afin d'étudier le nombre de décès, les probabilités de décès ou de survie et l'espérance de vie selon l'âge et le sexe.

27. La **Prime d'Inventaire** est égale à la prime pure augmentée des chargements de gestion. Les **Chargements de Gestion** représentent les frais d'adhésion, frais de constitution de dossier ou frais de gestion et peuvent varier d'une compagnie d'assurance à une autre.

28. La **Prime Commerciale** est égale à la prime d'inventaire augmentée des chargements d'acquisition. Les **Chargements d'Acquisition** sont composés des commissions distribuées aux intermédiaires d'assurances.

29. On ajoute éventuellement à cette prime commerciale la Taxe d'Assurance pour avoir la **prime toute taxe comprise**.

30. Il importe de souligner que les nouvelles tables de mortalité ont été adoptées par le Conseil des Ministres des assurances par règlement n°0006/CIMA/PCMA/PCE/2012 modifiant et complétant les dispositions relatives aux tables de mortalité du 04 octobre 2012. Elles sont en vigueur depuis 2013.

¹ Article 66 du code des assurances CIMA

31. Au terme du règlement cité supra, les tarifs qui sont présentés au visa du Ministre en charge des assurances par les entreprises d'assurances vie ou à la Commission Régionale de Contrôle des Assurances doivent être établis en fonction d'éléments tels que la table de mortalité CIMA H pour les assurances en cas de décès² et CIMA F pour les assurances en cas de vie³, le taux d'intérêt technique et les chargements.
32. En matière d'assurances, le chargement est un montant que l'assureur prélève lorsqu'un assuré souscrit à une police d'assurance. **Il permet la récupération par l'entreprise d'un montant de frais justifiable et raisonnable.** Ce chargement est constitué des frais de gestion et des frais d'acquisition.
33. Dans l'optique de mieux encadrer la détermination desdits chargements, des seuils ont été fixés. **En effet, pour les chargements de gestion, l'article 334-13 du code des assurances fixe un seuil minimal de 5% de la prime pure. Quant aux chargements d'acquisition, le principe est posé par le dernier alinéa de l'article 338 qui précise que ces derniers doivent permettre la récupération par l'entreprise d'un montant de frais justifiables et raisonnables. Par ailleurs, la latitude est laissée aux Etats de définir les seuils y relatifs. L'article 544 alinéa 3, dispose à cet effet que : « le Ministre en charge des assurances fixe les taux minima et maxima des rémunérations des intermédiaires ».**

➤ **La nouvelle tarification**

34. Les nouveaux tarifs Décès emprunteur font suite à des injonctions faites par la Direction des Assurances (DA) à toutes les sociétés Vie pour le respect des nouvelles tables de mortalité établies par la CIMA en octobre 2012.
35. En rappel, le 04 octobre 2012, la CIMA par Règlement n°0006/CIMA/PCMA/ PCE, a élaboré de nouvelles tables de mortalité (CIMA H et CIMA F). Toutes les sociétés vie de la zone CIMA devraient appliquer ces nouvelles tables dans la tarification des risques.
36. C'est ainsi qu'en 2014, la DA a effectué des contrôles dans les sociétés d'assurance vie en vue de vérifier l'application de ce règlement. Il ressort de ceux-ci que les sociétés vie non seulement, n'appliquaient pas les nouvelles tables de mortalité, mais pratiquaient une sous tarification avec les anciennes tables.
37. Pour les inviter à respecter ces nouvelles tables de mortalité, des lettres de rappel avaient été envoyées aux sociétés d'assurances Vie par la DA.
38. A la suite de ces lettres, les sociétés d'assurances se sont concertées sous l'égide de l'Association Professionnelle des Sociétés d'Assurance du Burkina Faso (APSAB) et ont décidé d'élaborer un tarif sur la base des nouvelles tables de mortalités. La prime retenue est la prime pure ou prime de risque et chaque société est tenue de respecter ce tarif minimum. Cependant, chaque société est libre d'augmenter ces tarifs en fonction de ses chargements.

² Assurance en cas de décès garantit le versement d'un capital ou d'une rente à un ou plusieurs bénéficiaires en **cas de décès** de l'assuré avant une date déterminée dans le contrat.

³ Assurance en cas de vie garantit le versement d'un capital ou une rente à un assuré s'il est encore vivant au terme du contrat.

➤ **Le mécanisme de tarification**

39. Le secteur des assurances est un secteur règlementé sous le contrôle de la CIMA, ce qui suppose des acteurs une rigueur dans la tarification et dans les différents placements effectués.
40. En effet, l'activité des assurances est caractérisée par l'inversion du cycle de production. A titre illustratif, dans une entreprise industrielle, la détermination du prix de revient d'un produit est fonction du coût de production majorée de la marge bénéficiaire. Alors qu'au niveau des sociétés d'assurances, le prix de vente d'un produit (la prime d'assurance) est déterminé avant de connaître le coût de « production » (le sinistre).
41. Pour ce faire, il faut que les aspects techniques et règlementaires soient respectés pour que l'assureur ne soit pas défaillant au moment du paiement du sinistre. Aussi, la régulation du marché permet-elle aux assureurs de répondre en temps réel au moment du paiement du sinistre.
42. Pour ce qui concerne le marché Burkinabè des assurances, suite à des injonctions de la DA à toutes les sociétés d'assurances-vie les invitant au respect des nouvelles tables de mortalité établies par la CIMA en octobre 2012, les responsables des sociétés Vie se sont concertés sous l'égide de leur association professionnelle pour élaborer un tarif minimal sur la base des nouvelles tables. Il en est ressorti que chaque société est tenue de respecter cette prime minimale. Cependant, les sociétés peuvent fixer une prime supérieure à la prime minimale.
43. Enfin, il importe de souligner que ce tarif minimal est conforme aux dispositions règlementaires notamment celle du code CIMA.

II.3. Les acteurs du secteur

44. Au moment de l'enquête, le secteur des assurances au Burkina Faso comprenait seize (16) sociétés d'assurances dont huit (08) en non Vie ou dommages et huit (08) sociétés Vie. Elles sont, toutes, membres de l'Association Professionnelle des Sociétés d'Assurances du Burkina Faso (APSAB).

II.3.1. L'Association Professionnelle des Sociétés d'Assurances du Burkina Faso (APSAB)

L'APSAB a été créée par les sociétés d'assurances et de réassurances du Burkina Faso. L'adhésion est libre et ouverte à toute société d'assurance et/ ou de réassurance agréée.

45. L'APSAB au regard de ses statuts a pour objectifs entre autres :
 - de représenter les sociétés d'assurances adhérentes auprès des Pouvoirs Publics et autres organisations à caractère professionnel dans toutes les circonstances où une action commune serait jugée nécessaire ;
 - de collecter toutes informations utiles à l'ensemble des sociétés adhérentes ;
 - de mener de façon générale toute action tendant à la défense des intérêts communs des sociétés membres et à la promotion de l'industrie des assurances au Burkina Faso ;
 - de faire toutes propositions pour la mise au point ou la révision des contrats et des tarifications d'intérêts communs.

46. Par ailleurs, il convient de souligner que les sociétés membres de l'APSAB s'interdisent de traiter des affaires d'assurances sur place avec des sociétés d'assurances non adhérentes⁴.
47. L'APSAB est dirigée par un Président choisi parmi les Directeurs Généraux des sociétés d'assurances et comprend plusieurs organes, à savoir :
- l'Assemblée Générale : composée généralement des Directeurs Généraux ou des Directeurs Généraux Adjointes ;
 - le Comité Exécutif : composé des personnes physiques des sociétés d'assurances nommément désignés ;
 - le Secrétariat Général Permanent : le comité exécutif est assisté dans ses tâches par un Secrétaire Général permanent, salarié de l'APSAB ;
 - les commissions techniques : elles sont formées en vue de traiter certains problèmes particuliers du marché des assurances ;
 - le comité éthique : composé de cinq membres désignés par le Comité Exécutif. Ils veillent au respect des statuts, du règlement intérieur et des engagements pris par les membres.
48. L'APSAB est l'organisation professionnelle des acteurs du secteur des assurances. Toutes les compagnies d'assurances y sont membres. Elles participent toutes aux réunions et aux activités de l'organisation. En outre, elles ont des représentants au niveau des sous commissions spécialisées à savoir :
- la commission automobile ;
 - la commission technique Vie ;
 - la commission juridique et législation ;
 - la commission nationale d'arbitrage et d'application de la convention IRA (Indemnisation Rapide d'Accident).

II.3.2 Les sociétés d'assurances vie

➤ Généralités

49. Le Burkina Faso, au moment de l'enquête, comptait seize (16) sociétés d'assurances. Cependant, celles exerçant dans le sous-secteur **Assurance vie**, objet de l'enquête, étaient au nombre de huit (08).
50. Les tableaux ci-dessous donnent un aperçu des sociétés d'assurance vie, l'année de création de chacune d'elle, l'évolution de leurs chiffres d'affaires et leur part de marché.

Tableau 1: Récapitulatif des sociétés d'assurances Vie par année de création (fin 2018)

Sociétés Vie	UAB	ALLIANZ	SONAR	GA	CIF VIE	SUNU Vie	Coris vie	SAHAM Vie
Année de Création	1990	1998	1999	2006	2011	2013	2014	2015

Source : Commission de l'UEMOA sur la base des états financiers des sociétés d'assurances

⁴ Article 7 des Statuts de l'APSAB

Tableau 2: Evolution du chiffre d'affaires des sociétés Vie (en million de FCFA)

Compagnies	Année 2013	Année 2014	Année 2015	Année 2016	Année 2017
SONAR VIE	[]	[]	[]	[]	[]
ALLIANZ VIE	[]	[]	[]	[]	[]
UAB VIE	[]	[]	[]	[]	[]
GA VIE	[]	[]	[]	[]	[]
CIF- VIE		[]	[]	[]	[]
SUNU VIE			[]	[]	[]
CORIS- VIE			[]	[]	[]
SAHAM VIE					[]
Total			[]	[]	[]

Source : Commission de l'UEMOA sur la base des états financiers des sociétés d'assurances

Tableau 3 : Parts de marchés des sociétés d'assurances Vie en activité au Burkina Faso de 2015 à 2017

Compagnies	Part de marché en 2015	Part de marché en 2016	Part de marché en 2017
SONAR VIE	32%	33%	29%
ALLIANZ VIE	17%	15%	13%
UAB VIE	33%	30%	26%
GA VIE	6%	6%	6%
CIF- VIE	6%	6%	5%
SUNU VIE	4%	7%	14%
CORIS- VIE	2%	3%	4%
SAHAM VIE	-	0%	3%

Source : Commission de l'UEMOA sur la base des données du tableau 2 ci-dessus.

51. La part de marché représente le ratio du chiffre d'affaires (CA) de chaque société sur le Chiffre d'affaires global du marché des assurances vie au Burkina Faso. Il ressort de l'analyse du tableau 3 qu'en 2015 l'UAB Vie détenait la plus grosse part du marché des assurances, suivie de la SONAR Vie. Cette tendance s'est inversée en 2016 et 2017.

➤ **Les compagnies d'assurance vie**

✓ **La société ALLIANZ Burkina Assurances Vie**

52. La société Allianz Burkina - Assurances Vie est une société anonyme de droit burkinabè au capital de 1 000 000 000 de FCFA. Elle a été agréée en 1998 par le Ministère de l'Economie et des Finances du Burkina Faso pour pratiquer les opérations d'assurance vie dans la branche 20⁵ de la nomenclature prévue à l'article 328 du code des assurances.

⁵ Toute opération comportant des engagements dont l'exécution dépend de la durée de la vie humaine

53. Pour l'année 2017, elle a occupé la 4^{ème} place, en termes de part de marché, au Burkina Faso avec un chiffre d'affaires de [] milliards de FCFA.

54. Elle fait partie, avec la société ALLIANZ Burkina Assurances IARD, des filiales du groupe ALLIANZ. Dans le cadre de l'assurance vie, la société, par le biais de convention de collaboration, entretient des relations avec toutes les banques.

✓ **La société SUNU Vie**

55. La société SUNU Assurances Vie est une filiale du groupe SUNU installée dans 15 pays d'Afrique. Elle a un capital de 1 000 000 000 de FCFA et a été agréée le 20 octobre 2013 par le Ministre de l'Economie et des Finances du Burkina Faso pour pratiquer les opérations d'assurance vie dans la branche 20 de la nomenclature prévue à l'article 328 du Code des Assurances. Elle a commencé ses activités en 2014.

56. Pour l'année 2017, elle a occupé la 3^{ème} place avec un chiffre d'affaires de [] milliards de FCFA. Dans le cadre de l'assurance vie, la société, par le biais de convention de collaboration, entretient des relations avec toutes les banques.

✓ **L'Union des Assurances du Burkina Vie (UAB Vie)**

57. La société UAB Vie est une filiale du groupe UAB. Elle a un capital de 1 000 000 000 de FCFA et a été agréée en 1990 par le Ministre de l'Economie et des Finances du Burkina Faso pour pratiquer les opérations d'assurance vie dans la branche 20 de la nomenclature prévue à l'article 328 du code des assurances. Elle a commencé ses activités en 1991.

58. Pour l'année 2017, elle a occupé la 2^{ème} place avec un chiffre d'affaires de [] milliards de FCFA. Dans le cadre de l'assurance vie, la société, par le biais de convention de collaboration, entretient des relations avec toutes les banques.

✓ **La Générale des Assurances (GA) Vie**

59. La société GA Vie est une filiale du groupe GA. Elle a un capital de 1 000 000 000 de FCFA et a été agréée en 2006 par le Ministre de l'Economie et des Finances du Burkina Faso pour pratiquer les opérations d'assurance Vie dans la branche 20 de la nomenclature prévue à l'article 328 du code des assurances.

60. Pour l'année 2017, elle a occupé la 5^{ème} place avec un chiffre d'affaires de [] milliards de FCFA. Dans le cadre de l'assurance vie, la société, par le biais de convention de collaboration, entretient des relations avec toutes les banques.

✓ **La société CORIS Vie**

61. La société CORIS Vie est une filiale du groupe CORIS. Elle a un capital de 1 000 000 000 de FCFA et a été agréée en 2014 par le Ministre de l'Economie et des Finances du Burkina Faso pour pratiquer les opérations d'assurance vie dans la branche 20 de la nomenclature prévue à l'article 328 du code des assurances. Elle a débuté ses activités en 2015.

62. Pour l'année 2017, elle a occupé la 7^{ème} place avec un chiffre d'affaires de [] milliards de FCFA. Dans le cadre de l'assurance vie, la société, par le biais de convention de collaboration, entretient des relations avec toutes les banques.

✓ **La Société Nationale d'Assurance et de Réassurances (SONAR) Vie**

63. La SONAR Vie est une filiale du groupe SONAR. Elle est une société anonyme de droit burkinabè au capital de 1 000 000 000 de FCFA. Elle a été agréée le 22 septembre 1999 par le Ministre de l'Economie et des Finances du Burkina Faso pour pratiquer les opérations d'assurance Vie dans la branche 20 de la nomenclature prévue à l'article 328 du code des assurances.
64. Pour l'année 2017, elle a occupé la 1^{ère} place avec un chiffre d'affaires de [] milliards de FCFA. Dans le cadre de l'assurance vie, la société, par le biais de convention de collaboration, entretient des relations avec toutes les banques.

✓ **La Société SAHAM Vie**

65. La société SAHAM Vie est une filiale du groupe SAHAM. Elle est une société anonyme de droit burkinabè au capital de 1 000 000 000 de FCFA. Elle a été agréée en 2015 par le Ministre de l'Economie et des Finances du Burkina Faso pour pratiquer les opérations d'assurance vie dans la branche 20 de la nomenclature prévue à l'article 328 du code des assurances. Elle a commencé ses activités en 2016.
66. Pour l'année 2017, elle a occupé la 8^{ème} place avec un chiffre d'affaires de [] millions de FCFA. Depuis avril 2018, le Groupe SAHAM a été racheté par le groupe SANLAM. Dans le cadre de l'assurance vie, la société, par le biais de convention de collaboration, entretient des relations avec toutes les banques.

✓ **La Société CIF Vie (Confédération des Institutions Financières Vie)**

67. La société CIF Vie est une filiale du groupe CIF, au capital de 1 000 000 000 de FCFA. C'est une société anonyme de droit burkinabè. Elle a été agréée en 2011 par le Ministre de l'Economie et des Finances du Burkina Faso pour pratiquer les opérations d'assurance vie dans la branche 20 de la nomenclature prévue à l'article 328 du code des assurances. Elle a commencé ses activités en 2011.
68. Pour l'année 2017, elle a occupé la 6^{ème} place avec un chiffre d'affaires de [] milliards de FCFA. Dans le cadre de l'assurance vie, la société, par le biais de convention de collaboration, entretient des relations avec le réseau des caisses populaires existant au Burkina Faso.
69. D'une manière générale, l'ensemble des sociétés d'assurance vie au Burkina Faso appartiennent à des groupes et par conséquent entretiennent des relations intra-groupes.
70. **Tableau 4 : Affiliations des sociétés d'assurance Vie au Burkina Faso (Fin 2018)**

Dénomination	Dénomination du groupe
SONAR VIE	Groupe SONAR
ALLIANZ VIE	GROUPE ALLIANZ
UAB VIE	Groupe UAB
GA VIE	Groupe GA
CIF- VIE	Groupe CIF

SUNU VIE	Groupe SUNU
CORIS- VIE	Groupe Coris
SAHAM VIE	Groupe SAHAM

Source : Commission de l'UEMOA (données collectées pendant l'enquête)

71. Enfin, il convient de noter que courant 2019, la Société ALLIANZ Africa SA a cédé à la Société SUNU Participations Holding SA ses participations majoritaires dans les sociétés qu'elle détient au Burkina Faso (Allianz Burkina Vie et Allianz Burkina IARD).
72. Il en résulte, depuis cette opération, une fusion absorption des sociétés Allianz Burkina par SUNU Assurance Burkina.

II.3.3 Le cadre institutionnel national et régional

73. Le Ministère de l'Economie, des Finances et du Développement, à travers la Direction des Assurances (DA), assure la tutelle du secteur. Au niveau supranational, la Conférence Interafricaine des Marchés d'Assurances (CIMA) assure la régulation du marché des assurances à travers la Commission Régionale de Contrôle des Assurances (CRCA).

III. CONSTATATIONS SUR LE MARCHE

III.1. Le marché en cause

74. La note interprétative 4 de l'annexe n° 1 du Règlement n°03/2002/CM/UEMOA du 23 mai 2002 précité, relative à la notion de " marché en cause ", souligne que, pour apprécier l'effet anticoncurrentiel d'une pratique, il convient de circonscrire avec précision cette notion. En effet, le " marché en cause " est le résultat de la combinaison entre " le marché de produits en cause " et "le marché géographique en cause".
75. Ainsi, l'appréciation du marché pertinent se fera sous l'angle des délimitations matérielle et géographique.

➤ La délimitation matérielle

76. La délimitation matérielle ou marché de produits en cause comprend tous les produits et/ou services que le consommateur considère comme interchangeables ou substituables en raison de leurs caractéristiques, de leurs prix et de l'usage auquel ils sont destinés. Les facteurs considérés comme déterminants dans l'identification de ce marché sont les suivants :
 - le degré de similitude physique entre les produits et/ ou services en question ;
 - toute différence dans l'usage final qui est faite des produits ;
 - les écarts de prix entre deux produits ;
 - le coût occasionné par le passage d'un produit à un autre s'il s'agit de deux produits potentiellement concurrents ;
 - les préférences établies ou ancrées des consommateurs pour un type ou une catégorie de produits ;
 - les classifications de produits (nomenclature des associations professionnelles).

77. Le marché de produits de l'assurance est celui sur lequel se rencontrent l'offre des services des sociétés d'assurance et la demande du client final (les particuliers et/ou les entreprises). Ce marché est scindé en deux par la réglementation des assurances :
- Assurance Vie : activités consistant à contracter des engagements dont l'exécution dépend de la durée de la vie humaine ;
 - Assurance dommages (IARD) : activité d'assistance ou autre activité que l'Assurance Vie.
78. De lege lata⁶, le marché des assurances est caractérisé par la spécialisation des entreprises d'assurances suivant deux segments (Vie ou IARD). Ainsi, toutes les entreprises réalisant les opérations relevant de l'assurance Vie ne peuvent pas en même temps pratiquer les opérations relevant de l'assurance IARD et vice-versa.
79. En l'espèce, les pratiques relevées sont relatives au marché de l'assurance décès emprunteur, laquelle est une branche de l'assurance-vie.
80. ***Ainsi, dans le cadre de la présente affaire, on retiendra notamment comme marché des produits, celui de l'assurance Décès emprunteur. En effet, on constate une homogénéité du service offert par les différentes compagnies concernant cette prime.***

➤ **La délimitation géographique**

81. Le marché géographique en cause correspond quant à lui au territoire sur lequel les entreprises concernées contribuent à l'offre de produits et de services, qui présente des conditions de concurrence suffisamment homogènes et qui peut être distingué des territoires limitrophes par le fait notamment que les conditions de concurrence y sont sensiblement différentes. Les facteurs considérés comme déterminants sont les suivants :
- la nature et les caractéristiques des produits ou des services concernés ;
 - l'existence de barrières à l'entrée ;
 - les préférences des consommateurs ;
 - des différences appréciables de parts de marché ou des écarts de prix substantiels ;
 - les coûts de transport.
82. La capacité à offrir des services d'assurance repose sur l'octroi d'un agrément par chacun des Ministres chargés du secteur des assurances de l'Etat concerné après avis conforme de la Commission de Régulation et de Contrôle des Assurances (CRCA).
83. De ce qui précède, et dans la réalité, toute société d'assurance-vie d'un pays A de l'UEMOA et toute société d'assurance-vie d'un autre pays B de l'UEMOA ne peuvent pas être en concurrence car elles n'adressent pas le même marché géographique.
84. ***En conséquence, le marché géographique de l'assurance Décès emprunteur concerné par la présente affaire est celui du Burkina Faso.***
85. En tout état de cause, ledit marché, conformément aux dispositions de l'Annexe n° 1 du Règlement n°03/2002/CM/UEMOA du 23 mai 2002 précité (Note 4), est une " partie significative du marché commun " au sens de l'article 4.1 du Règlement n° 02/2002/CM/UEMOA du 23 mai 2002, relatif aux pratiques anticoncurrentielles à l'intérieur de l'UEMOA, ce qui fonde la compétence de la Commission de l'UEMOA.

⁶ En application du droit actuellement en vigueur

III.2. Les constatations observées sur le marché en cause

86. Il convient de préciser au préalable *qu'aucune disposition légale n'impose à un emprunteur d'être assuré. L'assurance emprunteur n'est donc pas une assurance obligatoire. Toutefois, un établissement prêteur notamment une banque peut considérer qu'une telle assurance est indispensable pour bénéficier d'un crédit et donc en faire une condition d'octroi de celui-ci.*
87. *Dans la pratique l'opération a un caractère obligatoire en ce sens qu'aucune banque n'accepte d'octroyer un crédit à un client particulier sans que ce dernier ne souscrive à un contrat d'assurance emprunteur.*
88. Les pratiques suivantes ont été constatées sur le marché en cause :

III.2.1. Pratiques concertées des acteurs pour la mise en œuvre des tarifs

➤ Sur la prime pure

89. La détermination de la prime pure se fonde sur deux paramètres essentiels définis par le code CIMA. Il s'agit de la table de mortalité et du taux d'intérêt technique.
90. En effet, l'article 338 du chapitre V relatif aux tarifs et frais d'acquisition et de gestion du code CIMA dispose que : « *les tarifs présentés au visa du Ministre en charge des assurances par les entreprises d'assurance sur la vie ou à la Commission Régionale de Contrôle des Assurances par cette autorité doivent, sous réserve des dispositions de l'article 338-2, être établis d'après les éléments suivants :*
- 1°) *tables de mortalité CIMA H pour les assurances en cas de décès et CIMA F pour les assurances en cas de vie, annexées au présent article ;*
 - 2°) *taux d'intérêt au plus égaux à 3,5 %.*

Ces tarifs doivent comporter des chargements permettant la récupération par l'entreprise d'un montant de frais justifiable et raisonnable ».

91. Ainsi, il apparaît que s'il est vrai que la table de mortalité est une grille définie où aucune marge de manœuvre n'est possible, **il n'en demeure pas moins que le second paramètre (taux d'intérêt technique) laisse une possibilité aux compagnies d'assurance de choisir un taux en fonction de leurs stratégies ou politiques commerciales. La concurrence devrait en principe se jouer à ce niveau.**
92. **Dans le cas présent, on constate de manière générale, une harmonisation de la prime pure applicable aux clients ne présentant pas de risques aggravants⁷.**
93. Le tableau ci-après donne les taux d'intérêt techniques appliqués par les différentes compagnies :

⁷ Cas de clients malades ou à la retraite

Tableau 4: taux d'intérêt techniques appliqués par les compagnies Vie (fin 2018)

Compagnies	Taux d'intérêt technique
SONAR VIE	3.5%
ALLIANZ VIE	3.5%
UAB VIE	3.5%
GA VIE	3.5%
CIF- VIE	3.5%
SUNU VIE	3.5%
CORIS- VIE	3.5%
SAHAM VIE	3.5%

Source : Commission de l'UEMOA (extrait des notes techniques des compagnies Vie collectées pendant l'enquête)

94. Sur la base des éléments du tableau, on constate, une **harmonisation généralisée des taux d'intérêts technique** qui, en principe, devrait être différents, d'une compagnie à l'autre, si l'on s'en réfère à **l'article 338 alinéas 2 du code CIMA** qui n'établit qu'un plafond de taux à appliquer par les sociétés d'assurance-vie.
95. Par ailleurs, il ressort de l'analyse du procès-verbal de l'Assemblée Générale Extraordinaire (AGE) du 26 janvier 2017 que les membres de l'APSAB se sont concertés au sein de la commission technique vie. Cette concertation est susceptible d'avoir servi de cadre pour l'élaboration d'un tarif consensuel relatif à l'assurance décès emprunteur.
96. En effet, l'AGE avait pour ordre du jour la validation et l'adoption du tarif vie. Par ailleurs, le point 1 paragraphe 2 dispose qu': « *A l'issue de ces réunions, la commission a arrêté un tarif validé par tous les membres représentants les sociétés dans la commission Vie. Ce tarif qui concerne uniquement la Temporaire Décès (capital constant et variable) a été bâti en tenant compte des paramètres techniques et financiers arrêtés par les Directeurs Généraux lors de leur assemblée du 29 décembre 2016* ».
97. Ce paragraphe du procès-verbal permet de constater qu'il y a eu une concertation entre les membres de l'APSAB par le biais de la commission technique vie.
98. En outre, les tarifs élaborés par la commission technique ont été validés et adoptés par l'AGE et la date du **1^{er} mars 2017** a été retenue comme date d'entrée en vigueur. Ce concours de volonté des membres de l'APSAB concernant la mise en application des tarifs issus de la concertation est précisé par, le paragraphe 6 du point 1 qui dispose que : « *Par la suite, le tarif Temporaire Décès présenté par la commission a été validé et adopté par l'AGE. De plus, la date du 1er Mars 2017 a été unanimement retenue comme celle de l'entrée en vigueur de ce nouveau tarif* ».
99. Enfin, pour une mise en œuvre effective du tarif « harmonisé », l'APSAB a conçu et adopté un chronogramme de sensibilisation qui se décline en plusieurs étapes, à savoir :
- **Etape 1** : Adresser ce nouveau tarif par courrier à toutes les sociétés Vie ;

- **Etape 2** : Envoyer le PV de l'AGE du 26 janvier 2017 et rencontrer la Direction des Assurances pour solliciter son appui pour la mise en œuvre de ce nouveau tarif. Il s'agira par exemple de voir la possibilité pour ce nouveau tarif d'être consacré par un arrêté ;
- **Etape 3** : Envoyer ce courrier officiel et rencontrer l'Association Professionnelle des Banques et Etablissement Financiers du Burkina (APBEF-BF) pour expliquer cette nouvelle donne et la nécessité de relire les conventions qu'elles ont avec les sociétés Vie ;
- **Etape 4** : Envoyer un courrier et rencontrer l'Association Professionnelle des Services Financiers Décentralisés (APSFD) pour les mêmes raisons que les banquiers ;
- **Etape 5** : Présenter le tarif et sensibiliser les collaborateurs des sociétés d'assurances Vie courant février pour la mise en application du nouveau tarif dès le 1er mars.

100. Dans le cadre du respect de ce plan de communication, l'APSAB a, par lettre en date du **26 avril 2017**, notifié la décision de « respect de la nouvelle tarification » auprès de toutes les sociétés vies.

101. En outre, le **14 avril 2017** toutes les sociétés d'assurances ont signé un engagement à respecter les nouveaux tarifs vie, en collective décès emprunteur et en temporaire décès, à actualiser leurs tarifs avec les partenaires (Banque, Institutions de microfinance), à conformer leurs notes techniques aux nouveaux tarifs et à collaborer efficacement avec la DA.

102. Enfin, dans le souci de s'assurer que l'ensemble des membres de l'APSAB respectent la nouvelle tarification arrêtée lors de l'AGE du 26 janvier 2017 et, conformément à la feuille de route de mise en œuvre des nouveaux tarifs minima en assurance vie, entrant en vigueur depuis le 1^{er} mai 2017, l'APSAB a édicté un code de bonne conduite applicable obligatoirement et en intégralité à ses membres. Ce code est entré en vigueur à partir du **1^{er} mai 2018**.

➤ **Sur les chargements**

103. Les chargements sont constitués des frais de gestion et des frais d'acquisition. Dans l'optique de mieux encadrer la détermination desdits chargements, des seuils ont été fixés.

104. En effet, pour les chargements de gestion, l'article 334-13 du code des assurances fixe un seuil minimal de 5% de la prime pure.

105. *Quant aux chargements d'acquisition, le principe est posé par le dernier alinéa de l'article 338 qui précise que ces derniers doivent permettre la récupération par l'entreprise d'un montant de frais justifiables et raisonnables. Le code CIMA laisse, par ailleurs, la latitude aux Etats de définir les seuils y relatifs. En effet, l'article 544 alinéa 3, dispose que : « le Ministre en charge des assurances fixe les taux minima et maxima des rémunérations des intermédiaires ».*

106. Pour ce qui concerne les chargements (frais de gestion et frais d'acquisitions), l'exploitation des notes techniques fait ressortir que lesdits taux sont identiques d'une compagnie à l'autre à l'exception d'une compagnie (SAHAM Vie) pour les chargements de gestion et de deux compagnies (GA Vie et CIF Vie) pour les chargements d'acquisitions.

Tableau 5 : tableau récapitulatif des chargements appliqués (fin 2018)

Compagnies	Chargement de gestion	chargements d'acquisition
SONAR VIE	0,1%	15%
ALLIANZ VIE	0,1%	15%
UAB VIE	0,1%	15%
GA VIE	0,1%	10%
CIF- VIE	0,1%	20%
SUNU VIE	0,1%	15%
CORIS- VIE	0,1%	15%
SAHAM VIE	0,2%	15%

Source : Commission de l'UEMOA à partir des notes techniques

107. Il ressort de l'exploitation du tableau que six (06) sociétés sur sept (07) présentent les **mêmes taux de frais de gestion**, soit 86%. Il convient de noter également que cinq (05) sociétés sur sept (07) présentent les **mêmes taux de frais d'acquisition**, soit 71%.
108. Etant donnée, que les primes pures des compagnies sont identiques, du fait de l'harmonisation, les frais de gestion et d'acquisition des sociétés ayant les mêmes taux seront identiques.
109. En tout état de cause, il convient de noter deux éléments majeurs :
- Les frais des chargements de gestion sont fonction de la prime pure. En effet, pour obtenir les frais concernant les chargements de gestion, le taux (seuil minimal de 5%) est appliqué sur la prime pure. Cette prime pure, dans le cas d'espèce, résulte d'une harmonisation des tarifs par les acteurs de l'assurance vie.
 - Les chargements d'acquisition sont fonction des charges de chaque société vie. Partant du principe que les sociétés d'assurance en activité au Burkina Faso n'ont pas la même taille ni le même volume d'affaires (portefeuille), les charges ne devraient raisonnablement pas être les mêmes.
110. Se référant au Procès-verbal de l'AGE du 26 janvier 2017, cette harmonisation des taux de frais de gestion et d'acquisition résulte des conclusions de ladite AGE. En effet, l'AGE avait pour ordre du jour *la validation et l'adoption du tarif vie*. Lequel tarif inclut les chargements.
111. Par ailleurs, le point 1 paragraphe 2 dispose qu' : « *A l'issue de ces réunions, la commission a arrêté un tarif validé par tous les membres représentant les sociétés dans la commission Vie. Ce tarif qui concerne uniquement la Temporaire Décès (capital constant et variable) a été bâti en tenant compte des paramètres techniques et financiers arrêtés par les Directeurs Généraux lors de leur assemblée du 29 décembre 2016* ».
112. Ce paragraphe du procès-verbal illustre une concertation des membres de l'APSAB par le biais de la commission technique vie concernant les chargements de gestion et d'acquisition.

113. En outre, les tarifs élaborés sur la base des paramètres techniques et financiers par la commission technique ont été validés et adoptés par l'AGE donc par tous les membres et la date du 1er mars 2017 a été retenue comme date d'entrée en vigueur.
114. Ce concours de volonté des membres de l'APSAB concernant la mise en application des tarifs issus de la concertation est précisé par le paragraphe 6 du point 1 du procès-verbal de l'AGE du 26 janvier 2017 qui prévoit ce qui suit : « *Par la suite, le tarif Temporaire Décès présenté par la commission a été validé et adopté par l'AGE. De plus, la date du 1^{er} Mars 2017 a été unanimement retenue comme celle de l'entrée en vigueur de ce nouveau tarif* ».
115. Enfin, pour une mise en œuvre effective du tarif « harmonisé », l'APSAB a conçu et adopté un chronogramme de sensibilisation. Cette stratégie de communication est la même que celle utilisée pour la prime pure, figurant dans le PV de l'AGE du 26 janvier 2017.

Tout ce qui précède permet de relever l'existence d'indices graves, précis et concordants d'ententes anticoncurrentielles entre les sociétés d'assurance vie du Burkina Faso par le canal de leur association.

➤ **III.2.2. Exclusivité accordée par les banques et/ou par les compagnies d'assurances**

116. Ces deux acteurs (société d'assurance et société bancaire) entretiennent des relations professionnelles. En effet, s'il est vrai que les compagnies d'assurances offrent des produits d'assurances, notamment l'assurance vie, il n'en demeure pas moins que les banques jouent un rôle essentiel dans la couverture d'assurance.
117. En effet, ce sont les banques, qui dans le souci de couvrir le risque sur prêts accordés, servent d'intermédiaire entre l'assureur et l'assuré.
118. Les primes collectées par les banques sont reversées dans les comptes des compagnies d'assurance. Les banques ont un délai d'un mois (article 542 du code des assurances) pour reverser les primes collectées. En contrepartie des affaires apportées à la compagnie d'assurances, la banque est rémunérée à la commission.
119. Après encaissement de la prime, la compagnie d'assurance dispose d'un délai d'un mois (article 544 du code des assurances) pour payer la commission d'intermédiation. Le montant des commissions dues mais non payées par l'assureur, produit des intérêts de plein droit au double du taux d'escompte, dans la limite du taux de l'usure à compter de l'expiration du délai stipulé.
120. Le tableau ci-dessous donne un aperçu du niveau de collaboration entre les sociétés d'assurances et leurs partenaires bancaires.

Tableau 12 : La liste des sociétés d'assurances Vie et leurs banques partenaires (fin 2018)

Compagnies	Banques partenaires
SONAR VIE	[]
ALLIANZ VIE	[]

UAB VIE	[]
GA VIE	[]
CIF- VIE	[]
SUNU VIE	[]
CORIS- VIE	[]
SAHAM VIE	[]

Source : Commission de l'UEMOA (données résultant des conventions entre les sociétés d'assurances et les banques)

121. De l'analyse des différentes conventions, à l'exception de la société Coris Banque qui accorde un traitement privilégié à Coris assurance, aucune compagnie d'assurance ne jouit d'une exclusivité auprès d'une banque.
122. En effet, concernant Coris Assurances l'article 2.1 de la convention de distribution des produits d'assurances entre Coris Assurances et Coris Bank International stipule que : « **la banque s'engage à...offrir en priorité les produits assurances Vie Burkina à sa clientèle. La Banque s'engage à faire respecter la disposition ci-dessus par ces employés...** ».
123. *Cette disposition est de nature à restreindre la concurrence dans le secteur dans la mesure où elle consacre une exclusivité de l'offre des produits d'assurance Vie par Coris Banque.*

III.2.3. L'objet et l'effet anticoncurrentiel des accords

124. Il convient de souligner que les dispositions de l'article 3 du Règlement n°02/2002/CM/UEMOA du 23 mai 2002 établissent deux critères pour apprécier l'existence d'une entente anticoncurrentielle. Le premier critère a trait à l'**objet** de l'accord, de la décision ou de la pratique concertée des entreprises ou associations d'entreprises mises en cause. Le deuxième critère, quant à lui, est relatif à l'**effet potentiel ou réel** de l'accord, de la décision ou de la pratique concertée mise en œuvre par les entreprises ou associations d'entreprises. La jurisprudence et la doctrine ont établi que ces deux critères sont **alternatifs et non cumulatifs**.
125. Relativement à l'objet anticoncurrentiel, il convient de préciser que sa détermination est tributaire de trois facteurs établis par la jurisprudence. Il s'agit :
- **de la teneur des dispositions qui instaurent l'accord, la décision ou la pratique concertée ;**
 - **des buts et objectifs visés ;**
 - **du contexte économique et juridique dans lequel s'insèrent lesdites dispositions.**
126. Concernant l'accord entre les membres de l'APSAB, pour ce qui est du premier facteur relatif à la teneur des dispositions, il convient de rappeler, comme indiqué supra, les résolutions contenues dans le procès-verbal de l'Assemblée Générale Extraordinaire (AGE) du 26 janvier 2017.
127. En effet, le point 1 paragraphe 2 dudit procès-verbal stipule que : « A l'issue de ces réunions, la commission a arrêté un tarif validé par tous les membres représentant les sociétés dans la commission Vie. Ce tarif qui concerne uniquement la Temporaire Décès (capital constant

et variable) a été bâti en tenant compte des paramètres techniques et financiers arrêtés par les Directeurs Généraux lors de leur assemblée du 29 décembre 2016 ».

128. Ensuite pour le deuxième facteur relatif aux buts et objectifs visés, c'est l'ordre du jour de cette assemblée générale extraordinaire qui est fort évocateur. En effet, il s'agit ni plus ni moins de « la validation et l'adoption du tarif vie ».
129. Quant au contexte économique et juridique dans lequel s'insèrent lesdites dispositions, il faut rappeler que les organes nationaux et communautaire de contrôle des assurances avaient relevé une pratique de sous tarification opérée par les compagnies d'assurance du secteur. Ces dernières ont été mises en demeure de se conformer à la nouvelle table de mortalité sous peine de se voir infliger des sanctions. C'est dans ce contexte que pour empêcher toute concurrence entre les compagnies d'assurance qui pourrait résulter de l'application de la nouvelle table de mortalité en vigueur, l'APSAB a organisé et programmé une concertation afin d'harmoniser les tarifs à appliquer.
130. En définitive, sur la base des constatations effectuées, la Commission a considéré que la teneur des dispositions, les buts et objectifs visés ainsi que le contexte économique et juridique relatif à la tenue de l'Assemblée Générale Extraordinaire de l'APSAB et les résolutions qui en ont résulté étaient susceptibles d'avoir un objet anticoncurrentiel. *Il s'agit, en l'espèce, d'accords visant à fixer directement ou indirectement le prix, à contrôler le prix de vente et de manière générale, à faire obstacle à la fixation des prix par le libre jeu du marché en favorisant artificiellement leur hausse ou leur baisse*
131. L'objet et les conclusions de l'assemblée générale étant anticoncurrentiels, qu'en est-il des effets réels ou potentiels de cet accord sur le marché ?
132. S'agissant des effets réels ou potentiels de l'accord, comme rappelé dans les paragraphes précédents, l'APSAB a conçu et adopté un chronogramme de sensibilisation qui s'est décliné en plusieurs étapes. Suite à la prise de ces mesures, l'on a constaté sur le marché une harmonisation des taux d'intérêts technique, des frais de gestion et des frais d'acquisition. Concrètement, les consommateurs ont observé l'existence, sur le marché, d'un tarif quasi uniforme relatif à l'assurance décès emprunteur. Cette situation a pour effet d'éliminer toute concurrence sur le marché de l'assurance décès emprunteur.
133. Par ailleurs, il convient de souligner que l'article 7 du règlement intérieur de l'APSAB stipule que « les sociétés faisant partie de l'APSAB s'interdisent de traiter des affaires d'assurances sur place avec des sociétés d'assurances non adhérentes ». Cette disposition constitue un accord limitant l'accès au marché ou le libre exercice de la concurrence par d'autres entreprises.
134. Enfin, pour ce qui concerne l'accord d'exclusivité accordée à Coris assurance par sa société sœur Coris Bank International S.A., à travers l'article 2.1 de la convention de distribution des produits d'assurances entre ces deux sociétés, il s'agit d'accords verticaux, c'est-à-dire des accords passés entre des parties dont chacune opère à un niveau différent de la chaîne de production ou de distribution.
135. Cette clause de distribution exclusive des produits Coris Assurance Vie restreint la concurrence en ce sens qu'elle exclut les services des autres entreprises concurrentes de Coris Assurance Vie. De même, elle porte atteinte aux droits des consommateurs à un choix large de services.

136. Le droit communautaire de la concurrence admet la distribution exclusive dans les accords verticaux dans la mesure où elle contribue à améliorer la distribution des produits de façon générale. Dans cas présent, il n'a pas été établi que ce système améliore la distribution des services d'assurance vie. Il n'a pas été constaté l'existence de justification technique de l'exclusivité, ni un bénéfice au profit des consommateurs.
137. En l'espèce, les investigations ont permis de relever qu'il était susceptible, d'une part, de limiter l'accès au marché ou le libre exercice de la concurrence par d'autres entreprises et, d'autre part, d'assurer des répartitions des marchés ou des sources d'approvisionnement.

III.2.4. Les périodes de mise en œuvre de ces pratiques et la gravité des faits

138. Les pratiques concertées entre les acteurs pour la mise en place d'une tarification harmonisée tirent leur source de l'assemblée des Directeurs généraux des sociétés d'assurance en date du 29 décembre 2016. Ces pratiques ont abouti à la mise en place d'une tarification commune en vigueur à ce jour.
139. Ainsi, les faits visés dans le cadre de cette concertation seront appréciés sur la période allant de 2016 à 2020.
140. En ce qui concerne les dispositions anticoncurrentielles contenues dans les Règlements intérieurs et Statuts de l'APSAB, elles sont en vigueur depuis le 28 mai 2015 à ce jour.
141. Enfin la convention entre Coris Assurance Vie et Coris Bank International S.A. a été adoptée le 04 mars 2016 et est en vigueur à ce jour.
142. En définitive, les pratiques incriminées ont, sans nul doute, affecté la stratégie commerciale de plusieurs acteurs du secteur de l'assurance vie. Elles ont également eu un impact sur la cherté de la prime d'assurance décès emprunteur en raison du surcoût que les consommateurs supportent depuis cette mesure d'harmonisation des prix.

IV. GRIEFS NOTIFIES

143. ***SUR LA BASE DE TOUT CE QUI PRECEDE, IL A ETE FAIT GRIEF :***

A. A l'Association Professionnelle des Sociétés d'Assurance du Burkina Faso (APSAB)

d'avoir initié, conclu et/ou mis en œuvre avec les sociétés d'assurance prises individuellement sur la période de 2016 à 2020 des ententes consistant en :

- des accords limitant l'accès au marché ou le libre exercice de la concurrence par d'autres entreprises, matérialisés par l'article 7 du règlement intérieur de l'APSAB qui stipule que « les sociétés faisant partie de l'APSAB s'interdisent de traiter des affaires d'assurances sur place avec des sociétés d'assurances non adhérentes » ;

- des accords visant à fixer directement ou indirectement le prix, à contrôler le prix de revente et de manière générale, à faire obstacle à la fixation des prix par le libre jeu du marché à travers :
 - l'ordre du jour de l'Assemblée Générale Extraordinaire (AGE) du 26 janvier 2017 ;
 - les résolutions contenues dans le procès-verbal de l'Assemblée Générale Extraordinaire (AGE) du 26 janvier 2017, ayant abouti à un tarif uniforme de l'assurance décès emprunteur à travers notamment une harmonisation des taux d'intérêts technique, des frais de gestion et des frais d'acquisition ;
 - la conception et l'adoption d'un chronogramme de sensibilisation décliné en plusieurs étapes et relative à la mise en œuvre de l'harmonisation des tarifs.

Ces pratiques et dispositions ayant un objet et un effet anticoncurrentiel se trouvent être prohibées par les dispositions de l'article 3 du Règlement n°02/2002/CM/UEMOA du 23 mai 2002, relatif aux pratiques anticoncurrentielles à l'intérieur de l'UEMOA.

B. A toutes les sociétés d'assurance vie du Burkina Faso, prises individuellement,

d'avoir initié, conclu et/ou mis en œuvre avec leur association professionnelle APSAB, sur la période de 2016 à 2020, des ententes consistant en :

- des accords limitant l'accès au marché ou le libre exercice de la concurrence par d'autres entreprises, matérialisés par l'article 7 du règlement intérieur de l'APSAB qui stipule que « les sociétés faisant partie de l'APSAB s'interdisent de traiter des affaires d'assurances sur place avec des sociétés d'assurances non adhérentes » ;
- des accords visant à fixer directement ou indirectement le prix, à contrôler le prix de revente et de manière générale, à faire obstacle à la fixation des prix par le libre jeu du marché à travers :
 - l'article 2.d des statuts qui stipule que l'APSAB a pour objet et attributions principales « de faire toutes propositions pour la mise au point ou la révision des contrats et des tarifications d'intérêt commun » ;
 - l'ordre du jour de l'Assemblée Générale Extraordinaire (AGE) du 26 janvier 2017 ;
 - les résolutions contenues dans le procès-verbal de l'Assemblée Générale Extraordinaire (AGE) du 26 janvier 2017, ayant abouti à un tarif uniforme de l'assurance décès emprunteur à travers notamment une harmonisation des taux d'intérêts technique, des frais de gestion et des frais d'acquisition ;
 - la conception et l'adoption d'un chronogramme de sensibilisation décliné en plusieurs étapes et relative à la mise en œuvre de l'harmonisation des tarifs.

Ces pratiques et dispositions, ayant un objet et un effet anticoncurrentiel, se trouvent être prohibées par les dispositions de l'article 3 du Règlement n°02/2002/CM/UEMOA du 23 mai 2002 relatif aux pratiques anticoncurrentielles à l'intérieur de l'UEMOA.

C. A CORIS ASSURANCE-VIE

d'avoir initié, conclu et/ou mis en œuvre avec Coris Bank International S.A. sur la période de 2016 à 2020 des accord limitant l'accès au marché ou le libre exercice de la concurrence par d'autres entreprises d'une part et des répartitions des marchés ou des sources d'approvisionnement d'autre part à travers la distribution exclusive par Coris Bank International SA des produits de Coris Assurance Vie matérialisée par les dispositions de l'article 2.1 de la convention de distribution des produits d'assurances entre ces deux sociétés.

Ces dispositions, ayant un objet et un effet anticoncurrentiel se trouvent, être prohibées par les dispositions de l'article 3 du Règlement n°02/2002/CM/UEMOA du 23 mai 2002 relatif aux pratiques anticoncurrentielles à l'intérieur de l'UEMOA.

D. A CORIS BANK INTERNATIONAL SA

d'avoir initié, conclu et/ou mis en œuvre avec Coris International Bank SA sur la période de 2016 à 2020 des accord limitant l'accès au marché ou le libre exercice de la concurrence par d'autres entreprises d'une part et des répartitions des marchés ou des sources d'approvisionnement d'autre part à travers la distribution exclusive par Coris Bank International SA des produits de Coris Assurance Vie matérialisée par les dispositions de l'article 2.1 de la convention de distribution des produits d'assurances entre ces deux sociétés

Ces dispositions, ayant un objet et un effet anticoncurrentiel, se trouvent être prohibées par les dispositions de l'article 3 du Règlement n°02/2002/CM/UEMOA du 23 mai 2002 relatif aux pratiques anticoncurrentielles à l'intérieur de l'UEMOA.

V- DISCUSSION

144. La présente analyse a pour but d'apprécier la compatibilité des faits relevés, notamment, les clauses contenues dans les Règlement Intérieur et Statuts de l'APSAB, l'Ordre du jour et les résolutions contenues dans le procès-verbal de l'Assemblée Générale Extraordinaire (AGE) du 26 janvier 2017, la conception et l'adoption d'un chronogramme de sensibilisation relatif à la mise en œuvre de l'harmonisation des tarifs, la convention de distribution des produits d'assurances entre Coris Assurances-Vie et Coris Bank International S.A., avec les dispositions des articles 88, 89 et 90 du Traité de l'UEMOA.

V.1. Le droit applicable

145. Les articles 88, 89 et 90 du Traité et ses textes d'application, notamment le Règlement n°02/2002/CM/UEMOA du 23 mai 2002, relatif aux pratiques anticoncurrentielles à l'intérieur de l'UEMOA et le Règlement n°03/2002/CM/UEMOA du 23 mai 2002 relatif aux procédures applicables aux ententes et abus de position dominante à l'intérieur de l'UEMOA fixent les règles de concurrence applicables en la matière.

146. Aux termes de l'article 3 du règlement n°02 précité : « sont incompatibles avec le Marché Commun et interdits, tous accords entre entreprises, décisions d'associations d'entreprises et pratiques concertées entre entreprises, ayant pour objet ou pour effet de restreindre ou de fausser la concurrence à l'intérieur de l'Union, et notamment ceux qui consistent en :

- des accords limitant l'accès au marché ou le libre exercice de la concurrence par d'autres entreprises ;

- des accords visant à fixer directement ou indirectement le prix, à contrôler le prix de vente et de manière générale, à faire obstacle à la fixation des prix par le libre jeu du marché en favorisant artificiellement leur hausse ou leur baisse ; en particulier des accords entre entreprises à différents niveaux de production ou de distribution visant la fixation du prix de revente ;
- des répartitions des marchés ou des sources d'approvisionnement, en particulier des accords entre entreprises de production ou de distribution portant sur une protection territoriale absolue ;
- des limitations ou des contrôles de la production, des débouchés, du développement technique ou des investissements ;
- des discriminations entre partenaires commerciaux au moyen de conditions inégales pour des prestations équivalentes ;
- des subordinations de la conclusion des contrats à l'acceptation, par les partenaires, de prestations supplémentaires, qui, par leur nature ou selon les usages commerciaux, n'ont pas de lien avec l'objet de ces contrats.

V.2 Des arguments des parties

147. Par lettre en date du 30 juillet 2020, l'APSAB et sept (07) de ses membres à savoir SONAR VIE, ALLIANZ VIE, UAB VIE, GA VIE, CIF- VIE, CORIS- VIE, SAHAM VIE ont transmis à la Commission, par le biais de leur Conseil, un même mémoire en défense sur les griefs notifiés.
148. Quant à la Société SUNU Assurance-Vie, elle a également, par l'intermédiaire de son Conseil, transmis par correspondance en date du 03 août.2020, un mémoire en défense.
149. Ces parties ont toutes formulé dans leurs observations, une demande reconventionnelle relative à l'adoption par la Commission, dans l'hypothèse où elle retiendrait l'existence d'accords, décisions, pratiques anticoncurrentielles, d'un Règlement d'exécution avec effet rétroactif portant exemption par catégories d'accords, décisions et de pratiques concertées dans le secteur des assurances, et portant sur :
- ✓ l'établissement en commun de tarifs basés sur des statistiques collectives,
 - ✓ l'établissement de conditions types d'assurance,
 - ✓ la couverture en commun de certains types de risques en coassurance ou en pool,
 - ✓ le règlement des sinistres et,
 - ✓ les registres et l'information sur les risques aggravés.
150. Il ressort de l'examen de ces deux mémoires cités que les moyens et prétentions formulés sont identiques et seront par conséquent analysés en commun pour l'association professionnelle et ses sociétés membres.
151. Enfin, la société Coris Bank International S.A. a, par lettre en date du 14 juillet 2020, transmis ses observations sur les griefs particuliers qui lui ont été notifiés.

➤ Sur la compétence de la Commission de l'UEMOA et la procédure

- ✓ **Sur la compétence de la Commission de l'UEMOA**

152. L'APSAB et les différentes sociétés d'assurance ont relevé dans leurs mémoires en défense que le secteur des assurances est bien organisé et réglementé à travers une législation qui encadre l'activité, sous le contrôle des autorités de régulation, notamment la Commission Régionale de Contrôle des Assurances (CRCA). La compétence de cette Commission est prescrite par les dispositions de l'article 16 du Traité instituant une organisation intégrée de l'industrie des assurances dans les Etats Africains (CIMA). La CRCA est chargée du contrôle des sociétés, elle assure la surveillance générale et concourt à l'organisation des marchés nationaux d'assurances et dispose d'un pouvoir de sanctions.
153. Pour conclure, ces parties soutiennent que la Commission de l'UEMOA est incompétente pour connaître de ce contentieux car l'analyse de la concurrence ne peut être détachée de la réglementation prévue par la CIMA en matière de fixation des prix et qu'il y a de ce fait un conflit de lois et de compétence.
154. Pour la Commission, si les articles 26 et 90 du traité de l'UEMOA font référence aux pouvoirs de la Commission en matière de concurrence, il n'en est pas de même du Traité CIMA. Aux termes des dispositions de l'article 17 du Traité CIMA, la CRCA organise le contrôle des sociétés d'assurance. Ce contrôle porte essentiellement sur la non observation ou les infractions liées à la réglementation des assurances ou à un comportement mettant en péril l'exécution des engagements contractés envers les assurés. Il apparaît, par ailleurs, que la CIMA n'ayant pas légiféré sur les pratiques anticoncurrentielles, le contrôle de la CRCA ne porte pas sur cette matière.
155. Ainsi, lorsque la présomption d'infraction est caractérisée et qualifiée au regard du droit de la concurrence (ex post) c'est à bon droit que la Commission se déclare compétente nonobstant l'existence d'un régulateur sectoriel communautaire qui définit les règles particulières (ex ante) applicables à ce secteur. En définitive, pour la Commission il n'y a pas, en l'espèce, de conflit de normes, de compétence ou d'interprétation. **L'argumentaire des parties sur l'incompétence de la Commission de l'UEMOA ne saurait donc prospérer.**

✓ **Sur la procédure**

▪ **L'absence de décision d'auto-saisine de la Commission**

156. En se fondant sur les dispositions de l'article 16 du Règlement n°3/2002/CM/UEMOA du 23 mai 2002 qui dispose que : « la procédure contradictoire est initiée sur décision de la Commission suite à une plainte, une notification ou de sa propre initiative... », les parties soulignent qu'à défaut de plainte, il serait nécessaire pour la Commission d'établir un acte d'auto-saisine. En outre, les parties défenderesses estiment que la notion : « engagement d'une procédure par la Commission » évoquée par l'article 26.2. b. du Règlement n°03/2002/CM/UEMOA du 23 mai 2002 dans la catégorie des actes interrompant la procédure, doit être comprise comme étant l'acte d'ouverture de la procédure contradictoire, et que cette notion suppose un acte substantiel, exprès et distinct de la Communication de griefs, qui dans le cas présent n'apparaîtrait pas au dossier.
157. Sur le premier point, la Commission estime que les lettres informant les autorités nationales, les sociétés et association d'entreprises de l'ouverture d'une enquête de concurrence dans le secteur des assurances sont à suffisance des actes attestant d'une initiative/saisine de la Commission.
158. Sur le second point, elle considère qu'une lettre signée par le Président de la Commission, agissant es-qualité, contenant des éléments de faits et de droit relatifs à une affaire, et visant

à transmettre aux différentes parties une communication de griefs, matérialise pleinement une décision de la Commission avec tous les effets de droits qu'elle revêt.

- **Sur la nullité du rapport d'enquête pour défaut de qualité des enquêteurs**

159. L'APSAB et ses adhérents ont, dans leurs mémoires en défense, fait référence à l'article 20.1 du Règlement n°03/2002/CM/UEMOA du 23 mai 2002, qui est relatif aux vérifications menées par les autorités nationales sur demande de la Commission. Ces parties estiment que les enquêteurs ont agi, pour les uns, sans mandats, et pour les autres, après l'expiration de leurs mandats. Ainsi, ce défaut de pouvoir, de qualité et de signature vicie gravement le rapport d'enquête qui devra être déclaré nul.
160. La Commission relève, dans un premier temps, que l'enquête a été plutôt réalisée en application de l'article 21 du Règlement cité supra, relatif aux vérifications menées par la Commission, elle-même, comme l'atteste les lettres sus évoquées et la présence des enquêteurs de l'UEMOA. Sur cette base, la signature d'un agent enquêteur national recruté au niveau communautaire ne saurait remettre en cause la régularité du rapport d'enquête. De même, le rapport d'enquête, en son point 7, précise les identités des enquêteurs nationaux ayant effectivement pris part à l'enquête. Tous ces enquêteurs (nationaux et communautaires) désignés formellement ont signé le rapport d'enquête.
161. **Sur la base de ces analyses, la demande d'annulation de la procédure sur les motifs soulevés par les parties défenderesses n'est pas fondée.**

- **Sur les griefs proprement dits**

- **Sur l'homogénéité des services de l'assurance décès-emprunteur**

162. La Commission a retenu comme marché des produits, celui de l'assurance Décès emprunteur, compte tenu de l'homogénéité du service offert par les différentes compagnies concernant cette prime.
163. Pour la partie défenderesse, le service offert par les assureurs, sur ce point, est loin d'être homogène car il est constitué du prix et d'autres aspects, notamment la politique de sélection médicale, la prise en charge ou non des frais de sélection médicale, les laboratoires partenaires dans le cadre de la sélection. Ces facteurs combinés différencient l'offre d'une compagnie à une autre.
164. La Commission note que la partie défenderesse fait une interprétation non fondée de la notion d'homogénéité de produit/service en droit de la concurrence. En effet, les différentes offres, qui selon elle, diffèrent d'une compagnie à une autre concernent un même service qu'est celui de l'assurance décès-emprunteur. Il n'y a par ailleurs pas un autre service qui soit substituable à celui-ci. **En définitive, le marché de produit de l'assurance décès-emprunteur est un service homogène qui ne peut être concurrencé par un autre.**

- **Sur l'existence d'une entente**

165. La Commission avait relevé dans sa Communication de griefs que les responsables des sociétés d'assurance-vie se sont concertés sous l'égide de leur association professionnelle pour élaborer un tarif minimal sur la base des nouvelles tables de mortalité.

166. Pour les parties défenderesses, il ne s'agissait pas d'une concertation entre acteurs du marché mais une réponse aux injonctions formulées par les autorités de tutelle.
167. Elles poursuivent en indiquant que le fait de constater que la prime pure, les frais de chargements et de gestion pratiqués par les compagnies d'assurance sont à peu près similaires, n'est pas la résultante d'une entente puisque ces taux se pratiquaient bien avant 2017, date censée être celle du prétendu accord. Pour la partie défenderesse, même s'il y a un parallélisme des comportements, cela résulterait du fruit de la concurrence.
168. Par ailleurs, le fait pour la Commission de viser le point 1 du paragraphe 2 du procès-verbal d'Assemblée Générale Extraordinaire (AGE) du 26 janvier 2017, énonçant l'adoption d'un tarif validé en tenant compte des paramètres techniques et financiers arrêtés par les Directeurs Généraux lors de leur assemblée du 29 décembre 2016, doit être analysé avec le paragraphe 4 du point 1 dudit procès-verbal qui prévoit que : « les règles de calculs des primes mensuelles, trimestrielles, semestrielles ont aussi été précisées ».
169. En définitive, il s'agit, pour la partie défenderesse, d'un simple guide qui n'altère pas l'autonomie des compagnies d'assurances dans la fixation des prix définitifs puisque l'accent n'est mis que sur le mode de calcul et les outils qui permettent d'indemniser le sinistre.
170. Pour la Commission, il convient de s'appesantir au préalable sur le concept de « concertation ».
171. Cette notion est définie au sens général comme l'action, pour plusieurs personnes, de s'accorder en vue d'un projet commun. Sur cette base, l'assemblée des directeurs généraux des sociétés vie en date du 29 décembre 2016 et celle des dites sociétés en date du 26 janvier 2017, tenue sous l'égide de l'APSAB, doivent être entendues comme étant une concertation. Une Assemblée Générale est par excellence un cadre de concertation. En effet, les décisions d'associations d'entreprises concernées par les ententes anticoncurrentielles sont les recommandations ou délibérations (écrites ou non écrites) qui, une fois suivies par les membres, peuvent avoir un effet restrictif de la concurrence.
172. **Dans ce cadre, il est logique de considérer, avant toute analyse, que les Assemblées Générales de l'APSAB ainsi que les résolutions et recommandations qui en ont résulté constituent une concertation entre entreprises membres.**
173. Cette concertation, à la lumière des observations formulées par les parties défenderesses, revêt-elle un caractère anticoncurrentiel et a-t-elle eu pour conséquence de produire des effets anticoncurrentiels sur le marché visé ?
- **Sur l'existence de l'objet et de l'effet anticoncurrentiel de l'entente entre les membres de l'APSAB**
174. Sur la teneur des dispositions qui instaurent l'accord, la décision ou la pratique concertée, la Commission se fonde sur les résolutions contenues dans le procès-verbal de l'Assemblée Générale Extraordinaire (AGE) du 26 janvier 2017. En effet, le point 1 paragraphe 2 de ce document dispose que : « A l'issue de ces réunions, la commission a arrêté un tarif validé par tous les membres représentant les sociétés dans la commission Vie. Ce tarif qui concerne uniquement la Temporaire Décès (capital constant et variable) a été bâti en tenant compte des paramètres techniques et financiers arrêtés par les Directeurs Généraux lors de leur assemblée du 29 décembre 2016 ». Ainsi, la Commission considère que ces dispositions relatives au contrôle ou à la fixation de manière directe ou indirecte d'éléments

entrant dans la détermination d'un coût ne sont pas conformes dans l'esprit à la fixation des prix par le libre jeu du marché.

175. Pour les parties défenderesses, il convient de se référer au paragraphe 4 du point 1 dudit procès-verbal qui prévoit que : « les règles de calculs des primes mensuelles, trimestrielles, semestrielles ont aussi été précisées ». Cette disposition selon elles, montre qu'il s'agit d'un simple guide qui n'altère pas l'autonomie des compagnies d'assurances dans la fixation des prix définitifs puisque l'accent n'est mis que sur le mode de calcul et les outils qui permettent d'indemniser le sinistre.
176. Par ailleurs, le paragraphe 5 précise que les échanges ont permis de faire des ajustements et notamment : « de supprimer la tarification par classe d'âge pour ne retenir qu'une tarification par âge conformément à la réglementation en vigueur ». Elles estiment qu'il s'agit plutôt, pour les compagnies d'assurance, de se conformer en tout point à la réglementation en vigueur.
177. La Commission relève, cependant, que le chronogramme de sensibilisation n'a pas fait mention « des règles de calculs des primes mensuelles, trimestrielles, semestrielles » mais s'est contenté uniquement de dresser les étapes de la mise en œuvre du « nouveau tarif ». En outre, un simple guide qui n'altère pas l'autonomie des compagnies d'assurances dans la fixation des prix définitifs, tel que soutenu par les parties dans leurs argumentaires, n'a pas vocation à arrêter un tarif minimum consensuel ou un chronogramme qui porte sur un nouveau tarif.
178. **Aussi, le caractère anticoncurrentiel des dispositions qui instaurent l'accord est, pour la Commission, manifeste.**
179. En ce qui concerne les buts et objectifs visés par l'accord, la Commission s'est fondée, dans la communication de griefs, sur l'ordre du jour de l'assemblée générale qui évoque « la validation et l'adoption du tarif vie ». Pour les parties, il ne s'agissait pas de déterminer le prix de la prime, mais bien au contraire, de faire respecter les tables de mortalité F et H qui ressortent du règlement CIMA n°006/CIMA/PCMA/PCE/2012 du 04 Octobre 2012, modifiant et complétant les dispositions relatives aux tables de mortalité.
180. En effet, le procès-verbal visé mentionne en caractère gras : « supprimer la tarification par classe d'âge pour ne retenir qu'une tarification par âge conformément à la réglementation en vigueur ». A travers cette mention, les compagnies membres de l'APSAB considèrent qu'elles ont voulu plutôt mettre en place un outil ou un guide qui leur permettrait de se conformer à la réglementation communautaire. En définitive, celles-ci affirment que l'interprétation de la Commission résulte d'une question sémantique ; les notions de « validation et adoption du tarif vie » devant être perçues comme une invitation à l'application des tarifs déjà validés au niveau de la Direction des Assurances par les différentes sociétés.
181. Quant au contexte économique et juridique dans lequel s'insèrent lesdites dispositions, les parties relèvent, comme la Commission, les pratiques de sous tarification opérées par les compagnies d'assurance du secteur. Ces comportements ont amené les autorités de régulation à adresser des mises en demeure de se conformer à la nouvelle table de mortalité sous peine de se voir infliger des sanctions.
182. Par contre, elles soutiennent que ce n'est pas pour empêcher toute concurrence entre les compagnies d'assurance, mais plutôt pour contribuer au respect de la réglementation, à la protection des consommateurs et à la pérennisation de l'activité des compagnies d'assurance que le guide qui permet la tarification a été adopté.

183. Sur ces arguments, la Commission relève qu'il n'était pas de la responsabilité des Directeurs Généraux, au regard de la législation en vigueur, d'arrêter lors de leur assemblée du 29 décembre 2016, les paramètres techniques et financiers à mettre en œuvre. Ces paramètres constituent des informations relevant de la stratégie commerciale de chaque acteur du marché. Le partage de telles informations, au cours de rencontres d'association professionnelle est de nature à les conduire à aligner leurs stratégies commerciales et à leur permettre de restreindre ou de fausser la concurrence.
184. De même, la Commission s'interroge sur l'intérêt de tenir une assemblée générale en vue d'adopter et de valider des tarifs élaborés par la commission technique vie si, comme l'estiment les parties, « il s'agissait d'une simple application de la réglementation. »
185. Enfin la Commission souligne que le chronogramme de sensibilisation n'a pas fait mention « des règles de calculs des primes mensuelles, trimestrielles, semestrielles » mais s'est contenté uniquement de dresser les étapes de la mise en œuvre du « nouveau tarif ».
186. **Au regard de ces analyses, il apparaît que les dispositions, les buts et objectifs visés ainsi que le contexte économique et juridique prouvent à suffisance le caractère anticoncurrentiel, par objet, de la concertation.**
187. Cette concertation entre les sociétés d'assurance vie par le canal de leur association étant anticoncurrentielle par objet, qu'en est-il des effets réels ou potentiels de cet accord sur le marché ?
188. Dans les griefs notifiés, la Commission estimait que les parties défenderesses ont conçu et adopté un chronogramme de sensibilisation dont l'efficacité des mesures a permis d'observer sur le marché une harmonisation des taux d'intérêt technique, des frais de gestion et des frais d'acquisition soit, en définitive, l'existence, sur le marché, d'un tarif uniforme relatif à l'assurance décès emprunteur.
189. Au sujet de l'harmonisation des taux d'intérêt technique, les parties défenderesses rappellent qu'avant 2017, toutes les compagnies Burkinabè utilisaient un taux technique de 3.5% et que les différentes notes techniques déposées pour les visas des produits l'attestent. Pour elles, cette pratique est observée dans l'ensemble des compagnies vie de la zone CIMA et se comprend par la proportionnalité inversée entre le taux technique et le niveau des primes.
190. En effet, plus le taux est élevé, plus bas est le taux de prime décès. Ainsi, à titre illustratif, le tarif minimal décès emprunteur croit en moyenne de 2% lorsqu'on passe d'un taux technique de 3,5% à 0%. En définitive, le taux technique de 3,5% est le seuil qui est avantageux pour l'assuré, et c'est la pratique de la concurrence entre les différentes sociétés qui explique l'alignement de toutes les compagnies d'assurance-vie sur ce taux de 3,5% (hors facteurs d'aggravation). L'obtention de la même prime pure n'est donc pas issue d'une harmonisation du marché, telle que le soulignait la communication de griefs, mais de l'utilisation de la même table de mortalité et de la pratique identique en termes de taux d'intérêt technique.
191. En ce qui concerne l'harmonisation des frais d'acquisition et de gestion, les parties défenderesses ont bâti leur argumentaire sur les dispositions de l'article 334-13 du code des assurances qui énoncent que : « La provision pour sinistres à payer calculée conformément à l'article 334-12 est complétée, à titre de chargement, par l'évaluation des charges de gestion qui, compte tenu des éléments déjà inclus dans la provision, doit être

suffisante pour liquider tous les sinistres et ne peut être inférieure à 5% .» Sur la base de cette disposition, ils soutiennent que les chargements de gestion, dont fait cas l'article 334-13, concernent **les provisions pour sinistres à payer** et ne portent pas, comme relevé dans la communication de griefs sur les chargements de gestion relative à la tarification des contrats. Le Code CIMA ne fait pas mention explicite de seuil minimum de chargements de gestion à appliquer.

192. Par ailleurs, l'article 338 du Code CIMA précise que les tarifs doivent comporter des chargements permettant la récupération, par l'entreprise, d'un montant de frais justifiable et raisonnable. Le Code des assurances fait référence aux chargements de façon générale et pas uniquement aux chargements d'acquisition comme souligné dans la communication de griefs.
193. Si les parties défenderesses admettent la similarité des chargements d'une compagnie à une autre, ce constat observé sur le marché n'est pas la résultante d'une concertation anticoncurrentielle. Elle est plutôt liée à la particularité du secteur concerné.
194. En effet, chaque secteur d'activité a des similarités sur certaines constantes de par son histoire et des modélisations existantes. La plupart des documents d'actuariat Vie développés dans la zone CIMA retiennent respectivement 15% et 0,1% comme chargement d'acquisition et chargement de gestion.
195. Par ailleurs, les dossiers Visa de la plupart des compagnies Vie du marché avaient les mêmes chargements dans leurs dossiers Visa obtenus antérieurement à 2017. Une étude des chargements appliqués sur les garanties Décès des produits commercialisés dans la zone CIMA arrivera aux mêmes conclusions tirées dans la communication de griefs. Il faut aussi noter que toutes les compagnies, au Burkina Faso, font face à un certain nombre de réalités similaires qui conduisent à des taux assez proches voire identiques, d'où l'alignement observé, par la Commission sur le marché en cause, qui est plutôt imposée par les contraintes et la spécificité du marché.
196. **A l'analyse et sur la base des arguments pertinents des parties défenderesses, il ressort que la concertation entre l'APSAB et ses membres n'a pas produit d'effet anticoncurrentiel réel sur le marché en cause.**
197. Sur le grief d'avoir initié, conclu et/ou mis en œuvre des ententes consistant, entre autres, en des accords limitant l'accès au marché ou le libre exercice de la concurrence par d'autres entreprises, matérialisées par l'article 7 du règlement intérieur de l'APSAB qui stipule que « les sociétés faisant partie de l'APSAB s'interdisent de traiter des affaires d'assurances sur place avec des sociétés d'assurances non adhérentes », l'APSAB et ses membres affirment que cette disposition n'avait pas pour but de limiter l'accès au marché. Elle visait plutôt à s'assurer que dans le cadre de la coassurance, les sociétés qui sont en relation respectent les bonnes pratiques et la déontologie.
198. La Commission souligne que, même si l'enquête n'a pas permis d'avoir des informations sur la mise en œuvre de cette disposition pour fonder son effet anticoncurrentiel, l'objet anticoncurrentiel de ladite disposition est manifeste.
199. **Sur cette base, et au regard de tout ce qui précède, le grief d'entente anticoncurrentielle entre l'APSAB et les sociétés d'assurance-vie est fondé par objet, même si les dispositions n'ont pas produit d'effet anticoncurrentiel sur le marché en cause.**

200. **En ce qui concerne la demande reconventionnelle formulée par l'APSAB et ses membres,** la Commission relève, qu'en l'état actuel de la réglementation communautaire, aucune disposition ne permet la mutation d'une procédure contentieuse enclenchée par la notification de griefs en une procédure non contentieuse, à travers la demande d'exemption.
201. **Sur les griefs formulés à l'encontre de Coris Bank International SA et Coris Assurance-vie, d'avoir initié, conclu et/ou mis en œuvre des accords anticoncurrentiels** matérialisés par les dispositions de l'article 2.1 de la convention de distribution des produits d'assurances entre ces deux sociétés, celles-ci ont fait observer que la clause incriminée n'instaure pas une exclusivité de distribution des produits de Coris Assurance-Vie, mais une priorité.
202. Cette priorité n'exclut pas la distribution des produits des autres sociétés d'assurances à la clientèle de la Banque. Il s'agit notamment, selon Coris Bank International SA, de proposer aux clients n'ayant pas de choix préalable au moment de la souscription à une police d'assurance-vie, les produits disponibles en commençant par ceux de Coris Assurance-vie.
203. Par ailleurs, Coris Bank International SA a pu prouver qu'elle est également liée, par des conventions collectives d'assurance Groupe Emprunteurs, avec d'autres sociétés d'assurances comme la SONAR et UAB-VIE. Les produits de ces dernières sont librement accessibles aux clients externes comme internes de Coris Bank International SA. Enfin, elle soutient que nombre de ses concours sont assurés par la plupart des compagnies d'assurances de la place. Pour étayer ces affirmations, les conventions collectives conclues avec la SONAR et UAB-Vie ainsi que des copies de contrat d'assurance ont été fournis à la Commission.
204. **Au regard de ce qui précède, le grief d'entente anticoncurrentielle entre Coris Bank International S.A. et Coris Assurance-vie n'est pas fondé.**

VI- SUR LA BASE DES CONSTATATIONS QUI PRECEDENT,

LA COMMISSION :

205. Considérant que les ententes anticoncurrentielles de l'APSAB et les sociétés d'Assurance-vie prises individuellement sont caractérisées par les dispositions des accords et décisions d'association desdites entreprises, qui d'une part, limitent l'accès au marché ou le libre exercice de la concurrence par d'autres entreprises et, d'autre part, visent à fixer directement ou indirectement le prix, à contrôler le prix de revente et de manière générale, à faire obstacle à la fixation des prix par le libre jeu du marché ;
206. Considérant que lesdites ententes anticoncurrentielles sont caractérisées par objet, sans pour autant produire des effets réels anticoncurrentiels sur le marché en cause ;
207. Considérant néanmoins qu'il est établi que l'objet et l'effet anticoncurrentiels sont des conditions non pas cumulatives, mais alternatives, avec une primauté accordée à l'objet pour apprécier si une pratique relève de l'interdiction énoncée à l'article 88 (a) du Traité ;
208. Considérant que les dispositions incriminées sont contraires à l'article 88 (a) du Traité de l'UEMOA et à l'article 3 du Règlement n°02/2002/CM/UEMOA du 23 mai 2002 ;
209. Considérant qu'aux termes de l'article 22.2 du Règlement n°03/2002/CM /UEMOA du 23 mai 2002, il est prévu que :

« La Commission peut, par voie de Décision, infliger aux entreprises et associations d'entreprises des amendes de 500.000 F CFA à 100.000.000 F CFA, ce dernier montant pouvant être porté à dix pour cent du chiffre d'affaires réalisé au cours de l'exercice social précédent par chacune des entreprises ayant participé à l'infraction ou dix pour cent des actifs de ces entreprises, lorsque, de propos délibéré ou par négligence :

- a. elles commettent une infraction aux dispositions de l'article 88 (a), ou de l'article 88 (b) du Traité,
- b. elles contreviennent à une charge imposée en vertu de l'article 7, paragraphe 3, alinéa (a) du présent Règlement... ».

210. Considérant que pour déterminer le montant de l'amende, il y a lieu de prendre en considération, outre la gravité de l'infraction, la durée de celle-ci ;
211. Considérant que les accords limitant l'accès au marché et le libre exercice de la concurrence et ceux tendant à déterminer les prix peuvent être nocifs pour les consommateurs ;
212. Considérant que, conformément aux différents documents analysés pendant l'enquête, les pratiques en cause sont matérialisées par les dispositions anticoncurrentielles contenues dans les Règlements intérieurs et Statuts de l'APSAB, en vigueur depuis le 28 mai 2015 à ce jour et par le procès-verbal de l'assemblée générale des Directeurs généraux des sociétés d'assurance en date du 29 décembre 2016 ainsi que ses actes subséquents, la période de 2015 à 2020 a été retenue comme période de référence de l'infraction ;
213. Considérant toutefois, que l'APSAB et les sociétés membres prises individuellement ont sollicité de la commission la prise en compte de la spécificité de l'activité où la notion de prix est essentielle au regard de l'inversion du cycle de production qui concourt au maintien de l'équilibre des sociétés d'assurance et à la protection des intérêts des assurés et des bénéficiaires des contrats d'assurances ;
214. Considérant également la bonne foi affichée par les parties lors des séances d'audition et l'absence d'effets concrets observés sur le marché en cause ;
215. Considérant ces circonstances atténuantes, qu'en fonction des éléments généraux et individuels, tels qu'ils sont appréciés ci-dessus, il y a lieu d'infliger à l'association en cause, une sanction pécuniaire de **5 000 000 Francs CFA**.
216. Considérant ces circonstances atténuantes, qu'en fonction des éléments généraux et individuels, tels qu'ils sont appréciés ci-dessus, il y a lieu d'infliger à chaque société d'assurance-vie en cause, une condamnation de principe.
217. Considérant enfin que les griefs formulés à l'encontre de Coris Bank International S.A. et Coris Assurance-vie, d'avoir initié, conclu et/ou mis en œuvre des accords anticoncurrentiels ne sont pas constitués ;

DECIDE :

Article premier : Il est établi que l'Association Professionnelle des Sociétés d'Assurance du Burkina Faso (APSAB) et toutes les sociétés d'assurance vie du Burkina Faso prises individuellement, ont enfreint les dispositions de l'article 88 (a) du Traité de l'UEMOA et ses textes d'application.

- Article 2 :** Il est infligé à l'Association Professionnelle des Sociétés d'Assurance du Burkina Faso (APSAB) une amende de cinq millions (5 000 000) Francs CFA.
- Article 3 :** Il n'y a toutefois pas lieu d'infliger une sanction pécuniaire aux sociétés d'assurance-vie prises individuellement.
- Article 4 :** L'Association Professionnelle des Sociétés d'Assurance du Burkina Faso (APSAB), toutes les sociétés d'assurance vie du Burkina Faso, prises individuellement, la société Coris Bank International S.A. et les autorités compétentes du Burkina Faso sont destinataires de la présente décision.
- Article 5 :** En application de l'article 29 du Règlement n°03/2002/CM/UEMOA du 23 mai 2002, relatif aux procédures applicables aux ententes et abus de position dominante à l'intérieur de l'UEMOA, le résumé de la présente Décision fera l'objet de publication aux frais de la Commission.
- Article 6 :** La présente Décision, qui entre en vigueur à compter de sa date de signature, sera publiée au Bulletin Officiel de l'Union.

Fait à Ouagadougou, le 05 mai 2023

Pour la Commission,
Le Président

Abdoulaye DIOP

**DECISION N°05/2023/COM/UEMOA
RELATIVE A DES PRATIQUES MISES EN ŒUVRE DANS LE SECTEUR DE LA BRASSERIE
ET DES BOISSONS GAZEUSES SUCREES AU TOGO**

**La Commission de l'Union Economique et Monétaire
Ouest Africaine**

- VU** le Traité modifié de l'Union Economique Monétaire Ouest-Africaine ;
- VU** l'Acte Additionnel n°02/2021/CCEG/UEMOA du 14 avril 2021 portant nomination des Membres de la Commission de l'UEMOA ;
- VU** l'Acte Additionnel n°03/2021/CCEG/UEMOA du 14 avril 2021 portant nomination du Président de la Commission de l'UEMOA ;
- VU** le Règlement n°02/2002/UEMOA du 23 mai 2002 relatif aux pratiques anticoncurrentielles à l'intérieur de l'Union Economique et Monétaire Ouest Africaine ;
- VU** le Règlement n°03/2002/CM/UEMOA du 23 mai 2002, relatif aux procédures applicables aux ententes et abus de position dominante à l'intérieur de l'Union Economique et Monétaire Ouest Africaine ;
- VU** le Règlement n°01/2018/CM/UEMOA du 23 mars 2018 portant Règlement Financier des Organes de l'Union Economique et Monétaire Ouest Africaine ;
- Prenant en compte** les conclusions du rapport d'enquête de concurrence dans le secteur de la brasserie et des boissons gazeuses sucrées réalisée du 17 au 29 octobre 2016 au Togo ;
- Prenant en compte** les lettres en date du 30 août 2019 transmettant individuellement à la société " la Brasserie BB Lomé SA (BB Lomé) ", à ses distributeurs agréés et au Groupement des Grossistes Distributeurs des Boissons alimentaires du Togo (GGDBT), des griefs relatifs à des pratiques mises en œuvre dans le secteur de la brasserie et des boissons gazeuses sucrées au Togo ;
- Prenant en compte** les procès-verbaux des séances d'audition de la société " la Brasserie BB Lomé SA (BB Lomé) ", des distributeurs agréés et du Groupement des Grossistes Distributeurs des Boissons alimentaires du Togo (GGDBT) pour des pratiques mises en œuvre dans le secteur de la brasserie et des boissons gazeuses sucrées au Togo ;
- Considérant** l'Avis n° 01/2020/CCC/UEMOA du Comité Consultatif de la Concurrence en date du 17 décembre 2020, relatif au projet de Décision portant sur des pratiques mises en œuvre dans le secteur de la brasserie et des boissons gazeuses sucrées au Togo ;
- Considérant** les délibérations du Collège des Commissaires en date du 23 mars 2023 ;
- Prenant en compte** les autres pièces du dossier.

Considérant ce qui suit :

I. LE CONTEXTE ET LA PROCEDURE

1. Dans le cadre de la mise en œuvre de la législation communautaire de la concurrence, la Commission a initié une enquête de concurrence dans le secteur de la brasserie et des boissons gazeuses sucrées dans les Etats membres en 2011, en application des dispositions pertinentes du Règlement n°03/2002/CM/UEMOA du 23 mai 2002, relatif aux procédures applicables aux ententes et abus de position dominante à l'intérieur de l'UEMOA , afin de collecter les informations utiles sur l'état de la concurrence dans ce secteur.
2. Les agents du service de la concurrence du ministère chargé du commerce ont mené les investigations, du 31 octobre au 04 novembre 2011, à la suite desquelles un rapport a été produit et transmis à la Commission de l'UEMOA.
3. Le dépouillement des informations collectées dans le cadre de cette enquête sectorielle a permis de comprendre le fonctionnement général du secteur de la brasserie au Togo.
4. En vue d'approfondir lesdites informations, la Commission de l'UEMOA a organisé, du 17 au 29 octobre 2016, une mission d'enquête de concurrence dans le secteur de la brasserie et des boissons gazeuses sucrées au Togo.
5. Les résultats de l'enquête consignés dans un rapport d'enquête et l'analyse des renseignements complémentaires fournis au regard des dispositions pertinentes de l'article 88 du Traité et de ses textes subséquents, notamment les articles 3 et 4 du Règlement n°02/2002/CM/UEMOA du 23 mai 2002, relatif aux pratiques anticoncurrentielles à l'intérieur de l'UEMOA, a mis en évidence des **indices graves, précis et concordants** de pratiques restrictives de concurrence qui apparaissent au dossier sous diverses formes.
6. Dans ce cadre et en application de l'article 16 du Règlement n°03/2002/CM/UEMOA du 22 mai 2002, relatif aux procédures applicables aux ententes et abus de position dominante, la Commission a engagé la procédure contradictoire.
7. Ainsi, par lettres en date du 30 août 2019, elle a notifié individuellement à la société " la Brasserie BB Lomé SA (BB Lomé) ", à ses distributeurs agréés et au Groupement des Grossistes Distributeurs des Boissons alimentaires du Togo (GGDBT), à titre principal, des griefs relatifs à des pratiques anticoncurrentielles mises en œuvre dans le secteur de la brasserie et des boissons gazeuses sucrées au Togo.
8. Elle a, par les mêmes courriers, sollicité la transmission des observations et points de vue desdites sociétés et groupement professionnel, dans un délai de trente (30) jours, à compter de la date de réception de ceux-ci, tout en leur rappelant la faculté de consulter l'ensemble des pièces du dossier dans le délai imparti.
9. Ces griefs ont également été notifiés aux autorités togolaises à titre d'information et pour leurs observations éventuelles.
10. En réponse à ces notifications de griefs, la société BB Lomé, le Groupement des Grossistes Distributeurs des Boissons alimentaires du Togo (GGDBT) et certains distributeurs agréés ont transmis à la Commission leur mémoire en défense.
11. Conformément aux dispositions des articles 17.1 et 17.4 du Règlement n°03/2002/CM/UEMOA du 23 mai 2002 cité supra, la Commission a, par lettres en date du

03 février 2020, convoqué la société BB Lomé, ses distributeurs agréés et le Groupement des Grossistes Distributeurs des Boissons alimentaires du Togo (GGDBT) aux séances d'audition qu'elle a organisées, à Lomé, du 02 au 06 mars 2020. Ces séances d'audition ont été sanctionnées par divers procès-verbaux datés du 02 au 06 mars.

12. Enfin, conformément à l'article 28.4 du Règlement n°03/2002/CM/UEMOA du 23 mai 2002, susvisé, l'avis du Comité Consultatif de la Concurrence a été sollicité lors de sa vingt-troisième session ordinaire tenue à Ouagadougou, au Burkina Faso du 14 au 17 décembre 2020.

II. LE SECTEUR D'ACTIVITES

II.1 Les produits

13. La bière et les boissons gazeuses sucrées constituent les produits objet de cette procédure.

II.1.1 La Bière

14. La bière est une boisson obtenue par fermentation alcoolique d'un moût préparé à partir du malt de céréales, de matières premières issues de céréales, de sucres alimentaires, de houblon (substance conférant de l'amertume), et d'eau potable. Le malt de céréales représente au moins 50 % du poids des matières amylacées ou sucrées mises en œuvre. L'extrait secrété présente au moins 2 % du poids du moût primitif.
15. L'orge est la matière première fondamentale de la bière, dont la fabrication utilise également des matières amylacées (grains crus de maïs ou de riz, sirops de sucre), de l'eau, du houblon et des levures. La production de la bière se décompose en plusieurs étapes comprenant essentiellement la transformation de l'orge en malt par germination, son mélange avec de l'eau qui, filtré, donne le moût. Porté à ébullition, le moût est additionné de houblon. Ensemencé avec la levure de bière, le moût fermente pendant une semaine, puis il est de nouveau filtré et mis en bouteille.

II.1.2 Les boissons gazeuses sucrées

16. Les boissons gazeuses sucrées sont issues d'un mélange d'extraits de concentrés, d'eau, de sucre, d'additifs et de gaz carbonique. L'ensemble de ces matières premières est introduit dans un mélangeur dont le processus conduit à l'obtention d'un jus qui, passé à la pasteurisation, est conditionné dans des contenants de différentes tailles.

II.2 Les entreprises

II.2.1 L'entreprise de production locale : BB Lomé SA

17. La Brasserie BB Lomé SA (BB Lomé) est une filiale du groupe Brasseries et Glacières Internationales, 12^{ème} brasseur mondial. Elle est constituée depuis 1964 sous forme de société anonyme avec Conseil d'Administration. Elle a pour objet social la production et la commercialisation de boissons alimentaires alcoolisées et non alcoolisées au Togo et à l'étranger. Son capital social est de 1 278 590 000 FCFA réparti comme suit :
 - actionnaire majoritaire [] ;
 - autres actionnaires : [] des actions.

18. La société BB Lomé est de nationalité togolaise et emploie 1 244¹ employés dont 656 permanents, 110 intérimaires et 478 journaliers. Elle dispose à ce jour, de trois sites de production à Lomé, Anfoin et Kara. En outre, depuis de nombreuses années, elle est en partenariat avec des leaders mondiaux de boisson tels que [].
19. Cette société offre sur le marché une gamme variée de bières et de boissons gazeuses sucrées de marques internationales dans différents contenants à savoir :
- emballages en verre de 66 cl, 65 cl, 60 cl, 50 cl, 33 cl et 30 cl ;
 - emballages en Poly Ethylène Téréphtalate (PET) de 35 cl, 50 cl, 100 cl, 150 cl 500 cl et 1890 cl ;
 - emballages en boîtes de 33 cl.
20. Pour les bières produites en bouteilles de verre consignées et en boîte de 33 cl, la gamme de produits se compose de : LAGER, PILS, AWOYO, FLAG, CASTEL, BEAUFORT, ECU, GUINNESS.
21. Pour les boissons gazeuses en bouteilles de verre consignées, en boîte de 33 cl et en PET, les produits suivants sont proposés aux consommateurs : SODA, LION KILLER, COCKTAIL, SPORT ACTIF, YOUKI POM POM, MANGUE, ORANGE, ANANAS, PAMPLEMOUSSE, XXL ENERGY, COCA COLA, FANTA ORANGE, CITRON, MANDARINE, SPRITE, SCHWEPPE, MALTA TONIC, GUINNESS.
22. La brasserie BB Lomé produit neuf (9) marques de bières, douze (12) marques de boissons gazeuses sucrées, deux (02) boissons maltées et deux marques d'eau (EAU VITALE et AQUABELLE).
23. La capacité annuelle des trois unités de production se présente en 2016, comme suit :
- [];
 - [];
 - [].
24. Le volume de la production annuelle ainsi que les valeurs respectives 2013 à 2015 et le premier semestre 2016 sont récapitulés dans le tableau ci-après :

Tableau n° 1 : Production annuelle de bières et de boissons gazeuses sucrées de BB Lomé (données en hectolitres et F CFA)

Année Produits	2013		2014		2015		2016	
	Volume (hl)	Valeur						
BIERE	[]	[]	[]	[]	[]	[]	[]	[]
BOISSONS GAZEUSES SUCREES	[]	[]	[]	[]	[]	[]	[]	[]
EAUX	[]	[]	[]	[]	[]	[]	[]	[]
TOTAL	[]	[]	[]	[]	[]	[]	[]	[]

Source : BB Lomé (statistiques collectées en 2016)

25. On constate que la production annuelle de bière de la société BB Lomé est passée de [] en 2013 à [] en 2015 et le chiffre d'affaires a progressé sur la même période de [] à [] (soit []). La tendance haussière est également constatée sur les boissons gazeuses sucrées aussi bien sur le volume que sur la valeur.
26. Parallèlement à l'évolution du volume global, les ventes réalisées par les distributeurs agréés de la société BB Lomé sont également en hausse constante sur la même période comme le témoigne le tableau ci-dessous.

Tableau n° 2 : Volume des ventes réalisées par les distributeurs de la Société BB Lomé

ANNEE	Ventes HI	Valeur F.CFA
	2013	[]
2014	[]	[]
2015	[]	[]
2016 (fin septembre)	[]	[]

Source : BB Lomé

27. En somme, La BB Lomé est une entreprise florissante avec des chiffres de production, et de vente en évolution depuis 2013 comme l'atteste son chiffre d'affaires qui est passé [] à [] de F.CFA de 2013 à 2015.

Tableau n° 3 : Evolution du chiffre d'affaires et du revenu net bénéficiaire

ANNEE	CHIFFRE D'AFFAIRES (HORS TVA)	REVENU NET BENEFICIAIRE
2013	[]	[]
2014	[]	[]
2015	[]	[]

Source : BB LOME

II.2.2 Les entreprises importatrices et distributrices

28. Deux entreprises spécialisées dans les activités d'importation de bières et de boissons gazeuses ont été visitées au cours de l'enquête. Il s'agit des sociétés Terrez et Foods Beverages & Equipment (FNB International). En outre, on note l'existence de plusieurs supermarchés et alimentations qui importent les mêmes produits pour les besoins de leurs activités.
29. Enfin, il convient de souligner que les importations de bières et de boissons gazeuses au Togo sont relativement faibles et portent pour l'essentiel sur des produits en cannettes.

II.2.2.1 La société Foods Beverages & Equipment (FNB International)

30. Créée en 2014 la FNB International est une SARL de droit togolais ayant pour objet social la représentation commerciale et industrielle, le commerce général, l'achat et la transformation

des produits, toutes activités industrielles et commerciales, l'import-export. Son capital social s'élève à 3 000 000 FCFA et elle dispose en 2016, d'un effectif de 11 employés permanents.

31. Dans le secteur des boissons, elle importe des bières, des boissons gazeuses sucrées et des jus de fruit semi naturel. Ses importations proviennent notamment, du Vietnam et de l'Union Européenne pour le jus Fantastic et la Malta. Elle dispose d'un réseau de distribution articulé autour de quatre grossistes.
32. Pour l'exercice 2015-2016, les ventes de cette entreprise se chiffrent à [] dont [] pour la boisson gazeuse et le reste pour les jus de fruits.

II.2.2.2 La société TEREZ

33. Créée en janvier 2013, TEREZ est une Société Anonyme spécialisée dans l'importation et la distribution au Togo de boissons alcoolisées, non alcoolisées et d'autres produits alimentaires. Son capital social est de 25 000 000 FCFA. La société emploie présentement dix-neuf employés.

Cette entreprise importe d'Autriche, des produits fabriqués sous sa propre marque. Sa gamme de produits porte sur la bière, les boissons gazeuses sucrées et les spiritueux. Ces principaux produits sont les suivants :

- K.O Energie ;
- Van pur bière ;
- Enzo ;
- Tenorio ;
- Grand sportif ;
- santizima, Bonzel cream liqueur.

34. La politique commerciale de la Société Terez est axée sur une livraison directe au consommateur soutenu par un système incitatif de ristournes.
35. Le chiffre d'affaires de cette entreprise est en forte croissance sur la période 2013 à 2015, passant de [] (soit plus [] sur la vente de bière, de boissons gazeuses sucrées et d'alcool et spiritueux).

II.2.2.3 la société RAMCO

36. L'entreprise RAMCO est une Société Anonyme créée en 1973, elle a un chiffre d'affaires moyen sur les trois dernières années (2013, 2014 et 2015) de [].
37. Elle dispose de cinq (05) supermarchés installés exclusivement dans la capitale (Lomé). Elle est représentante exclusive des marques autrichienne Red Bull et hollandaise HEINEKEN. Elle entretient des relations commerciales avec les autres opérateurs de la place avec qui elle n'est pas liée par un contrat de distribution.
38. La société RAMCO SA emploie, en 2016, 226 employés dont 35 expatriés. La commercialisation des bières et boissons gazeuses par la société RAMCO ne représente pas une part importante de son chiffre d'affaires. Cette entreprise importe en effet, des quantités de bières et de boisson gazeuse relativement peu élevées par rapport à son niveau d'activité.

39. Ces importations, constituées essentiellement de produits en cannette, permettent d'achalander les supermarchés de sa marque dans certains centres urbains où cette société est représentée.
40. Outre les importations, la société RAMCO s'approvisionne au niveau local en bière et boissons gazeuses ainsi qu'en eau minérale directement auprès de BB Lomé. Pour les produits en PET de la Brasserie BB Lomé, elle est approvisionnée par la société TOGODIS.

Tableau n° 4 : Statistiques du volume d'affaires (FCFA) des bières et boissons gazeuses sucrées produits localement

Année / Sociétés	2013	2014	2015	2016 (1 ^{er} semestre)
TOGODIS (distributeur agréé de la BB Lomé)	[]	[]	[]	[]
Brasserie BB Lomé*	[]	[]	[]	[]

Source : RAMCO

41. Le tableau qui suit permet de constater que l'activité d'importation de bière et de boisson gazeuse de la société RAMCO est relativement faible comparativement à ses achats de ce même produit au niveau local.

Tableau n° 5 : Statistiques des importations des boissons gazeuses sucrées RED BULL

Années	2013 à 2015	Janvier - juin 2016
Quantités	[]	[]
Valeur	[]	[]

Source : RAMCO

42. On peut enfin, relever que si la société RAMCO réalise un chiffre d'affaires global important, son activité dans le secteur de la bière et des boissons gazeuses sucrées est relativement faible.

II.2.2.4 la société CHAMPION

43. Créé en novembre 2004, le supermarché le Champion est une filiale de SAMEX SARL. La société emploie 120 personnes. Elle est spécialisée dans la distribution et la vente des boissons importées et produites localement dont celles de la Société BB Lomé par l'intermédiaire de la société de distribution ADDRA qui livre ses produits conformément aux prix conseillés.

II.2.2.5 le Supermarché la Concorde

44. Les Etablissements KAM & Frères sous la dénomination supermarché la Concorde ont été créés en 1985. Cette entreprise individuelle a pour objet l'achat et la revente de produits agro-alimentaires. Elle dispose d'un réseau de quatre points de vente à Lomé avec une quarantaine d'employés. L'activité principale est la vente de denrées alimentaires et diverses marchandises.
45. La société Concorde n'a pas de lien direct avec la BB en matière d'approvisionnement en bière et boissons gazeuses sucrées. Elle s'approvisionne auprès des distributeurs agréés de

cette entreprise. Ses relations contractuelles directes avec la société BB Lomé porte sur des achats d'eau minérale "Vitale".

II.2.2.6 la société Levant

46. Créée le 25 novembre 2015, la Société Groupe Levant SARL dénommée « supermarché l'Épicerie du Levant » a pour objet la vente de tous les produits de supermarché, import-export et la restauration.
47. La société Levant emploie en 2016, 36 personnes. Elle s'approvisionne en bière et boissons gazeuses sucrées auprès de TOGODIS pour les produits locaux et de la société RAMCO pour les bières importées.

II.3 Le système de distribution

II.3.1 Le circuit de distribution en général

48. Le circuit de distribution est l'ensemble des canaux de distribution empruntés par un produit ou un service pour atteindre un consommateur. Au regard de la configuration du circuit de distribution des entreprises togolaises, il existe deux typologies à savoir le circuit direct et le circuit indirect.
49. Dans le circuit direct de distribution, l'entreprise productrice vend directement au consommateur final ou passe par un prestataire mais garde la maîtrise de la distribution et ne cédera pas forcément la marchandise à ce prestataire.
50. Le circuit indirect, lui, désigne les organisations où le producteur vend sa marchandise à un ou des intermédiaires qui se chargeront ensuite d'atteindre le client final. L'opération est matérialisée par un contrat de vente et le producteur n'a pas connaissance de la destination finale du produit.

II.3.2 Le circuit de distribution de BB LOME

51. Selon les dispositions de l'arrêté ministériel n° 001/MCIA/DCIC du 03 janvier 2007, portant réorganisation des circuits de distribution des produits de la brasserie, les circuits de distribution des produits fabriqués par la brasserie BB comprennent les grossistes-distributeurs et les tenanciers de bars et autres débits de boissons.
52. Les investigations ont révélé que la BB pratique les deux méthodes de distribution. En effet, l'analyse du système de distribution de cette entreprise permet de constater qu'elle assure l'écoulement de ses produits de manière indirecte par le canal des grossistes ou directement auprès de certains supermarchés de la place.
53. S'agissant de la distribution indirecte, on distingue deux types de distributeurs agréés des produits BB Lomé. [].

II.3.2.1 les conditions d'agrément des distributeurs de BB Lomé

54. Pour être grossiste de BB Lomé, le demandeur fournit une requête d'agrément dans laquelle il justifie remplir les conditions d'éligibilité suivantes :
 - disposer d'une capacité de stockage de plus de [] casiers pour les grossistes désirant opérer dans la ville de Lomé et de plus de [] casiers pour les grossistes désirant opérer à l'intérieur du pays ;

- être capable d'enlever au démarrage plus de [] casiers (liquide et emballages compris)
- avoir des camions d'enlèvement, en bon état de fonctionnement et d'entretien, pouvant charger [] casiers au minimum ;
- disposer d'un camion de distribution, en bon état de fonctionnement et d'entretien, ayant une capacité minimum de [] casiers ;
- être une société régulièrement installée.

55. En dehors de ces critères, la société se charge d'étudier la zone d'installation pour s'assurer que le grossiste peut distribuer au moins [] casiers par mois s'il est installé à Lomé ou [] casiers par mois s'il est installé à l'intérieur du pays, avant de lui accorder l'agrément.

56. Enfin, "[]" leurs obligations contractuelles.

II.3.2.2 les distributeurs agréés de BB Lomé

57. Les distributeurs des produits de la Brasserie BB Lomé SA peuvent donc sur cette base, être regroupés en deux catégories à savoir, les distributeurs traditionnels c'est-à-dire ceux qui distribuent les produits en verre, regroupés au sein du Groupement des Grossistes Distributeurs de Boissons du Togo (G.G.D.B.T) et les autres distributeurs spécialisés dans les nouveaux produits de la Brasserie BB Lomé SA que sont les canettes et les produits en PET.

II.3.2.2.1 les distributeurs des produits en verre

58. Les distributeurs traditionnels de BB Lomé sont regroupés pour la plupart au sein de l'association G.G.D.B.T. Ils sont présents sur toute l'étendue du territoire et sont spécialisés dans la distribution des produits classiques de BB Lomé à savoir, les produits en verre.

59. Ils sont liés à BB par un contrat d'approvisionnement exclusif assorti de conditions générales de vente en boisson et bénéficient en contrepartie d'une assistance commerciale. Ils sont également tenus de procéder à la distribution des produits BB auprès des détaillants par le système du porte à porte, au moyen de véhicules et de pousse-pousse ou par précommande.

60. Au-delà du contrat d'approvisionnement exclusif, les distributeurs de BB sont également tenus de respecter une charte de bonne conduite cosignée par les responsables de BB et ceux de la G.G.D.B.T.

II.3.2.2.2 les distributeurs des produits en PET et des canettes

61. Dans le cadre de la politique de diversification de ses emballages, la société BB Lomé s'est lancée dans la production des boissons en PET et canettes. Elle a toutefois limité la distribution de ses nouveaux produits à deux distributeurs.

62. En effet, deux distributeurs ont reçu l'agrément pour commercialiser les nouveaux produits de la Brasserie BB Lomé SA (canettes et PET). Il s'agit de la [] et de [].

II.3.2.2.2.1 la société ADDRA

63. La société ADDRA Togo SARL est une filiale du groupe ADDRA créée en 2005 au capital de dix millions (10 000 000) FCFA. Le groupe ADDRA emploie dix-sept personnes. Il dispose de filiales dans les pays limitrophes du Togo notamment le Bénin, le Burkina-Faso et au Ghana.

64. La société ADDRA est l'une des deux sociétés agréées par la Brasserie BB dans la distribution des canettes au Togo.
65. Il convient de souligner que pendant longtemps les canettes produites par la BB Lomé étaient destinées à l'exportation. ADDRA a initié la vente des canettes au niveau local. Cette société commercialise également les PET et l'eau minérale de BB.
66. Pour atteindre ses cibles, elle a mis en place des points de vente à travers un réseau de commerciaux avec lesquels [].

II.3.2.2.2 la société TOGODIS SARL

67. La Togolaise de Distribution SARL (TOGODIS SARL) est une société togolaise spécialisée dans la distribution des produits de BB. Elle dispose d'un effectif permanent de 21 personnes. Son capital social est de 1 000 000 F CFA.
68. La société TOGODIS SARL est, à l'instar des autres distributeurs, liée à la société BB par un contrat d'approvisionnement exclusif pour les produits de cette entreprise. La particularité de cette entreprise est qu'elle distribue aussi bien les produits en verre que les PET et les canettes produites par BB.

II.4 Les organisations ou groupement des acteurs du secteur

II.4.1 Le groupement des distributeurs de BB

69. Les distributeurs des produits de la société BB Lomé disposent d'une organisation professionnelle dénommée Groupement des Grossistes Distributeurs de Boissons du Togo (GGDBT).
70. Cette association régie par la loi du 1^{er} juillet 1901, regroupe les distributeurs de boissons alimentaires, en particulier les produits de la Brasserie BB Lomé SA opérant sur le territoire togolais. Cette association, selon son statut et son règlement intérieur, comprend des membres actifs et des membres d'honneur. Elle a pour but de :
 - resserrer les liens d'amitié et de solidarité entre tous les adhérents ;
 - favoriser l'épanouissement tant sur le plan intellectuel que matériel des membres ;
 - défendre les intérêts moraux et financiers des membres.
71. L'association est dotée de trois organes de direction et de décision à savoir :
 - l'assemblée générale, l'organe suprême de l'association, est constituée de tous les membres actifs ;
 - le bureau exécutif est l'organe d'administration et de gestion de l'Association ;
 - le comité de contrôle constitue l'organe de surveillance du bureau exécutif.
72. Les modalités de fonctionnement du GGDBT et ses organes d'administration sont précisés dans le Règlement intérieur.

II.4.2 les Organisations et associations de consommateurs

73. Deux associations de consommateurs à savoir, **l'Association Togolaise des Consommateurs (ATC)** créée en janvier 1999 et **la Ligue des Consommateurs du Togo (LCT)** créée en mars 2013, ont été rencontrées pendant l'enquête.
74. Ces associations de consommateurs font une nette distinction entre les produits importés qui sont moins prisés et les produits locaux, en l'occurrence, ceux de la Brasserie BB Lomé SA qui sont consommés par la grande majorité des consommateurs.

III. LES CONSTATIONS EFFECTUEES

III.1 Le marché en cause

III.1.1 la délimitation matérielle

75. Le marché examiné est celui de la production et de la commercialisation des bières et boissons gazeuses sucrées au Togo.
76. L'analyse portera donc sur la rencontre de l'offre et de la demande des produits "bière" et "boissons gazeuses sucrées" quel que soit le type d'emballage (en verre, PET ou canettes).

III.1.2 la délimitation géographique

77. L'enquête se déroule sur le territoire de la République togolaise. Le Togo fait partie de l'espace géographique du Marché commun de l'UEMOA dont il constitue une partie significative.

III.2 La position de la Brasserie BB Lomé sur le marché

78. La Brasserie BB Lomé SA comme cela a été mentionné supra est une filiale du groupe BGI, 12^{ème} brasseur mondial. Elle est constituée depuis 1964 sous forme de société anonyme avec Conseil d'Administration et son capital social est de 1 278 590 000 FCFA.
79. Cette société, depuis sa création jusqu'à la réalisation des investigations, est en situation de monopole dans la production de la bière et des boissons gazeuses sucrées sur le territoire togolais. La distribution des produits de cette entreprise est régie par l'Arrêté n° 001/MCIA/DCIC du 03 janvier 2007, portant réorganisation des circuits de distribution des produits de la Brasserie BB.
80. La production annuelle de bière de la société BB Lomé était de [] hectolitres en 2015 correspondant à un chiffre d'affaires de []. La production annuelle de boissons gazeuses sucrées était de [] hectolitres en 2015 pour un chiffre d'affaires de [].
81. Son chiffre d'affaires global est passé de [] de F.CFA de 2013 à 2015, ce qui atteste de la vitalité de ses activités.
82. La société BB Lomé fait face à une concurrence relativement faible constituée d'importation en provenance de pays européens notamment la Hollande, la France et l'Autriche.
83. On note une préférence des consommateurs togolais pour les produits de BB Lomé pour les raisons liées essentiellement à l'accessibilité géographique des produits sur l'ensemble du territoire, ce qui n'est pas le cas des produits concurrents importés qui ne sont disponibles

que dans la capitale et dans les principaux centres urbains ainsi qu'au coût relativement faible des produits BB comparativement à celui des marques étrangères.

84. Il convient à cet effet de souligner que, compte tenu des dispositions de l'article 2 de la loi n° 99-011 portant organisation de la concurrence au Togo, un mécanisme de validation des prix de cette entreprise a été mis en place et confié au Ministre chargé du commerce.
85. L'enquête a également permis de noter une progression des importations informelles de bière et de boissons gazeuses sucrées en provenance du Nigéria notamment depuis la chute du cours de la monnaie Nigériane (le Naira). Toutefois, l'absence de données statistiques sur les flux de ce commerce informel ne permet pas d'apprécier valablement son incidence globale sur la concurrence dans ce secteur d'activités et de manière spécifique sur les produits de BB.
86. Outre son monopole et le mécanisme d'organisation de son circuit de distribution institué par l'arrêté 001/MCIA/DCIC précité, cette entreprise dispose également d'un important réseau de distribution qui couvre l'ensemble du territoire.
87. La société BB Lomé est leader sur le segment de la production et de la commercialisation des bières et boissons gazeuses sucrées (en gros et en détail), et plus particulièrement les bières et boissons gazeuses en verres consignés. Ce statut de leader résulte de sa situation monopolistique combinée à ses années d'expérience, au dynamisme de son réseau de distribution ainsi qu'à son appartenance au Groupe BGI.
88. Tous ces atouts, conjugués avec son pouvoir économique indéniable lui permettent d'avoir un comportement autonome sur le marché et de s'imposer.
89. **Sur cette base, il est estimé que la Société BB Lomé occupe une position dominante dans le secteur. De ce fait, une responsabilité lui incombe à savoir celle de ne pas fausser le jeu de la concurrence dans ses rapports avec ses concurrents et ses partenaires.**

III.3 L'accès au marché

90. La société BB Lomé dispose d'une cinquantaine de grossistes sur toute l'étendue du territoire togolais.
91. Les modalités d'accès aux produits de BB par ces grossistes en vue de leur mise à la disposition du consommateur final sont régies par un système d'agrément s'apparentant à un procédé de contrats de distribution sélective.
92. En effet, à travers des contrats qui la lient à ses distributeurs, la société BB, sur la base de critères qu'elle définit, sélectionne un certain nombre d'entreprises qu'elle considère comme étant aptes à assurer la distribution de ses produits. L'accès au statut de distributeur agréé des produits BB ou son maintien est donc soumis à des conditionnalités définies par le producteur lui-même à travers un contrat de distribution.
93. Ces conditionnalités varient selon les années et peuvent être résumées comme suit :
 - adhérer à une charte de bonne conduite et au Groupement des Grossistes ;
 - détenir un véhicule de livraison ou d'enlèvement de [] minimum en bon état d'entretien et de fonctionnement et de [] véhicules de distribution de [] casiers minimum ;
 - disposer d'un local aménagé pouvant contenir au moins [] casiers ;

- être capable d'enlever au démarrage plus de [] casiers (liquide et emballages compris) pour la constitution du stock de démarrage ;
- réaliser une vente moyenne supérieure ou égale à [] casiers par mois ;
- avoir des camions d'enlèvement, en bon état de fonctionnement et d'entretien, pouvant charger [] casiers au minimum ;
- être capable de justifier [] points de vente supplémentaires dans une zone géographique.

94. L'analyse de certaines de ces conditions contenues dans les différents contrats d'approvisionnement exclusifs et de distribution sélective et leurs annexes ainsi que la charte de bonne conduite susmentionnées paraissent exorbitantes et pourraient être assimilées à des entraves à l'entrée sur le marché, au regard notamment de la position monopolistique qu'occupe la BB sur ce secteur. Il s'agit notamment de :

- l'engagement du distributeur à enlever périodiquement (quota) une quantité donnée de l'ensemble des produits issus de l'usine BB ;
- l'obligation de consigner une certaine quantité d'emballages auprès de l'usine BB ;
- l'imposition du système de distribution dit du porte à porte ;
- les contrôles des distributeurs par BB ;
- l'obligation de détenir un stock minimum ;
- le déséquilibre dans les engagements contractuels ;
- les conditions discriminatoires d'agrément des distributeurs.

III.3.1. La distribution sélective et l'approvisionnement exclusif en produits BB

95. Pour assurer une plus grande qualité de distribution de ses produits, la Brasserie BB Lomé SA a institué un contrat de collaboration entre elle et ses grossistes. Aux termes de ces contrats qui sont conclus pour une durée indéterminée, le grossiste s'engage à s'approvisionner exclusivement auprès de la brasserie BB Lomé SA pour les produits vendus par cette dernière.

96. L'article 4 paragraphe 1 des contrats de distribution 2006 stipule à cet effet que le grossiste : **" s'interdit, sauf accord écrit de la BB, de distribuer et le cas échéant de fabriquer, directement ou indirectement, sous quelque forme que ce soit, des produits susceptibles de concurrencer ceux désignés au présent contrat"**.

97. En contrepartie, la BB lui assurera, à sa demande, une assistance commerciale sous les formes spécifiées. Il est convenu que la Brasserie BB Lomé SA pourra à tout moment et sans avis préalable modifier sa gamme de produits, ajouter de nouveaux produits ou inversement, interrompre la fabrication d'un produit de sa gamme actuelle.

98. Les relations entre producteurs de bière (brasseurs) et de boissons gazeuses sucrées et les entrepositaires grossistes liés ou non aux brasseurs sont généralement définies dans des contrats d'approvisionnement exclusifs. Ces accords verticaux ou accords d'achat exclusif peuvent être considérés comme étant restrictifs de concurrence pour plusieurs raisons.

99. En effet, l'on considère généralement que la conclusion de ces contrats peut présenter pour le producteur l'avantage de s'assurer un débouché certain, dans la mesure où, compte tenu de l'obligation d'achat exclusif et de l'interdiction de concurrence imposée au revendeur, celui-ci concentre ses efforts de vente sur la distribution des seuls produits contractuels.

100. En outre, les contrats de fourniture impliquent une coopération avec le revendeur, qui permet au producteur ou au fournisseur, de planifier ses ventes pendant la durée du contrat et d'organiser de façon efficace sa production et sa distribution.
101. Enfin, les contrats de fourniture de bière présentent également des avantages pour le revendeur, dans la mesure où ils lui permettent d'accéder dans des conditions favorables et avec une garantie d'approvisionnement, au marché de la distribution des produits concernés. Il profite également de l'assistance du fournisseur afin de garantir la qualité des produits et le service de la clientèle
102. Ces conventions au regard de certaines clauses de nature à restreindre l'accessibilité du marché (segment de la distribution) sont susceptibles d'entraîner une fermeture du marché en ce que les distributeurs ne peuvent plus diversifier leurs activités en commercialisant les produits des autres marques.

III.3.2 L'obligation d'un achat minimum et de maintien d'un stock minimum

103. Conformément à l'article 4 du contrat d'approvisionnement exclusif en boissons de 2006, les distributeurs de la Société BB Lomé s'obligent à réaliser [] casiers, après []. Le non-respect de cette obligation pourra entraîner la résiliation, de plein droit et sans sommation, du contrat.
104. Cette exigence de vente minimum a évolué au fil des ans. Les nouvelles conditions d'agrément en qualité de distributeur de BB Lomé, notamment l'article 4 des contrats de 2014, font état d'une vente moyenne supérieure ou égale à [].
105. Les mêmes dispositions du contrat d'approvisionnement obligent le grossiste à conserver un stock minimum de [] casiers (article 4 paragraphe 4 des contrats de 2006 et 2014) répartis en [] pour être en mesure de répondre aux besoins de la clientèle.
106. Ces différentes clauses sont susceptibles d'entraver la liberté du distributeur qui ne peut organiser librement son commerce. La valeur des stocks immobilisés aurait pu être utilisée par le distributeur pour diversifier son activité au bénéfice des consommateurs.

III.3.3 La politique de distribution (système de porte à porte)

107. Elle consiste pour les grossistes distributeurs agréés de la Société BB Lomé à procéder à la distribution des produits de ladite société auprès des détaillants par le système du porte à porte, au moyen de véhicules et de pousse-pousse ou par précommande.
108. Le système de distribution porte à porte, prévu à l'article 4 paragraphe 3 de la plupart des contrats d'approvisionnement de boissons entre la société BB et ses distributeurs, impose à ces derniers un circuit commercial auquel ils ne peuvent déroger sous peine d'annulation du contrat les liant à la Société BB Lomé.
109. Enfin, pour soutenir cette politique, la Société BB Lomé a mis en place dans le cadre des ristournes qu'elle accorde, [].
110. Le bénéfice de cette prime est soumis à certaines conditions notamment l'obligation de faire du porte à porte. [].
111. Cette obligation de respecter un mécanisme de mise à disposition directe des produits de la Société BB Lomé au consommateur limite la liberté commerciale du distributeur qui ne dispose pas de marge de manœuvre pour organiser son circuit commercial.

III.3.4 Le mécanisme de surveillance et de contrôle des distributeurs

112. Les dispositions de la plupart des contrats d'approvisionnement en boissons entre la Société BB et ses distributeurs notamment les contrats de 2006, précisent à l'article 4 paragraphe 6 que : " le grossiste se prêtera, une fois par semaine, au contrôle de la BB". Ces contrôles sont destinés à la vérification des linéaires, du stock minimum, de la date de péremption, de la gestion des stocks, de la qualité de la pose du matériel publicitaire et de la bonne distribution porte à porte ou par précommande.
113. La fréquence de ce contrôle hebdomadaire apparaît également comme une véritable intrusion de la société BB dans la politique commerciale de son cocontractant, le distributeur.
114. Au-delà de la fréquence, la nature des contrôles effectués par la Société BB Lomé chez ses distributeurs est susceptible de limiter la liberté commerciale de ceux-ci. En effet, si les contrôles de BB chez ses entrepositaires grossistes peuvent être justifiés pour la vérification de la date de péremption ou de la qualité de la pose du matériel publicitaire, le contrôle du stock minimum, de la bonne distribution porte à porte ou par précommande ou de la gestion des stocks sont des activités qui relèvent, selon les usages, de l'indépendance et de la liberté commerciale du distributeur.
115. En outre, l'action de la Société BB Lomé sur la politique commerciale de ses distributeurs ne se limite pas aux éléments susmentionnés. Elle intervient également pour régler l'ouverture, par ceux-ci de dépôts secondaires, nécessaires à l'extension de leurs activités. A titre d'illustration, la BB Lomé a, par note du 31 janvier 2012, informé ses distributeurs de ce que l'ouverture de dépôts secondaires était soumise à son autorisation.

III.3.5 Les conditions d'agrément des distributeurs

116. Les contrats de distribution sélective qui constituent des restrictions apportées à la liberté commerciale des distributeurs peuvent avoir des effets restrictifs de concurrence. Toutefois ces effets restrictifs peuvent être compensés par l'amélioration de la distribution favorisée par la mise en œuvre de ces contrats.
117. A cet effet, il est généralement admis que les contrats de distribution sélective doivent satisfaire à trois conditions pour être considérés comme non restrictifs de concurrence.
118. D'abord, la nature du produit en question doit requérir un système de distribution sélective, c'est-à-dire qu'un tel système doit constituer une exigence légitime eu égard à la nature du produit concerné afin d'en préserver la qualité et d'en assurer le bon usage.
119. Ensuite, les revendeurs doivent être choisis sur la base de critères objectifs de caractère qualitatif, qui sont fixés de manière uniforme pour tous les revendeurs potentiels et appliqués de façon non discriminatoire.
120. Enfin, les critères définis ne doivent pas aller au-delà de ce qui est nécessaire.
121. Dans la pratique Il est généralement admis que la bière en fût est un produit dont la mise à la disposition du consommateur final peut se faire efficacement par le canal d'une distribution sélective. En l'espèce, il ne s'agit pas d'un système de distribution par fûts mais plutôt par bouteilles. En outre, les critères de sélection des revendeurs de la Société BB Lomé, bien qu'étant supposés être uniformes, ne sont pas appliqués de manière non discriminatoire.

122. En effet, l'enquête permet de relever que la distribution de tous les produits en PET et en canettes n'est pas effective au niveau de tous les distributeurs alors que le contrat permet l'accès à toute la gamme des produits de la Société BB à ceux-ci. La raison évoquée par cette dernière pour justifier cette situation est liée au fait que les canettes étaient initialement destinées à l'exportation et également à l'incapacité, selon elle, des distributeurs à assurer la distribution de ces nouveaux produits.
123. En somme, on relève que si les conditions d'agrément ne distinguent pas les distributeurs des produits en verre de ceux en PET ou en canettes, l'enquête permet de noter que la distribution des produits PET et en canettes n'est pas effective chez une bonne partie des distributeurs et à contrario est confiée exclusivement à [] sans raison objective.

III.3.6 Le déséquilibre dans les engagements contractuels

124. Les distributeurs de la Société BB Lomé sont dans une situation de dépendance économique vis-à-vis de leur fournisseur.
125. Cette dépendance économique résulte des facteurs suivants :
- la notoriété de la marque BB, filiale du groupe Castel BGI ;
 - la situation monopolistique de BB dans la production de la bière et des boissons gazeuses au Togo ;
 - l'importance de la part des produits BB Lomé dans le chiffre d'affaires de ses revendeurs dont l'activité est presque quasiment consacrée à la distribution des produits BB en raison du contrat d'approvisionnement exclusif ;
 - l'impossibilité pour les distributeurs de la société BB de contracter avec d'autres fournisseurs de produits équivalents.
126. En raison de cette situation de dépendance économique, un certain nombre de prestations sont imposées aux distributeurs, qu'ils n'auraient pas acceptés s'ils étaient dans un environnement de saine concurrence.
127. La position dominante de la BB Lomé lui permet d'obtenir des avantages dans les contrats d'adhésion au détriment de ses partenaires en position de dépendance qui n'ont pas le poids économique nécessaire pour ne pas s'y conformer.
128. A ce titre, il convient de noter que la contrepartie de l'engagement d'approvisionnement exclusif pris par le distributeur est pour BB l'obligation d'assurer une assistance commerciale sous des formes spécifiées. L'obligation de fourniture de BB est également limitée aux stocks disponibles et la société peut répartir, en cas d'insuffisance, le stock existant entre les commandes, en tenant compte du chiffre réalisé par le grossiste le trimestre précédent.
129. En outre, les contrats de distribution de boisson prévoient que la Brasserie BB Lomé SA pourra, à tout moment et sans avis préalable, modifier sa gamme de produits, ajouter de nouveaux produits ou inversement, interrompre la fabrication d'un produit de sa gamme actuelle.
130. Par ailleurs, le déséquilibre des relations contractuelles entre la société BB Lomé et ses distributeurs se perçoit également en cas de transfert ou cession du fonds de commerce. En effet, la continuité du fonds de commerce n'est pas acquise aux ayants droit (article 9 du

contrat de 2006) alors qu'ils sont solidairement tenus au passif du distributeur décédé (article 10 contrat de 2006).

131. Les ayants cause n'ont également pas droit à la poursuite de la relation contractuelle avec BB Lomé en cas de transfert de propriété du fonds de commerce par le grossiste, de location, de gérance, de cession de titres ou d'apport en société. Le contrat de 2006 souligne en son article 9 que dans ces cas, la BB Lomé se réserve le droit de ne pas agréer ce successeur si elle justifie d'un motif légitime.

III.4 L'imposition du prix de revente

III.4.1 Le Mécanisme de fixation des prix des produits de la société BB Lomé

132. Conformément aux dispositions des différents contrats d'approvisionnement en boisson, les prix de vente des produits de BB Lomé sont déterminés dans les conditions générales de vente annexées audit contrat. L'examen de ces conditions générales de vente, qui sont renouvelées chaque année, ne permet pas en réalité, d'appréhender les prix fixés par la société BB Lomé.

133. En effet, l'examen de l'article 7 des conditions générales de vente pour l'année 2003 permet de noter, s'agissant des prix, que : " sauf conditions particulières expresses à une vente déterminée, les prix des produits vendus sont ceux figurant sur la liste des prix au jour de la commande". Les autres documents de conditions générales de vente entre BB Lomé et ces distributeurs depuis cette date jusqu'en 2014 font référence à cette même mention.

134. Il ressort de la disposition précitée que les prix des produits de BB Lomé figurent sur une liste de prix. L'analyse de ces listes de prix conduit à constater que les prix des produits objet de l'enquête, à savoir la bière et les boissons gazeuses sucrées, sont fixés par cette entreprise à tous les stades de la distribution.

135. En effet, à travers des documents avec le timbre de la Brasserie BB LOME SA, intitulés " nouveaux tarifs à compter du ...", la Brasserie fixe les prix de l'ensemble des produits de sa marque. Ces prix sont TTC² et portent sur les trois catégories suivantes :

- le prix départ usine ;
- le prix de vente grossiste au détaillant ;
- le prix de vente consommateur conseillé.

136. Il ressort de ces listes de prix qu'au-delà des prix départ usine, la Brasserie BB Lomé fixe non seulement les prix de revente des grossistes mais également les prix de vente aux consommateurs ou prix détail. Si le caractère obligatoire du prix de revente des grossistes est clairement affirmé, le prix détail est, au terme de ces listes de prix, supposé être un prix conseillé.

137. Toutefois, l'analyse de ces listes de prix permet d'aboutir à la conclusion que les prix au détail sont également des prix à respecter. En effet, sur ces listes de prix, il est clairement indiqué que : " tous les détaillants et grossistes sont tenus de respecter l'application des prix homologués et l'information du consommateur par l'affichage obligatoire des prix conformément aux dispositions de l'article 3 de Loi 99-011".

² TTC : toute taxe comprise

138. Cette disposition permet de noter qu'aussi bien les prix des grossistes que ceux des détaillants sont fixés par la Brasserie BB Lomé.
139. Enfin, il convient de souligner que certaines de ces listes de prix des produits BB Lomé sont cosignées par le Directeur Général adjoint de cette entreprise et par le ministre chargé du Commerce. D'autres par contre, notamment celle du 10 mars 2014, plus récents, sont signées ; uniquement par les responsables de BB à savoir, le Directeur Commercial et le Directeur Général adjoint.
140. Selon les responsables de la société BB Lomé, cette méthode de fixation des prix est réalisée en application de la réglementation en vigueur. Il s'agit d'un système qui leur permet de faire homologuer les prix de leurs produits par l'Etat.
141. En tout état de cause, les investigations ont permis de relever que les prix de la bière et des boissons gazeuses sucrées produites par BB sont fixées, à tous les stades de la distribution, par cette entreprise sur la base d'une disposition réglementaire dont le contenu ne semblait pas assez précis pour l'ensemble des parties notamment pour l'Administration chargée des prix.

III.4.2 L'entente sur les prix

142. L'article 7 des conditions générales de vente, annexées aux contrats de distribution de boisson entre BB et ses distributeurs qui définissent les modalités de fixation des prix des produits de BB, mentionne que : " sauf conditions particulières expresses à une vente déterminée, les prix des produits vendus sont ceux figurant sur la liste des prix au jour de la commande".
143. Ces annexes faisant partie intégrante du contrat de distribution qui est un accord entre entreprises, l'on peut considérer que ces contrats, qui imposent des prix à tous les stades de la vente, semblent consacrer également une entente sur les prix entre BB et ses distributeurs.
144. Par ailleurs, les clauses de la charte de bonne conduite, document visé au titre des conditions d'agrément par BB, détermine les conditions tarifaires de revente des distributeurs aux détaillants suivants :
- **frais de distribution** : [];
 - **escompte** : [];
 - **escompte** : [].
145. Outre la référence à la charte de bonne conduite, les conditions d'agrément pour être distributeurs de BB font également mention de l'obligation d'être membre du GGDBT, ce qui constitue une reconnaissance explicite par la société BB Lomé, de cette organisation professionnelle.
146. Au vu de ce qui précède, il y a des indices d'accord de volonté entre deux partenaires commerciaux, à savoir la société BB Lomé et ses distributeurs agréés regroupés au sein d'une association, pour fixer les prix des produits à tous les stades de la vente. Les indices de cet accord étant perceptibles à travers les dispositions du contrat d'approvisionnement et la charte de bonne conduite.

IV. L'ANALYSE JURIDIQUE

147. La présente analyse juridique a pour objet de déterminer si les faits relevés sont compatibles avec les dispositions de l'article 88 (a) et (b) du Traité de l'UEMOA et des textes subséquents.
148. En outre, il s'agit de vérifier si les dispositions des contrats de distribution et leurs annexes, ainsi que celles de la charte de bonne conduite ne sont pas de nature à restreindre la concurrence sur le marché cible.

IV.1. Le droit applicable

149. Les articles 88, 89 et 90 du Traité et ses textes d'application notamment le Règlement n°02/2002/CM/UEMOA du 23 mai 2002, relatif aux pratiques anticoncurrentielles à l'intérieur de l'UEMOA et le Règlement n°03/2002/CM/UEMOA du 23 mai 2002, relatif aux procédures applicables aux ententes et abus de position dominante fixent les règles de concurrence applicables à l'intérieur de l'Union Economique et Monétaire Ouest Africaine (UEMOA).
150. Les faits constatés visent d'une part des pratiques unilatérales d'une entreprise en position dominante au moyen de limitation de l'accès au marché, d'imposition de prix de vente, de pratiques abusives et d'autre part, des ententes illicites entre entreprises. Ils ont un effet anticoncurrentiel sur le marché et un effet sur les partenaires de la BB Lomé.
151. Aux termes de l'article 4 du règlement n°02/2002/CM/UEMOA du 23 mai 2002, relatif aux pratiques anticoncurrentielles à l'intérieur de l'Union Economique et Monétaire Ouest Africaine, " est incompatible avec le marché commun et interdit, le fait pour une ou plusieurs entreprises d'exploiter de façon abusive une position dominante sur le marché commun ou dans une partie significative de celui-ci". Les pratiques abusives peuvent notamment consister à :
- imposer de façon directe ou indirecte des prix d'achat ou de vente ou d'autres conditions de transactions non équitables ;
 - limiter la production, les débouchés ou le développement technique au préjudice des consommateurs ;
 - appliquer à l'égard de partenaires commerciaux des conditions inégales à des prestations équivalentes, en leur infligeant de ce fait un désavantage dans la concurrence ;
 - subordonner la conclusion de contrats à l'acceptation par les partenaires, de prestations supplémentaires, qui par leur nature ou selon les usages commerciaux n'ont pas de lien avec l'objet de ces contrats.
152. Par ailleurs, certaines dispositions des contrats d'approvisionnement exclusifs et leurs annexes entre la BB Lomé et ses distributeurs, la charte de bonne conduite ainsi que les statuts et règlement intérieur du GGDBT pourraient être analysées à la lumière de l'article 3 du Règlement n°02/2002/CM/UEMOA du 23 mai 2002 qui énonce que « sont incompatibles avec le Marché Commun et interdits, tous accords entre entreprises, décisions d'associations d'entreprises et pratiques concertées entre entreprises, ayant pour objet ou pour effet de restreindre ou de fausser la concurrence à l'intérieur de l'Union, et notamment ceux qui consistent en :
- des accords limitant l'accès au marché ou le libre exercice de la concurrence par d'autres entreprises ;

- des accords visant à fixer directement ou indirectement le prix, à contrôler le prix de vente et de manière générale, à faire obstacle à la fixation des prix par le libre jeu du marché en favorisant artificiellement leur hausse ou leur baisse ; en particulier des accords entre entreprises à différents niveaux de production ou de distribution visant la fixation du prix de revente ;
- des répartitions des marchés ou des sources d'approvisionnement, en particulier des accords entre entreprises de production ou de distribution portant sur une protection territoriale absolue ;
- des limitations ou des contrôles de la production, des débouchés, du développement technique ou des investissements ;
- des discriminations entre partenaires commerciaux au moyen de conditions inégales pour des prestations équivalentes ;
- des subordinations de la conclusion des contrats à l'acceptation, par les partenaires, de prestations supplémentaires, qui, par leur nature ou selon les usages commerciaux, n'ont pas de lien avec l'objet de ces contrats.

153. Enfin, en raison de l'implication des autorités administratives dans la régulation du secteur d'activités, objet de l'enquête, les faits seront également analysés sous l'angle des pratiques anticoncurrentielles imputables aux Etats membres, conformément aux dispositions des articles 4 (a), 7 et 76 (c) du Traité modifié et de ses textes subséquents, notamment l'article 6.1 du Règlement n°02/2002/CM/UEMOA du 23 mai 2002.

IV.2 Nature, objet et effets des accords

154. Les contrats de distribution conclus par la Société BB Lomé avec les distributeurs agréés peuvent être qualifiés d'accords verticaux c'est-à-dire des accords passés entre des parties dont chacune opère à un niveau différent de la chaîne de production ou de distribution. Si le contexte de leur conclusion conduit à penser que ce sont des contrats d'adhésion, il n'en demeure pas moins que les conditions générales de vente et les engagements présentés sont acceptés explicitement ou tacitement par les revendeurs lors de la passation des commandes.
155. Ces contrats constituent en tant que tels, des conventions entre le fournisseur (le producteur) et les membres de son réseau de distribution, susceptibles d'affecter le jeu de la concurrence sur le marché en cause et d'entrer dans le champ d'application de l'interdiction.
156. Destiné à renforcer le courant d'affaires entre les parties, l'accord de distribution repose en général sur des engagements d'exclusivité et des limitations de la liberté commerciale du distributeur, ce qui peut affecter la concurrence.
157. Les clauses des contrats d'approvisionnement exclusif ou de distribution sélective des produits BB contiennent des dispositions susceptibles de restreindre la concurrence en ce qu'elles excluent les éventuelles entreprises productrices de bières et de boissons gazeuses, les importateurs et les autres distributeurs du circuit de commercialisation. De même, elles sont susceptibles de porter atteinte aux droits des clients de ces distributeurs à un choix large de produits.

Le droit communautaire de la concurrence accepte la distribution sélective et l'approvisionnement exclusif dans les accords verticaux dans la mesure où ils contribuent à améliorer la distribution des produits de façon générale. Dans le cas d'espèce, il n'a pas été établi lors des investigations, que ce système mis en place par la Société BB Lomé améliore la distribution des produits en cause. Il n'a pas été constaté non plus l'existence de justification technique de l'exclusivité, ni un bénéfice obtenu par les consommateurs.

158. Les ententes, qu'elles soient verticales (BB et ses distributeurs) ou horizontales (les distributeurs à travers leur organisation professionnelle) sont interdites par la législation communautaire de la concurrence.

IV.3 Nature, objet et effets des abus

159. La qualification des pratiques abusives conformément à l'article 4 du Règlement n°02/2002/CM/UEMOA du 23 mai 2002 suppose deux conditions cumulatives que sont la situation de position dominante de la société BB Lomé et la mise en œuvre des pratiques abusives.

IV.3.1 La position dominante de la BB

160. L'annexe 1 du Règlement n°03/2002/CM/UEMOA du 23 mai 2002 définit la position dominante comme " la situation où une entreprise a la capacité, sur le marché en cause de se soustraire à une concurrence effective, de s'affranchir des contraintes du marché en y jouant un rôle directeur".

161. L'existence d'une position dominante dépend de nombreux critères. Le critère le plus déterminant est la part de marché qu'occupe une entreprise sur le marché en cause. **Cette part se calcule en tenant compte des ventes réalisées par l'entreprise concernée et de celles réalisées par ses concurrents.** Toutefois, Il y aura lieu de prendre en considération des facteurs autres que la part de marché et notamment :

- L'existence de barrières à l'entrée : ces barrières peuvent résider dans des obstacles législatifs et réglementaires ou dans les caractéristiques propres au fonctionnement du marché en cause. Par exemple, peuvent constituer des barrières à l'entrée la complexité technologique propre au marché de produit, la difficulté d'obtenir les matières premières nécessaires ainsi que des pratiques restrictives des fournisseurs déjà établis ;
- l'intégration verticale ;
- la puissance financière de l'entreprise ou du groupe auquel elle appartient.

162. La position dominante de la société BB Lomé résulte du fait que la société BB Lomé occupe une place incontournable sur le marché de la bière et des boissons gazeuses sucrées au Togo du fait de sa situation monopolistique, de sa force de production, de l'importance de son réseau de distribution, de sa puissance financière ainsi que de la notoriété de ses marques.

163. En effet, les distributeurs sont face à un partenaire puissant à l'égard duquel ils sont en position de dépendance économique. Cette position de dépendance économique introduit un vice dans leur consentement à limiter leur comportement économique par la conclusion d'un contrat d'approvisionnement exclusif ou de distribution sélective auquel ils ont adhéré même si celui-ci comporte pour eux des engagements particulièrement contraignants.

164. Par ailleurs, sur l'hypothèse de l'existence d'une concurrence entre les produits de BB Lomé et les produits substituables en provenance de pays tiers (les importations), il convient de rappeler que les importations de bières et boissons sucrées gazeuses sont insignifiantes.

165. La position dominante en elle-même ne constitue pas un manquement car elle résulte du niveau de performance que toute entreprise doit chercher à atteindre. C'est plutôt l'abus de cette position à l'égard des concurrents qui est interdit par l'article 4 du Règlement

IV.3.2 Les pratiques abusives

IV.3.2.1 Les pratiques abusives sur les acteurs du secteur

166. En l'espèce, les pratiques mises en œuvre par la Société BB Lomé ont un effet sur le fonctionnement du marché et sur les acteurs du secteur. En effet, ces pratiques sont susceptibles de limitations de l'accès au marché, de fixation des prix de vente et d'éviction des concurrents.

➤ **La limitation de l'accès au marché au moyen de la distribution sélective et de l'approvisionnement exclusif.**

167. Les clauses du contrat d'approvisionnement exclusif ou de distribution sélective des produits BB Lomé, restreignent la concurrence en ce qu'elles excluent les autres entreprises productrices de bières et de boissons gazeuses, les importateurs et les autres distributeurs du circuit de commercialisation. De même elles portent atteinte aux droits des consommateurs à un choix large de produits.

168. Le droit communautaire de la concurrence admet la distribution sélective et l'approvisionnement exclusif dans les accords verticaux dans la mesure où ils contribuent à améliorer la distribution des produits de façon générale.

169. Dans le cas présent, il n'a pas été établi que le système mis en place par la Société BB Lomé améliore la distribution de la boisson. Il n'a pas été constaté l'existence de justification technique de l'exclusivité, ni un bénéfice obtenu par les consommateurs.

➤ **L'éviction de certains acteurs du marché par la distribution selon le porte à porte**

170. Le système de distribution de BB Lomé impose au grossiste ou distributeur agréé de la BB Lomé, d'effectuer la livraison au porte à porte chez les détaillants. Le mécanisme de contrôle des engagements en matière de distribution des produits de BB Lomé, permet de sanctionner les distributeurs qui ne s'y conforment pas (article 4 paragraphe 6 du contrat de 2006 qui stipule que le distributeur se prêtera à tout instant au contrôle de la BB destiné à "vérifier la bonne distribution porte à porte ou par précommande"). Il a pour conséquence l'éviction des semi grossistes du système de distribution et constitue une entrave à leur accès au marché.

➤ **La fixation des prix de vente**

171. La fixation des prix de revente empêche ou limite l'exercice de la concurrence et fausse ainsi le jeu normal du marché. Elle est, de ce fait, contraire aux règles de concurrence.

172. La fixation de prix des produits BB Lomé au niveau de tous les maillons de la chaîne de distribution, est susceptible de restreindre la concurrence.

173. Ces prix imposés sont globalement appliqués par l'ensemble des acteurs du circuit de distribution. Les services du ministère du commerce sont chargés du suivi de l'application de ces prix dans les points de vente en gros et au détail conformément aux dispositions de l'arrêté n° 001/MCIA/DCIC.

IV.3.2.2 Les pratiques abusives sur les distributeurs

174. Aux termes de l'article 4, les pratiques abusives peuvent consister à subordonner la conclusion de contrat à l'acceptation par les partenaires de prestations supplémentaires qui par leur nature ou selon les usages commerciaux n'ont pas de lien avec l'objet de ces contrats.
175. Un certain nombre de prestations qu'ils n'auraient pas acceptés si BB était en situation de concurrence effective avec un autre producteur sont imposées aux distributeurs. La position dominante de celle-ci lui permet d'obtenir des avantages dans les contrats au détriment de ses partenaires en position de dépendance pour plusieurs raisons :
- il n'existe pas une offre de boissons suffisante en dehors de celle de la BB Lomé qui permettrait aux distributeurs de changer de source d'approvisionnement ;
 - les marques produites par la BB Lomé sont de renommées internationales ;
 - ils réalisent une grande partie de leur chiffre d'affaires dans la commercialisation des produits de BB Lomé.
176. Ces pratiques portent notamment sur :
- l'imposition aux distributeurs, au démarrage du contrat, d'une quantité minimale fixe d'achat mensuel de produits BB Lomé ([] casiers) dans les différents contrats de distribution. Cette imposition dont le contrôle du respect est assuré par les services du producteur peut avoir pour conséquence la limitation des sources d'approvisionnement et de la diversification des activités ;
 - le maintien obligatoire d'un stock minimum fixe variant de [] casiers (article 4 paragraphe 4 du contrat 2006) à [] casiers (conditions d'agrément) peut occasionner des frais supplémentaires de gestion ;
 - la constitution d'un stock minimum de départ de [] casiers (liquide et emballages) à payer au comptant ;
 - l'obligation de réaliser une vente mensuelle moyenne supérieure ou égale à [] casiers/mois ;
 - l'obligation de disposer de [] points de vente supplémentaires par zone géographique ;
 - le contrôle sur les stocks minimum, la rotation des commandes, la bonne distribution porte à porte des distributeurs (article 4 du contrat de distribution 2014) restreignent la liberté des distributeurs dans l'exercice de leur commerce ;
 - les obligations de la société BB Lomé (article 5 du contrat de distribution 2006) sont en déséquilibre avec celles des distributeurs qui sont tenus à des obligations de résultats alors que la partie BB Lomé a des obligations de moyens ;
 - le fait que la continuité du fonds de commerce n'est pas acquise aux ayants droits alors qu'ils sont solidairement tenus au passif du distributeur décédé n'est pas équitable.
177. Les clauses indexées constituent des pratiques abusives en raison de leur caractère imposant de prestations excessives ou très contraignantes et sans contrepartie réelle dans les relations contractuelles entre la BB Lomé et ses distributeurs mais aussi les détaillants.
178. En somme, ces contrats de distributions et leurs annexes contiennent des clauses restrictives de concurrence, d'imposition de prix et des clauses abusives vis à vis des distributeurs.

IV.4 Les ententes anticoncurrentielles

179. Au terme de l'article 3 du règlement susvisé, « **Sont incompatibles avec le Marché Commun et interdits, tous accords entre entreprises, décisions d'associations d'entreprises et pratiques concertés entre entreprises ayant pour objet ou pour effets de restreindre ou de fausser le jeu de la concurrence à l'intérieur de l'Union**, et notamment ceux qui consiste en :

- des accords limitant l'accès au marché ou le libre exercice de la concurrence par d'autres entreprises ;
- des accords visant à fixer directement ou indirectement le prix, à contrôler le prix de vente, et de manière générale, à faire obstacle à la fixation des prix par le libre jeu du marché en favorisant artificiellement leur ou leur baisse ; en particulier des accords entre entreprises à différents niveaux production ou de distribution visant à la fixation ou au contrôle des prix dans les accords entre entreprises à différents niveaux du prix de revente ;
- des répartitions des marchés ou des sources d'approvisionnement (protection territoriale absolue ...)... ».

IV.4.1 La nature des accords de distribution

180. Les contrats de distribution conclus par BB Lomé avec les distributeurs agréés peuvent être qualifiés d'accords verticaux c'est-à-dire des accords passés entre des parties dont chacune opère à un niveau différent de la chaîne de production ou de distribution. Si le contexte de leurs conclusions conduit à penser que ce sont des contrats d'adhésion, il n'en demeure pas moins que les conditions générales de vente et les engagements présentés sont acceptés explicitement ou tacitement par les revendeurs lors de la passation des commandes. Ils constituent en tant que tels, des conventions entre le fournisseur et les membres de son réseau de distribution, susceptibles d'affecter le jeu de la concurrence sur le marché en cause et d'entrer dans le champ d'application de l'interdiction.

181. Destiné à renforcer le courant d'affaires entre les parties, l'accord de distribution repose en général sur des engagements d'exclusivité et des limitations de la liberté commerciale du distributeur, ce qui peut affecter la concurrence dans le secteur.

182. Au cours de l'enquête, les investigations ont permis de mettre en exergue des accords comprenant des clauses sur les prix et les conditions d'agrément. Elles sont susceptibles de restreindre la concurrence dans le secteur.

IV.4.2 La fixation des prix de revente

183. Comme mentionné dans le chapitre relatif aux pratiques abusives de BB Lomé, les accords entre cette entreprise et ses distributeurs agréés comportent des clauses permettant aux deux partenaires commerciaux de fixer directement ou indirectement le prix, de contrôler le prix de vente, et de manière générale, de faire obstacle à la fixation des prix par le libre jeu du marché en favorisant artificiellement leur hausse ou leur baisse.

184. Ces accords entre entreprises à différents niveaux de production ou de distribution visant à fixer ou à contrôler les prix de revente sont contraires à la législation communautaire de la concurrence.

IV. 5 La période de mise en œuvre de ces pratiques et la gravité des faits

185. Les pratiques en cause, conformément aux documents et informations collectées pendant l'enquête existent depuis 2006 et se poursuivent.

186. **Ainsi, les faits visés dans le cadre de cette procédure seront appréciés sur la période allant de 2006 à 2018, puisqu’ayant toujours cours.**

187. Par ailleurs, les pratiques incriminées ont, sans nul doute, affecté l'efficacité de la stratégie commerciale de plusieurs acteurs de la distribution de la bière et des boissons gazeuses sucrées.

IV. 6 Les Griefs notifiés

188. **Sur la base de qui précède, la Commission a notifié griefs suivants :**

❖ **à la Société Brasserie BB Lomé SA (BB Lomé),** entreprise en position dominante dans le secteur de la production et de la commercialisation des bières et boissons gazeuses au Togo :

1. **d’avoir exploité abusivement sur la période de 2006 à 2018, sa position dominante par le recours aux pratiques suivantes :**

- **limitation de l’accès au marché au moyen de la distribution sélective et de l’approvisionnement exclusif** par l'imposition dans les contrats de distribution, de clauses d'approvisionnement exclusif ou de distribution sélective des produits BB Lomé ;
- **évicton de certains acteurs du marché par la mise en place d'un mécanisme de distribution selon le système dit de porte à porte** destiné à évincer une catégorie d'acteurs notamment les semi grossistes du circuit de distribution et de limiter en conséquence leur accès au marché ;
- **imposition du prix de vente** par l'instauration d'un système de fixation de prix des produits BB à tous les stades de la distribution, renforcé par des mesures administratives visant à contraindre tous les distributeurs à respecter les prix de revente ;
- **subordination de la conclusion des contrats à l'acceptation par les partenaires de prestations supplémentaires qui par leur nature ou selon les usages commerciaux n’ont pas de lien avec l’objet de ces contrats.** Cette pratique se manifeste notamment par l'imposition d’un stock minimum, l'obligation de réaliser une vente minimale mensuelle ou de ne disposer de points de vente supplémentaires par zone géographique, le contrôle des stocks, la rotation des commandes et l'absence de garantie pour les ayants droits sur la continuité du fonds de commerce alors qu'ils sont solidairement tenus au passif du distributeur décédé.

189. Ces pratiques ayant un objet et un effet anticoncurrentiel se trouvent être prohibées par les dispositions de l’article 4 du Règlement n°02/2002/CM/UEMOA du 23 mai 2002, relatif aux pratiques anticoncurrentielles à l’intérieur de l’UEMOA.

2. **d'avoir initié, conclu et/ou mis en œuvre avec ses distributeurs agréés sur la période de 2006 à 2018 des ententes verticales consistant en :**

- des accords limitant l’accès au marché ou le libre exercice de la concurrence par d’autres entreprises par l'instauration et la mise en œuvre d'un contrat de distribution sélective et une charte de bonne conduite contenant des clauses destinées à

restreindre l'accès au marché de la production et de la distribution de la bière et des boissons gazeuses au Togo. Les clauses restrictives de concurrence ressortant de ces contrats portent notamment sur l'imposition d'un stock minimum, l'obligation de réaliser une vente mensuelle ou de ne disposer de points de vente supplémentaires par zone géographique, le contrôle des stocks et la rotation des commandes ;

- des accords visant à fixer directement ou indirectement le prix, à contrôler le prix de revente et de manière générale, à faire obstacle à la fixation des prix par le libre jeu du marché à travers la conclusion, avec ses distributeurs agréés, d'accords destinés à réguler les prix de revente des produits, consacrant de ce fait une entente sur les prix entre BB Lomé et ses distributeurs.

190. Ces dispositions ayant un objet et un effet anticoncurrentiel se trouvent être prohibées par les dispositions de l'article 3 du Règlement n°02/2002/CM/UEMOA du 23 mai 2002, relatif aux pratiques anticoncurrentielles à l'intérieur de l'UEMOA.

❖ **A tous les Distributeurs Agréés de la Société Brasserie BB Lomé SA (BB Lomé)**, pris individuellement et à leur association **GGDBT**, pour avoir mis en œuvre avec BB Lomé, sur la période de 2006 à 2018 des ententes verticales consistant en :

- des accords limitant l'accès au marché ou le libre exercice de la concurrence par d'autres entreprises par la mise en œuvre d'une charte de bonne conduite avec des clauses destinées à restreindre l'accès au marché de la production et de la distribution de la bière et des boissons gazeuses au Togo notamment celle relative à l'obligation d'être membre de leur organisation professionnelle pour être distributeur de la BB Lomé ;
- des accords visant à fixer directement ou indirectement le prix, à contrôler le prix de revente et de manière générale, à faire obstacle à la fixation des prix par le libre jeu du marché matérialisé par les clauses de la charte de bonne conduite fixant des tarifs de revente des distributeurs aux détaillants.

191. Ces dispositions ayant un objet et un effet anticoncurrentiel se trouvent être prohibées par les dispositions de l'article 3 du Règlement n°02/2002/CM/UEMOA du 23 mai 2002, relatif aux pratiques anticoncurrentielles à l'intérieur de l'UEMOA.

IV.7 Les arguments des parties

➤ Sur les vices de procédure

192. **Concernant la durée des pratiques en cause**, la Société BB Lomé considère que le seul contrat sur lequel la Commission pourrait valablement s'appuyer pour caractériser d'éventuelles pratiques anticoncurrentielles est le contrat de distribution de 2014, dès lors que le contrat de 2006 a été analysé et validé par les services du Ministère du commerce dans le cadre de l'enquête qui a eu lieu en 2011.

193. En outre, elle souligne que la Communication de griefs et les pièces du dossier ne permettent pas d'affirmer, et a fortiori de démontrer, que les pratiques alléguées auraient « toujours cours » et que les dispositions en vigueur prévoient un régime de prescription absolue, au-delà d'un délai de 10 ans, au terme duquel la Commission de l'UEMOA ne peut plus prononcer de sanction.

194. Enfin, la société BB Lomé affirme **qu'aucune démonstration n'est apportée dans la communication de griefs concernant la poursuite alléguée des pratiques après 2018 (voire après 2014) et que la période visée par les griefs devrait se limiter à la seule année 2014.**
195. La Commission note que le rapport d'enquête, élaboré par des enquêteurs du Ministère du Commerce, dans le cadre d'un examen préliminaire sur un secteur d'activités n'était pas susceptible, d'engager la responsabilité de ce département ministériel. Mieux, les clauses contenues dans le contrat de distribution version 2006, ont été reprises dans les versions postérieures au contrat de 2006, notamment le contrat de 2014 ce qui dénote du caractère continu desdites clauses.
196. Enfin, la Commission ayant signifié dans sa communication de griefs que les pratiques en cause ayant toujours cours, en raison du caractère continu de celles-ci, à travers les dispositions des différents contrats de distribution dont celui de 2014, toujours en vigueur au moment de cette notification, il appartenait à BB Lomé d'apporter des éléments attestant de cette cessation.
197. **Aussi, la Commission a-t-elle considéré l'ensemble des arguments de BB Lomé sur la durée des pratiques comme étant inopérants.**
- **sur l'inapplicabilité des règles du droit de la concurrence au marché de la brasserie au Togo du fait de sa régulation**
198. La société BB Lomé affirme que les marchés de la brasserie et des boissons gazeuses au Togo sont régulés de telle sorte que les règles du droit de la concurrence ne leur sont pas applicables. Elle précise que l'Etat du Togo a fait le choix politique de réguler le marché de la production et de la vente de bières et de boissons gazeuses. Cette régulation porte aussi bien sur les prix que sur l'organisation de la distribution des produits.
199. Elle estime en outre, que sur la base de la loi 99-011 précitée, la République togolaise s'est donné la possibilité de réglementer les prix dans les secteurs d'activité économique ou dans les localités du territoire, "**lorsque la concurrence par les prix est limitée en raison de l'existence d'un monopole ou de difficultés durables d'approvisionnement. Les conditions de cette régulation des prix doivent être fixées par décret en Conseil des Ministres**".
200. L'Arrêté n° 001/MCIA/DCIC du 03 janvier 2007, pris en application de cette loi, a précisé les conditions de fixation des prix ainsi que les modalités de distribution des produits de BB Lomé.
201. En effet, aux termes des dispositions de cet arrêté, les prix des produits de la société BB Lomé ainsi que les circuits de distribution des produits fabriqués par celle-ci sont déterminés par ladite société.
202. Par conséquent, la société BB Lomé considère que les règles relatives à la prohibition des ententes et des abus de position n'ont pas vocation à s'appliquer sauf à démontrer que ce cadre légal ne serait pas conforme à d'autres normes de droit. Il en va du respect du principe de confiance légitime et sécurité juridique.
203. La Commission relève que conformément aux dispositions du Traité de l'UEMOA, les **règles du droit communautaires de la concurrence sont destinées à s'appliquer à l'ensemble**

des entreprises de l'Union, peu importe leur statut d'entreprise publique ou privée ainsi que du caractère régulé ou non du marché en cause.

➤ **Sur les griefs relatifs aux ententes anticoncurrentielles et à l'abus de position dominante**

204. Les arguments développés aux paragraphes précédents, relatifs à l'inapplicabilité des règles de prohibition des ententes et des abus de position au marché en cause ont été repris par la société BB Lomé pour justifier l'impossibilité pour la Commission de la sanctionner pour lesdites pratiques. Ces arguments ont également été repris par les distributeurs agréés la société BB Lomé pris individuellement et par leur association, le GGDBT
205. A cet effet, il convient de prime abord de souligner que certes, l'action de la Commission, en matière de concurrence, ne consiste pas à imputer à une entreprise, la responsabilité d'un acte administratif pris par les autorités d'un Etat membre même si cet acte est de nature à restreindre le libre jeu de la concurrence. Toutefois, sur la base de ses missions en matière de concurrence, telles que rappelées au paragraphe 209, la Commission est tenue d'apprécier le caractère pro ou anticoncurrentiel du comportement des entreprises en cause dans le cadre de la mise en œuvre de tels actes ou mesures.
206. En l'espèce, l'arrêté n° 001/MCIA/DCIC du 03 janvier 2007, institue un mécanisme de régulation des prix et d'organisation de la distribution des produits de la société BB Lomé. La mise en œuvre de ce mécanisme implique effectivement, pour les différents acteurs du marché, des accords visant la régulation des prix ainsi que les circuits de distribution.
207. Sur cette base, la Commission considère que certaines dispositions de l'accord entre la société BB Lomé et ses distributeurs s'insèrent dans le contexte économique et juridique de l'arrêté n° 001/MCIA/DCIC du 03 janvier 2007. Nonobstant leur impact sur le jeu de la concurrence, elles ont été mises en œuvre en application du cadre de la réglementation nationale destinée à réguler les prix et les conditions de distribution de la bière et des gazeuses au Togo.
208. Par contre, d'autres dispositions de ces accords n'ont pas de lien avec l'arrêté n° 001/MCIA/DCIC du 03 janvier 2007. Il s'agit notamment de celles par lesquelles la société BB Lomé impose à ses partenaires, des prestations excessives ou très contraignantes et sans contreparties réelle dans leurs relations contractuelles.
209. En effet, la société BB Lomé, subordonne la conclusion des contrats de distribution à l'acceptation par ses partenaires de prestations supplémentaires qui par leur nature ou selon les usages commerciaux n'ont pas de lien avec l'objet de ces contrats.
210. Cette pratique se manifeste notamment par l'imposition d'un stock minimum, l'obligation de réaliser une vente minimale mensuelle ou de ne disposer de points de vente supplémentaires par zone géographique, le contrôle des stocks ainsi que la rotation des commandes.
211. On constate également l'absence de garantie pour les ayants droits sur la continuité du fonds de commerce alors qu'ils sont solidairement tenus au passif du distributeur décédé.
212. Ces dispositions contractuelles limitent la liberté des distributeurs de la société BB Lomé. Les partenaires n'auraient pas accepté ces obligations si la société BB Lomé était en situation de concurrence effective avec un autre producteur. La position dominante de celle-ci lui permet d'obtenir des avantages dans les contrats au détriment de ses partenaires en position de

dépendance. Ces dispositions contractuelles sont donc abusives et restrictives de concurrence.

213. Au total, sur la base de ce qui tout précède, la Commission considère finalement que les dispositions des contrats entre la société BB Lomé et ses distributeurs ne se sont constitutives d'ententes anticoncurrentielles au sens des dispositions de l'article 3 du Règlement n°02/2002/CM/UEMOA du 23 mai 2002. **Le grief d'ententes verticales n'est donc pas pertinent.**
112. Elle considère toutefois, que certaines dispositions de ces contrats sont constitutives d'abus de position dominante de la société BB Lomé, au sens des dispositions de l'article 4 du Règlement n°02/2002/CM/UEMOA du 23 mai 2002. **Les griefs d'abus de position dominante de la société BB Lomé sont fondés** en raison de la subordination de la conclusion des contrats à l'acceptation par les partenaires de prestations supplémentaires qui par leur nature ou selon les usages commerciaux n'ont pas de lien avec l'objet de ces contrats, sont fondées.
214. La Commission relève enfin, que la mesure de régulation du marché des produits en cause, par les autorités togolaises à travers l'arrêté n° 001/MCIA/DCIC du 03 janvier 2007 précité, est de nature à restreindre la concurrence sur ledit marché. Cette mesure qui est contraire aux règles et principes prévus aux articles 4 (a), 7 et 76 (c) du Traité modifié et de ses textes subséquents, est constitutive de pratiques anticoncurrentielles imputables à l'Etat togolais, conformément aux dispositions de l'article 6.1 du Règlement n°02/2002/CM/UEMOA du 23 mai 2002.

V- SUR LA BASE DES CONSTATATIONS QUI PRECEDENT,

LA COMMISSION :

113. Considérant la position dominante de la société BB Lomé sur le marché en cause ;
114. Considérant que les pratiques abusives de la société BB Lomé, caractérisées par la subordination de la conclusion des contrats à l'acceptation par les partenaires de prestations supplémentaires qui par leur nature ou selon les usages commerciaux n'ont pas de lien avec l'objet de ces contrats, sont fondées ;
115. Considérant que ces pratiques sont contraires aux dispositions de l'article 88 (b) du Traité de l'UEMOA et à l'article 4 du Règlement n°02/2002/CM /UEMOA du 23 mai 2002 ;
116. Considérant qu'aux termes de l'article 22.2 du Règlement n°03/2002/CM /UEMOA du 23 mai 2002, « La Commission peut, par voie de Décision, infliger aux entreprises et associations d'entreprises des amendes de 500.000 F CFA à 100.000.000 F CFA, ce dernier montant pouvant être porté à dix pour cent du chiffre d'affaires réalisé au cours de l'exercice social précédent par chacune des entreprises ayant participé à l'infraction ou dix pour cent des actifs de ces entreprises, lorsque, de propos délibéré ou par négligence :
- a. elles commettent une infraction aux dispositions de l'article 88 (a), ou de l'article 88 (b) du Traité ;
 - b. elles contreviennent à une charge imposée en vertu de l'article 7, paragraphe 3, alinéa (a) du présent Règlement... ».

117. Considérant que, pour déterminer le montant de l'amende, il y a lieu de prendre en considération, outre la gravité de l'infraction, la durée de celle-ci ;
118. Considérant que l'importance du dommage causé à l'économie doit s'apprécier compte tenu de la nature et de l'étendue (temporelle et géographique) des pratiques, mais également de la position monopolistique puis de dominance détenue par la société BB Lomé sur le marché en cause ;
119. Considérant en outre que, conformément à la pratique décisionnelle il n'est pas nécessaire de démontrer que le comportement abusif de l'entreprise en position dominante a eu un effet anticoncurrentiel concret sur les marchés concernés, mais seulement qu'il tend à restreindre la concurrence ou qu'il est de nature à ou susceptible d'avoir un tel effet ;
120. Considérant que les pratiques ont été mises en œuvre par une entreprise en position dominante, sur qui pesait une responsabilité de veiller au bon fonctionnement du marché en cause ;
121. Considérant que la période de 2006 à 2018 a été retenue comme période de référence au cours de laquelle les pratiques incriminées ont été mises en œuvre.
122. Considérant cependant qu'il y a lieu de tenir compte du contexte économique et juridique dans lequel se sont réalisées les pratiques incriminées notamment la régulation du marché à travers les dispositions de l'arrêté n° 001/MCIA/DCIC du 03 janvier 2007 ;
123. Considérant qu'il y'a toutefois lieu, nonobstant ces circonstances atténuantes, d'infliger une sanction pécuniaire d'un montant de 30.000.000 de FCFA pour les pratiques abusives constituées ;
215. Considérant par ailleurs, que les griefs d'ententes notifiés à la Société Brasserie BB Lomé SA (BB Lomé), à tous ses Distributeurs Agréés, pris individuellement et à leur association GGDBT ne sont pas fondés.
216. Considérant enfin que la mesure de régulation du marché des produits en cause par les autorités togolaises à travers l'arrêté n° 001/MCIA/DCIC du 03 janvier 2007 précité, est de nature à restreindre la concurrence sur ledit marché notamment dans un contexte d'installation d'une nouvelle entreprise de production.
217. Considérant sur cette base, que les dispositions de l'arrêté n° 001/MCIA/DCIC du 03 janvier 2007 sont contraires aux règles et principes prévus aux articles 4 (a), 7 et 76 (c) du Traité modifié et de ses textes subséquents ;
218. Considérant également que cette mesure est constitutive de pratiques anticoncurrentielles imputables à l'Etat togolais, conformément aux dispositions de l'article 6.1 du Règlement n°02/2002/CM/UEMOA du 23 mai 2002 et qu'il y a donc lieu de demander aux autorités togolaises d'abroger ledit arrêté.

DECIDE

Article premier : Il est établi que la Société Brasserie BB Lomé SA (BB Lomé) a enfreint les dispositions de l'article 88 (b) du Traité de l'UEMOA et ses textes d'application, au titre du grief d'abus de position dominante par la **subordination de la**

conclusion des contrats à l'acceptation par les partenaires de prestations supplémentaires qui par leur nature ou selon les usages commerciaux n'ont pas de lien avec l'objet de ces contrats.

- Article 2 :** Il est infligé à la Société Brasserie BB Lomé SA (BB Lomé) une sanction pécuniaire d'un montant de 30.000.000 de FCFA.
- Article 3 :** Les griefs d'ententes anticoncurrentielles notifiés à la Société Brasserie BB Lomé SA (BB Lomé), à ses distributeurs agréés, pris individuellement, ainsi qu'à leur association dénommée Groupement des Grossistes Distributeurs des Boissons alimentaires du Togo (GGDBT) ne sont pas établis.
- Article 4 :** Les dispositions de l'arrêté n° 001/MCIA/DCIC du 03 janvier 2007, sont contraires aux dispositions de l'article 6.1 du Règlement n°02/2002/CM/UEMOA du 23 mai 2002 relatif aux pratiques anticoncurrentielles à l'intérieur de l'UEMOA et constituent des pratiques anticoncurrentielles imputables à l'Etat togolais.
- Article 5 :** La Commission demande à l'Etat togolais de prendre les mesures nécessaires pour l'abrogation de l'arrêté n° 001/MCIA/DCIC du 03 janvier 2007.
- Article 6 :** L'Etat togolais communique à la Commission, dans un délai de (03) mois, à compter de la date de notification de la présente décision, les mesures d'abrogation de l'arrêté n° 001/MCIA/DCIC du 03 janvier 2007.
- Article 7 :** Les autorités compétentes du Togo, la Brasserie BB Lomé, les distributeurs agréés de la Brasserie BB Lomé ainsi que le Groupement des Grossistes Distributeurs de Boissons du Togo (G.G.D.B.T) sont destinataires de la présente décision.
- Article 8 :** En application de l'article 29 du Règlement n°03/2002/CM/UEMOA du 23 mai 2002, relatif aux procédures applicables aux ententes et abus de position dominante à l'intérieur de l'UEMOA, le résumé de la présente décision fera l'objet de publication par la Commission.
- Article 9 :** La présente Décision qui entre en vigueur à compter de sa date de signature, sera publiée au Bulletin Officiel de l'Union.

Fait à Ouagadougou, le 05 mai 2023

Pour la Commission,
Le Président

Abdoulaye DIOP

**DECISION N°06/2023/COM/UEMOA
RELATIVE A DES PRATIQUES DANS LE SECTEUR DE LA DISTRIBUTION DES
DISPOSITIFS MEDICAUX AU BURKINA FASO**

**La Commission de l'Union Economique et Monétaire
Ouest Africaine**

- VU** le Traité modifié de l'Union Economique et Monétaire Ouest-Africaine (UEMOA) ;
- VU** l'Acte Additionnel n°02/2021/CCEG/UEMOA du 14 avril 2021 portant nomination des Membres de la Commission de l'UEMOA ;
- VU** l'Acte Additionnel n°03/2021/CCEG/UEMOA du 14 avril 2021 portant nomination du Président de la Commission de l'UEMOA ;
- VU** le Règlement n°02/2002/CM/UEMOA du 23 mai 2002 relatif aux pratiques anticoncurrentielles à l'intérieur de l'Union Economique et Monétaire Ouest Africaine ;
- VU** le Règlement n°03/2002/CM/UEMOA du 23 mai 2002 relatif aux procédures applicables aux ententes et abus de position à l'intérieur de l'Union Economique et Monétaire Ouest Africaine ;
- VU** le Règlement n°04/2002/CM/UEMOA du 23 mai 2002 relatif aux aides d'Etat à l'intérieur de l'Union Economique et Monétaire Ouest Africaine et aux modalités d'application de l'article 88 (c) du Traité ;
- VU** le Règlement n°01/2018/CM/UEMOA du 23 mars 2018 portant Règlement Financier des Organes de l'Union Economique et Monétaire Ouest-Africaine ;
- Prenant en compte** les conclusions du rapport d'enquête préliminaire de concurrence dans le secteur de la distribution de produits pharmaceutiques au Burkina Faso élaboré et transmis par la Commission Nationale de la Concurrence et de la Consommation par lettre n°20-015/CNCC/P du 11 mai 2020 ;
- Prenant en compte** les observations et informations transmises par le Syndicat des Pharmaciens du Burkina Faso par lettre en date du 23 juin 2020 ;
- Prenant en compte** les informations complémentaires transmises par la Commission Nationale de la Concurrence et de la Consommation par lettre n°20-018/CNCC/P du 03 juillet 2020 ;
- Considérant** l'avis n° 02/2020/CCC/UEMOA du 17 décembre 2020 du Comité Consultatif de la Concurrence relatif au projet de Décision portant sur des pratiques anticoncurrentielles dans le secteur de la distribution de dispositifs médicaux au Burkina Faso ;

Prenant en compte les autres pièces du dossier ;

Considérant les délibérations du Collège des Commissaires en date du 23 mars 2023 ;

Considérant ce qui suit :

I. Contexte et procédure

1. Par lettre n°20-015/CNCC/P du 11 mai 2020, la Commission Nationale de la Concurrence et de la Consommation (CNCC) du Burkina Faso a communiqué, à la Commission de l'UEMOA, un rapport d'enquête préliminaire de concurrence dans le secteur de la distribution de produits pharmaceutiques au Burkina Faso, à savoir les gels, solutions hydroalcooliques et les masques de protection respiratoire.
2. Cette enquête avait pour objectif de détecter, aux fins de poursuite par les instances habilitées, les pratiques susceptibles de porter atteinte au libre jeu de la concurrence et aux intérêts des consommateurs dans ledit secteur. Elle s'inscrit dans un contexte marqué par la propagation de la pandémie de la COVID-19 avec d'énormes risques de spéculations et de pratiques diverses pouvant nuire aux intérêts des consommateurs et à la concurrence.
3. En effet, en vue de lutter contre la hausse des prix de certains produits pendant la période de lutte contre cette pandémie, les autorités du Burkina Faso ont pris plusieurs mesures dont un acte réglementaire destiné à réguler le prix des gels et solutions hydroalcooliques et des masques de protection, produits intervenant dans la prévention de la maladie de la COVID-19.
4. Ainsi, en application de la loi régissant la concurrence¹, le Ministre du Commerce, de l'Industrie et de l'Artisanat (MCIA) du Burkina Faso a, par arrêté n°2020-0119/MCIA/SG du 25 mars 2020², fixé les prix plafonds (maximums) de vente au détail des gels et solutions hydroalcooliques et des masques de protection. Cette mesure visait à assurer une plus grande accessibilité desdits produits au grand public et surtout de juguler l'inflation des prix de ces produits qui ont connu une hausse excessive pouvant aller pour certains jusqu'à 150%.
5. Dans le cadre du suivi de la mise en œuvre de cette disposition réglementaire, la CNCC dénonce les pratiques de certains acteurs du secteur. En effet, elle considère que les entreprises de distribution des produits pharmaceutiques, à travers leur syndicat professionnel, dénommé Syndicat des Pharmaciens du Burkina Faso, ont mis en œuvre des pratiques assimilables à des ententes anticoncurrentielles visant notamment à suspendre la distribution des produits en cause.
6. Aussi, en application des dispositions de la Directive n°02/2002/CM/UEMOA³, la CNCC a-t-elle transmis à la Commission de l'UEMOA, en vue d'un examen approfondi, un rapport décrivant sommairement lesdites pratiques.

¹ Loi n°016-2017/AN du 27 avril 2017 portant organisation de la concurrence au Burkina Faso

² Arrêté n°2020-0119/MCIA/SG du 25 mars 2020 fixant les prix plafonds des gels et solutions hydroalcooliques et des masques de protection respiratoire au Burkina Faso

³ Directive n° 02/2002/cm/UEMOA relative à la coopération entre la Commission et les structures nationales de concurrence des Etats membres pour l'application des articles 88, 89 et 90 du Traité de l'UEMOA

7. La Commission a accusé réception dudit rapport par lettre n°02753-2020/DMRC/DCONC du 05 juin 2020 et par le même courrier, a sollicité des informations complémentaires. Les informations sollicitées ont été transmises par lettre n°20-018/CNCC/P du 03 juillet 2020.
8. En outre, conformément au principe du contradictoire, la Commission a informé le Syndicat des Pharmaciens du Burkina Faso de la procédure en cours par lettre n°02752-2020/DMRC/DCONC du 05 juin 2020 et a sollicité des informations et documents dont la liste a été précisée. Ces informations et documents ont été transmis à la Commission par lettre en date du 23 juin 2020.
9. L'examen de la présente affaire par la Commission a donc été réalisé sur la base des informations et documents transmis par les parties.

II- SECTEUR D'ACTIVITE

II.1 Les acteurs du secteur

10. Les structures qui œuvrent à la mise en œuvre de la politique du Burkina Faso en matière d'accès à des produits pharmaceutiques de qualité et à un coût acceptable sont diverses et se composent aussi bien de structures publiques que privées.
11. En premier lieu le ministère de la santé qui joue un rôle capital dans la mise en œuvre de la politique de santé au Burkina Faso.
12. Ensuite, la Centrale d'Achat des Médicaments Essentiels Génériques (CAMEG) qui intervient dans le processus d'approvisionnement du pays en produits pharmaceutiques et consommables médicaux.
13. Enfin, il est important de relever le rôle des entreprises privées de distribution des produits pharmaceutiques et consommables médicaux (entreprises productrices et importatrices, officines pharmaceutiques, etc.). Pour le cas spécifique des pharmaciens exerçant régulièrement au Burkina Faso, il est créé en leur sein une association professionnelle sous le nom de « Syndicat des Pharmaciens du Burkina Faso ».
14. Outre ces acteurs, il convient de noter l'apport non négligeable de certaines structures dans la mise en œuvre de la politique de santé du Burkina Faso. Il s'agit du Laboratoire National de Santé Publique, des Centres Hospitaliers Universitaires (CHU) et des Centres Hospitaliers Régionaux (CHR), du Centre National de Transfusion Sanguine (CNTS), des Districts sanitaires et des Comités d'Ethique pour la Recherche en Santé (CERS).

II.2 Le marché pertinent

15. Aux termes de l'Annexe n°1 au Règlement n°03/2002/CM/UEMOA, relatif aux procédures applicables aux ententes et abus de position dominante à l'intérieur de l'Union Economique et Monétaire Ouest Africaine, le " marché en cause " est le résultat de la combinaison entre "le marché des produits dont il est question " et "le marché géographique concerné.

16. La présente procédure porte sur les gels et solutions hydroalcooliques, les masques de protection entrant dans le cadre de la lutte contre la propagation de la pandémie de la COVID 19 ainsi que tous les produits que le consommateur considère comme interchangeables ou substituables en raison de leurs caractéristiques, de leurs prix et de l'usage auxquels ils sont destinés.
17. Ainsi, l'appréciation du marché pertinent se fera sous l'angle des délimitations matérielle et géographique.

➤ **Le marché de produit**

18. La délimitation matérielle ou marché de produit en cause comprend tous les produits et/ou services que le consommateur considère comme interchangeables ou substituables en raison de leurs caractéristiques, de leurs prix et de l'usage auxquels ils sont destinés. Les facteurs considérés comme déterminants dans l'identification de ce marché sont les suivants :
 - le degré de similitude physique entre les produits et/ou services en question ;
 - toute différence dans l'usage final qui est fait des produits ;
 - les écarts de prix entre deux produits ;
 - le coût occasionné par le passage d'un produit à un autre s'il s'agit de deux produits potentiellement concurrents ;
 - les préférences établies ou ancrées des consommateurs pour un type ou une catégorie de produits ;
 - les classifications de produits (nomenclature des associations professionnelles).
19. En l'espèce, les pratiques relevées sont relatives au marché de la distribution des dispositifs médicaux utilisés en prévention de la COVID 19. Ainsi, on retiendra notamment comme marché des produits celui dont le prix est réglementé par l'arrêté n°2020-0119/MCIA/SG du 25 mars 2020, à savoir des gels et solutions hydro alcooliques et des masques de protection.

➤ **Le marché géographique**

20. Le marché géographique correspond quant à lui au territoire sur lequel les entreprises concernées contribuent à l'offre de produits et de services, qui présente des conditions de concurrence suffisamment homogènes et qui peut être distingué des territoires limitrophes par le fait notamment que les conditions de concurrence y sont sensiblement différentes. Les facteurs considérés comme déterminants sont les suivants :
 - la nature et les caractéristiques des produits ou des services concernés;
 - l'existence de barrières à l'entrée ;
 - les préférences des consommateurs ;
 - des différences appréciables de parts de marché ou des écarts de prix substantiels ;
 - les coûts de transport.
21. **De ce point de vue, le marché en cause est délimité par le territoire du Burkina Faso sur lequel l'arrêté n°2020-0119/MCIA/SG du 25 mars 2020 est applicable. Il constitue bien une partie significative du marché commun, selon les termes de l'Annexe n° 1 au Règlement n°03/2002/CM/UEMOA précité, ce qui fonde la compétence de la Commission de l'UEMOA.**

III- LES FAITS

22. Dans son rapport d'enquête, la Commission Nationale de la Concurrence et de la Consommation du Burkina Faso dénonce des mesures prises par le Syndicat des Pharmaciens du Burkina Faso à travers des recommandations formulées à ses membres.
23. Pour la CNCC, ces mesures visaient à suspendre la distribution au public des gels, des solutions hydroalcooliques et des masques de protection dont les prix sont réglementés par un arrêté ministériel et sont de ce fait assimilables à des ententes anticoncurrentielles.
24. Elle soutient que par lettre en date du 31 mars 2020 dont l'objet est intitulé « Disposition de pratique », le Président du Syndicat des Pharmaciens du Burkina Faso, invitait tous les pharmaciens distributeurs et tous les pharmaciens d'officine à suspendre toute distribution au public des produits dont le prix est réglementé par l'arrêté ci-dessus cité en ces termes : « *Faisant suite à l'Arrêté 2020/0019/MCIA/SG fixant les prix plafond des gels et solutions hydroalcooliques et des masques de protection respiratoire au Burkina Faso du ministère du commerce, nous avons demandé par courrier daté du 27 mars 2020 au ministre du commerce la liste des fournisseurs agréés de ces dits produits auprès desquels les officines pharmaceutiques pourront s'adresser dans le cadre de leur approvisionnement.*
Dans l'attente de la liste agréée de fournisseurs du ministère du commerce, vous êtes priés de suspendre toute distribution au public de ces produits. [...] ».
25. En outre, par lettre du 09 avril 2020 ayant pour objet : « distribution des produits de l'arrêté n°2020-0119/MCIA/SG fixant les prix plafonds des gels et solutions hydroalcooliques et des masques de protection respiratoire au Burkina Faso », le Président dudit syndicat rendait compte aux syndiqués en ces termes : « *Suite au courrier que nous avons adressé au ministre du commerce, de l'industrie et de l'artisanat, lui demandant de nous fournir une liste de distributeurs auprès desquels nous pourrions nous approvisionner ; une rencontre a été initiée par Monsieur le Secrétaire général dudit ministère le mardi 07 avril 2020. Au cours de la rencontre, le ministère du commerce nous a fait savoir qu'il ne dispose pas de liste de distributeurs agréés à nous transmettre, et qu'il ne relève pas de leur prérogative de le faire. De plus, les discussions ne nous ont pas permis de parvenir à un terrain d'entente. Par conséquent, il appartient donc à chaque pharmacien d'agir en toute conscience face à la situation. Cependant, nous vous recommandons fortement de vous abstenir de toute distribution de ces produits lorsque les prix de cession au public ne permettent pas de respecter l'arrêté ministériel... ».*

IV. ANALYSE JURIDIQUE

26. L'analyse et la qualification juridique de la pratique dénoncée se feront suivant les dispositions pertinentes de l'article 88 (a) du Traité de l'UEMOA et de ses textes subséquents, notamment le Règlement n°02/2002/CM/UEMOA du 23 mai 2002, relatif aux pratiques anticoncurrentielles à l'intérieur de l'UEMOA en son article 3 concernant les ententes anticoncurrentielles et le Règlement n°03/2002/CM/UEMOA du 23 mai 2002, relatif aux procédures applicables aux ententes et abus de position dominante à l'intérieur de l'UEMOA.

IV.1 Le cadre juridique

27. L'entente anticoncurrentielle est un accord ou une action concertée qui a pour objet ou peut avoir pour effet d'empêcher, de restreindre ou de fausser le jeu de la concurrence sur un marché de produits ou de services déterminé. Sont interdits, tout accord entre entreprises, décisions d'associations d'entreprises et pratiques concertées, ayant pour objet ou pour effet de restreindre ou de fausser le jeu de la concurrence.
28. Du point de vue des règles, l'article 88 (a) du Traité dispose que « Un an après l'entrée en vigueur du présent Traité, sont interdit de plein droit : **« Les accords, associations et pratiques concertées entre entreprises, ayant pour objet ou pour effet de restreindre la concurrence ou de fausser le jeu de la concurrence à l'intérieur de l'Union »** »
29. De même, l'article 3 du Règlement n°02/2002/CM/UEMOA du 23 mai 2002 cité supra précise que : « *sont incompatibles avec le Marché Commun et interdits, tous accords entre entreprises, décisions d'associations d'entreprises et pratiques concertées entre entreprises, ayant pour objet ou pour effet de restreindre ou de fausser le jeu de la concurrence à l'intérieur de l'Union, et notamment ceux qui consistent en :*
- *des accords limitant l'accès au marché ou le libre exercice de la concurrence par d'autres entreprises ;*
 - *des accords visant à fixer directement ou indirectement le prix, à contrôler le prix de vente, et de manière générale, à faire obstacle à la fixation des prix par le libre jeu du marché en favorisant artificiellement leur hausse ou leur baisse ; en particulier des accords entre entreprises à différents niveaux de production ou de distribution visant à la fixation du prix de revente ;*
 - *des répartitions des marchés ou des sources d'approvisionnement, en particulier des accords entre entreprises de production ou de distribution portant sur une protection territoriale absolue ;*
 - *des limitations ou des contrôles de la production, des débouchés, du développement technique ou des investissements ;*
 - *des discriminations entre partenaires commerciaux au moyen de conditions inégales pour des prestations équivalentes ;*
 - *des subordinations de la conclusion des contrats à l'acceptation, par les partenaires, de prestations supplémentaires, qui, par leur nature ou selon les usages commerciaux, n'ont pas de lien avec l'objet de ces contrats ».*

IV.2 Analyse des pratiques dénoncées au regard de l'article 3 du Règlement n°02/2002/CM/UEMOA du 23 mai 2002

30. L'analyse de la pratique d'ententes anticoncurrentielles dénoncée par la Commission Nationale de la Concurrence et de la Consommation permettra de dégager des conclusions objectives sur la nature des restrictions de concurrence qui pourraient en résulter et de prendre des mesures correctives adéquates suivant les dispositions pertinentes de l'article 88 (a) du Traité et de ses textes subséquents.
31. Il s'agira donc de dire si les actes et mesures pris par le Président du Syndicat des Pharmaciens et les membres dudit syndicat sont constitutifs ou non d'ententes anticoncurrentielles.

- 32.** A cet effet, il convient de rappeler que les mesures ou actes du Syndicat objet de la requête de la CNCC résultent de la prise, par le Ministère du Commerce, de l'Industrie et de l'Artisanat, de l'Arrêté n°2020-0119/MCIA/SG fixant les prix plafonds des gels et solutions hydroalcooliques et des masques de protection au Burkina Faso.
- 33.** Ces mesures ont consisté d'une part à demander aux membres du syndicat de " ... *suspendre toute distribution au public de ces produits. [...]*". Et à recommander fortement aux pharmaciens distributeurs et aux pharmaciens d'officine de s'abstenir de toute distribution de ces produits lorsque les prix de cession au public ne permettent pas de respecter l'arrêté ministériel.
- 34.** A cet effet, il convient de souligner que les dispositions de l'article 3 du Règlement n°02/2002/CM/UEMOA du 23 mai 2002 établissent deux critères pour apprécier l'existence d'une entente anticoncurrentielle.
- 35.** Le premier critère a trait à l'objet de l'accord, de la décision ou de la pratique concertée des entreprises ou associations d'entreprises mises en cause.
- 36.** Le deuxième critère, quant à lui, est relatif à l'effet potentiel ou réel de l'accord, de la décision ou de la pratique concertée mises en œuvre par les entreprises ou associations d'entreprises.
- 37.** La jurisprudence et la doctrine, il convient de le souligner, ont établi que ces deux critères sont alternatifs et non cumulatifs.
- 38.** Par ailleurs, Il convient de rappeler que les décisions d'associations d'entreprises concernées par les ententes anticoncurrentielles sont les recommandations ou délibération (écrites ou non écrites) qui, une fois suivies par les membres, peuvent avoir un effet restrictif de la concurrence.
- 39.** Ainsi, il est admis que les conditions permettant d'apprécier si un comportement a pour objet ou pour effet d'empêcher, de restreindre ou de fausser le jeu de la concurrence, sont applicables qu'il s'agisse d'un accord, d'une décision ou d'une pratique concertée.
- 40.** Ces 03 conditions reconnues sont les suivantes :
- Une concertation entre les entreprises en cause ;
 - Un comportement sur le marché faisant suite à cette concertation ;
 - Un lien de cause à effet entre ces deux éléments. Mais il n'est pas nécessaire que le comportement en question entraîne une restriction concrète de la concurrence.
- 41.** Relativement à l'objet anticoncurrentiel en lien, dans le cas d'espèce, avec la concertation entre les entreprises en cause, il convient de préciser que sa détermination est tributaire de trois facteurs établis par la jurisprudence. Il s'agit :
- de la teneur des dispositions qui instaurent l'accord, la décision ou la pratique concertée ;
 - des buts et objectifs visés ;
 - du contexte économique et juridique dans lequel s'insèrent lesdites dispositions.
- 42.** En ce qui concerne le premier facteur relatif à la teneur des dispositions, il convient de rappeler comme indiqué supra, les recommandations contenues dans les deux (02)

lettres circulaires du Président du Syndicat des Pharmaciens formulées à l'endroit des membres.

43. En effet, dans la première correspondance, le Président prie les pharmaciens distributeurs et tout pharmacien d'officine de suspendre toute distribution au public, des produits en cause dans l'attente de la liste agréée de fournisseurs du ministère chargé du commerce.
44. Dans la seconde correspondance, après avoir rendu compte de la non-communication de la liste des potentiels fournisseurs des produits en cause par l'autorité ministérielle, il a mis les membres du syndicat devant leur **responsabilité individuelle** en soulignant qu'il leur « **appartient donc ... d'agir en toute conscience face à la situation.** ». Il leur recommande toutefois de « **s'abstenir de toute distribution de ces produits lorsque les prix de cession au public ne permettent pas de respecter l'arrêté ministériel...** ».
45. Pour ce qui concerne le deuxième facteur relatif aux buts et objectifs visés, il s'agit indéniablement d'amener les pharmaciens distributeurs et tout pharmacien d'officine à ne pas céder les produits en cause en dessous de leur coût de revient, ce qui serait constitutive d'une infraction assimilable à une vente à perte et occasionnerait également un impact négatif sur leurs chiffres d'affaires.
46. Quant au contexte économique et juridique dans lequel s'insèrent lesdites dispositions il faut noter qu'il est marqué par la propagation de la pandémie de la COVID-19 qui a amené les pouvoirs publics à adopter un texte réglementaire visant à assurer une plus grande accessibilité des produits en cause au grand public et surtout à juguler l'inflation des prix desdits produits.
47. **En définitive, la teneur des dispositions, les buts et objectifs visés ainsi que le contexte économique et juridique relatif à ces lettres circulaires édictées par le Président de ce syndicat ne permettent pas d'établir l'existence d'un objet anticoncurrentiel sur le prix ou visant à limiter ou contrôler la production, les débouchés comme tend à le souligner le rapport de la CNCC.**
48. **L'objet de ces lettres circulaires n'étant pas anticoncurrentiel, il ressort par ailleurs, que leur nature et les objectifs visés constituent en réalité une mesure de boycott d'un texte national, dont l'effet ne peut être analysé, en l'espèce, sous l'angle des ententes anticoncurrentielles.**

V- Sur la base des constatations qui précèdent,

LA COMMISSION :

49. Considère que les lettres circulaires du Président du Syndicat des Pharmaciens du Burkina Faso visées dans la présente décision sont des actes visant à boycotter une mesure gouvernementale ;

50. Considère donc que ces actes ne sont pas constitutifs d'une entente anticoncurrentielle aussi bien par objet que par effet.

DECIDE

- Article premier :** Les pratiques dénoncées par la Commission Nationale de la Concurrence et de la Consommation du Burkina Faso à l'égard du Syndicat des Pharmaciens ne constituent pas des ententes anticoncurrentielles au sens de l'article 88 (a) du Traité de l'UEMOA et de l'article 3 du Règlement n°02/2002/CM/UEMOA du 23 mai 2002.
- Article 2 :** Les autorités compétentes du Burkina Faso et le Syndicat des Pharmaciens du Burkina Faso, sont destinataires de la présente Décision.
- Article 3 :** En application de l'article 29 du Règlement n°03/2002/CM/UEMOA du 23 mai 2002, relatif aux procédures applicables aux ententes et abus de position dominante à l'intérieur de l'UEMOA, le résumé de la présente décision fera l'objet de publication par la Commission.
- Article 4 :** La présente Décision qui entre en vigueur à compter de sa date de signature, sera publiée au Bulletin Officiel de l'Union.

Fait à Ouagadougou, le 05 mai 2023

Pour la Commission,
Le Président

Abdoulaye DIOP

**DECISION N°07/2023/COM/UEMOA
RELATIVE A DES PRATIQUES MISES EN ŒUVRE DANS LE SECTEUR DU TABAC AU
BURKINA FASO**

**La Commission de l'Union Economique et Monétaire
Ouest Africaine**

- VU** le Traité modifié de l'Union Economique et Monétaire Ouest-Africaine (UEMOA) ;
- VU** l'Acte Additionnel n°02/2021/CCEG/UEMOA du 14 avril 2021 portant nomination des Membres de la Commission de l'UEMOA ;
- VU** l'Acte Additionnel n°03/2021/CCEG/UEMOA du 14 avril 2021 portant nomination du Président de la Commission de l'UEMOA ;
- VU** le Règlement n°02/2002/UEMOA du 23 mai 2002 relatif aux pratiques anticoncurrentielles à l'intérieur de l'Union Economique et Monétaire Ouest Africaine ;
- VU** le Règlement n°03/2002/CM/UEMOA du 23 mai 2002 relatif aux procédures applicables aux ententes et abus de position dominante à l'intérieur de l'Union Economique et Monétaire Ouest Africaine ;
- VU** le Règlement n°01/2018/CM/UEMOA du 23 mars 2018 portant Règlement Financier des Organes de l'Union Economique et Monétaire Ouest-Africaine ;
- Tenant compte** des conclusions du rapport d'enquête réalisée dans le secteur du tabac au Burkina Faso du 28 septembre au 09 octobre 2020 à Ouagadougou ;
- Considérant** l'Avis n° 02/2021/CCC/UEMOA du Comité Consultatif de la Concurrence en date du 18 juin 2021 relatif au projet de Décision portant sur des pratiques mises en œuvre dans le secteur du tabac au Burkina Faso ;
- Considérant** les délibérations du Collège des Commissaires en date du 23 mars 2023 ;

Prenant en compte les autres pièces du dossier.

Considérant ce qui suit :

I. CONTEXTE ET LA PROCEDURE

1. Par lettre n°2020/001/UEMOA-PDG/DG/Sob du 23 avril 2020, la Société de Distribution des Produits de grande Consommation (SODICOM) a saisi la Commission de l'UEMOA, d'une

plainte contre l'Etat du Burkina Faso pour manquements aux dispositions régissant le droit de la concurrence dans l'espace UEMOA.

2. Les pratiques dénoncées sont en lien avec la fixation des prix des produits du tabac qui est dévolue au Ministère en charge du commerce à travers le procédé de l'homologation des prix.
3. En effet, selon la requérante, depuis 2016, les propositions de prix faites par la société SODICOM, pour les marques « *Marlboro Red et Marlboro Gold* » qu'elle commercialise, ont toujours été rejetées et de nouveaux prix supérieurs à ceux des concurrents sont fixés par le Ministère chargé du commerce.
4. Elle considère donc que les refus successifs du Ministre du Commerce d'homologuer les prix de ses marques aux prix proposés et de les fixer à des prix supérieurs à ceux de ses concurrents, et ce, sans justificatifs économiques, constituent une véritable entrave au libre jeu de la concurrence.
5. Au regard des dispositions pertinentes des Règlements n°02/2002/CM/UEMOA du 23 mai 2002 relatif aux pratiques anticoncurrentielles à l'intérieur de l'UEMOA et n°03/2002/CM/UEMOA du 23 mai 2002, relatif aux procédures applicables aux ententes et abus de position dominante à l'intérieur de l'UEMOA, la plainte a été jugée recevable dans sa forme et notifiée à l'Etat du Burkina Faso en application du principe du contradictoire.
6. C'est ainsi que la Commission a réalisé, du 28 septembre au 9 octobre 2020, une enquête de concurrence dans le secteur du tabac. Pour mener à bien ces investigations, la Commission de l'UEMOA a fait appel au concours de trois (03) agents des services nationaux de contrôle de la concurrence.
7. Les résultats de ces investigations, consignés dans un rapport d'enquête, ont fait l'objet d'une analyse au regard des dispositions pertinentes de l'article 88 du Traité et de ses textes subséquents, notamment le Règlement n°02/2002/CM/UEMOA du 23 mai 2002, relatif aux pratiques anticoncurrentielles à l'intérieur de l'UEMOA.

II. SECTEUR D'ACTIVITES

II.1- Les produits du tabac

8. Le secteur du tabac regroupe les activités de commercialisation et de fabrication des produits à base d'une plante herbacée. Le tabac est un produit psychotrope manufacturé élaboré à partir de feuilles séchées de plantes de tabac.
9. Selon l'article 3 de la Loi n°040-2010/AN du 25 novembre 2010, portant lutte contre le tabac au Burkina Faso, le tabac est une plante herbacée de la famille des solanacées dont les feuilles sont travaillées et présentées sous diverses formes pour la consommation : tabac à priser, tabac à chiquer, tabac à fumer et tabac à mâcher.
10. Au titre des dispositions de l'article 1^{er} de l'Arrêté n° 2018-008/MCIA/MINEFID du 15 janvier 2018, portant catégorisation des tabacs, cigarettes, cigares, cigarillos et tabacs à pipe, ceux-ci sont classés en trois (03) catégories de produits :
 - la catégorie des produits « bas de gamme » ou « produits populaires » ;
 - la catégorie des produits « standards » ;
 - la catégorie des produits de « luxe ».

II.2. Les acteurs du secteur des tabacs

11. Le secteur des tabacs, qui est fortement réglementé, est caractérisé par la présence de plusieurs acteurs.

II.2.1. Les acteurs publics

12. Plusieurs structures publiques interviennent dans l'organisation et la régulation du secteur des tabacs. Il s'agit de :
- la Direction Générale de la Réglementation et du Contrôle des Prix (DGRCP) ;
 - la Brigade Mobile de Contrôle économique et de la Répression de la Fraude (BMCRF) ;
 - la Direction des Guichets Unique du Commerce et de l'Investissement (DGU-CI) ;
 - la Direction Générale des Impôts (DGI) ;
 - la Direction Générale de la Douane (DGD).

II.2.2. Les acteurs privés

13. Ils interviennent dans la production, l'importation et la distribution des produits du tabac :
- **Les producteurs**
14. La Manufacture burkinabè de cigarettes (MABUCIG) est la seule société productrice et importatrice des produits du tabac au Burkina Faso. Elle existe au Burkina depuis 1966 et est membre du groupe Imperial Tobacco, quatrième producteur mondial de cigarettes, présent dans 165 pays avec 30 usines dans le monde dont 10 implantées en Afrique.
15. Leader du marché, MABUCIG a une capacité de production de près de 4, 5 milliards de cigarettes par an. Ses produits sont entièrement distribués au Burkina Faso et les marques commercialisées sont Hamilton et Excellence qui sont produits au Burkina Faso et Davidoff qui est importé d'Ukraine.
- **Les importateurs**
16. Au titre de l'année 2020 et conformément aux termes du Décret n° 2019 -0490 /MCIA/SG/DGRCP fixant la liste des marques de produits répondant aux normes des marquages sanitaires et sécurisés, outre la MABUCIG, quatre (04) autres sociétés sont agréées en qualité d'importateurs des produits de tabacs au Burkina Faso.
17. Le tableau ci-dessous donne la liste des entreprises agréées et les marques distribuées :

Tableau 1: Liste des sociétés agréées en 2020 pour l'importation des produits du tabac au Burkina Faso

N°	Importateurs	Marques de cigarettes importées
01	Manufacture Burkinabè des Cigarettes (MABUCIG)	Davidoff
02	Société Commerciale d'Import-Export et de transport KAFANDO et Frère (SOCIKAF)	Craven A Click Craven A (Full Flavour) Craven a (light)

		Rothmans et Rothmans Click
03	Société de Distribution des Produits de grande Consommation (SODICOM)	Marlboro Marlboro Gold Bond street
04	Société Générale des tabacs du Burkina (SOGETAB)	Sir
05	Siri Produit et Compagnie (SPC)	Oris DAP Oris STR

Source : Direction de la Concurrence de la Commission de l'UEMOA (données collectées pendant l'enquête)

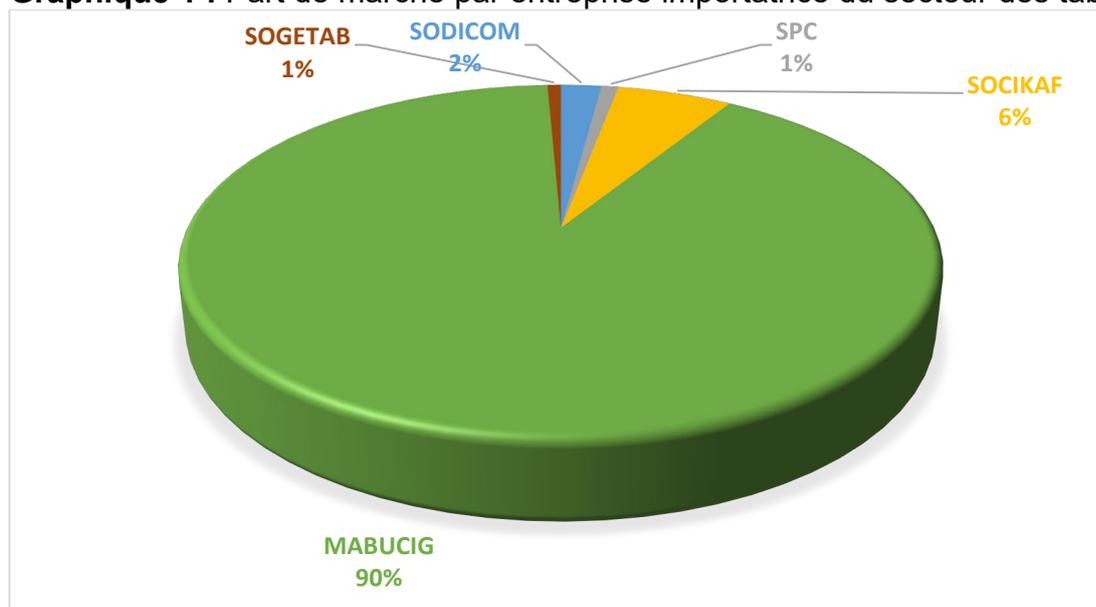
- Les Distributeurs

18. Par distributeurs, il faut entendre les sociétés non importatrices mais ayant qualité d'entrepouseurs des produits du monopole des tabacs au Burkina Faso. En 2020, dix-huit (18) sociétés et établissements ont été agréés en qualité d'entrepouseurs auprès de la MABUCIG. Mais, il faut souligner que ces entrepouseurs sont aussi distributeurs des produits des autres importateurs.
19. Outre ces entrepouseurs, on note la présence, sur le marché, d'une autre catégorie de distributeurs. Ceux-ci s'approvisionnent auprès des entrepouseurs agréés de la MABUCIG mais le font également et directement auprès des autres importateurs.

II.3. Le niveau de concentration du secteur

20. Sur les cinq (05) sociétés agréées, MABUCIG, société à la fois productrice et importatrice de cigarettes, occupe la première position avec environ 90% des parts de marchés. Les quatre autres entreprises occupent donc les 10% de part de marché restantes.
21. **Le graphique suivant traduit cette situation :**

Graphique 1 : Part de marché par entreprise importatrice du secteur des tabacs



Source : Direction de la Concurrence de la Commission de l'UEMOA (données collectées pendant l'enquête)

22. Le niveau de concentration des entreprises est l'un des critères qui permet d'apprécier l'état de la concurrence dans un secteur d'activité donné. Plusieurs indicateurs permettent d'apprécier ce niveau de concentration des entreprises dans un secteur donné. Afin de mesurer l'état de la concentration horizontale dans le secteur du tabac au Burkina Faso, la Commission a opté pour l'un des indices les plus utilisés en la matière, à savoir l'indice de Herfindalh-Hirschmann (HHI).

23. Il se présente comme suit :

$HHI = \sum_{i=1}^n S_i^2$, où HHI représente l'indice de Herfindalh-Hirschmann avec S_i qui désigne la part de marché de l'entreprise i et n le nombre d'entreprises sur le marché.

24. Cependant, afin d'apprécier l'état de la concurrence dans un secteur, il sera utilisé l'indice normalisé de Herfindalh-Hirschmann (noté HHI*). Cet indice est ainsi défini :

$HHI^* = \frac{(HHI - \frac{1}{n})}{(1 - \frac{1}{n})}$, où n est le nombre d'entreprises intervenant sur le marché et HHI tel que défini précédemment.

25. L'indice normalisé de Herfindalh-Hirschmann (HHI*) varie entre 0 et 1. De ce fait, si HHI* tend vers 0, le marché est à tendance concurrentielle et à l'inverse si HHI* tend vers 1, le marché est à tendance monopolistique.

26. Dans le cas d'espèce, sur la base des parts de marché déterminées supra, l'indice normalisé est le suivant : **HHI* = 0,77625**.

27. Cet indice traduit la tendance monopolistique du secteur du tabac au Burkina Faso avec comme acteur dominant la MABUCIG. Cette structuration du marché des produits du tabac peut s'expliquer par les deux facteurs suivants :

- la position monopolistique de la MABUCIG sur le segment de la production des cigarettes sur le territoire du Burkina Faso ;
- la classification des produits de cette société dans les catégories standard et bas de gamme.

III. CONSTATATIONS EFFECTUEES

III.1. Le marché en cause

28. Le marché, au sens du droit de la concurrence, est défini comme le lieu sur lequel se rencontrent l'offre et la demande pour des produits ou des services spécifiques considérés par les acheteurs comme substituables entre eux et non substituables à d'autres.

29. Pour une meilleure appréciation, il est important de délimiter ou d'identifier le marché concerné appelé « marché pertinent ». Cette délimitation est essentielle car elle permet d'apprécier le pouvoir de marché des opérateurs et les effets des pratiques mises en œuvre. Elle permet aussi de quantifier le dommage à l'économie occasionné par une pratique, sachant que ce dommage est un élément d'évaluation de la sanction.

30. Le marché pertinent comporte deux dimensions à savoir celle matérielle et celle géographique.

III.1.1. La délimitation matérielle

31. La délimitation matérielle ou marché de produit en cause renvoie à l'ensemble des produits et/ou des services que l'acheteur considère comme interchangeables ou substituables en raison de leurs caractéristiques, de leur prix et de l'usage auquel ils sont destinés.
32. Pour ce qui est de la présente affaire, le produit en cause est la cigarette produite ou importée sous diverses marques et distribuée au Burkina Faso.
33. Le marché des cigarettes au Burkina Faso est fortement réglementé. Cette réglementation porte aussi bien sur les prix, les conditions d'entrée sur le marché ainsi que sur la typologie des produits qui sont classés en deux catégories (standard ou de luxe).
34. On peut considérer que le marché des cigarettes au Burkina Faso est un marché homogène avec des barrières à l'entrée portant sur le prix.

III.1.2. La délimitation géographique

35. La délimitation géographique du marché permet d'identifier le droit applicable à la pratique et l'espace précisément concerné par la pratique.
36. Le marché géographique comprend le territoire sur lequel les entreprises concernées sont engagées dans l'offre des produits ou services en cause et sur lequel les conditions de concurrence sont suffisamment homogènes.
37. Pour ce qui est de la présente affaire et conformément à la jurisprudence UEMOA en matière de détermination de marché géographique, le marché géographique s'entend du marché commun de l'Union ou d'une partie significative de celui-ci.
38. En effet, les produits du tabac distribué au Burkina Faso doivent y être expressément autorisés à la vente et porter la mention « vente autorisée au Burkina Faso ». Sur cette base, dans le cas d'espèce, le territoire burkinabè sera considéré comme étant une partie significative du marché commun et par conséquent, le marché géographique.
39. En tout état de cause, ledit marché, conformément aux dispositions de l'Annexe n° 1 au Règlement n°03/2002/CM/UEMOA du 23 mai 2002 précité (Note 4), est une " partie significative du marché commun ", au sens de l'article 4.1 du Règlement n°02/2002/CM/UEMOA du 23 mai 2002, relatif aux pratiques anticoncurrentielles à l'intérieur de l'UEMOA, ce qui fonde la compétence de la Commission de l'UEMOA.

III.2. Les pratiques constatées

III.2.1. Rappel des différents régimes de prix au Burkina Faso

67. En situation de concurrence, un des éléments déterminant de la compétitivité d'un produit est son prix. En effet, pour mieux se positionner sur le marché, chaque entreprise agira sur la variable prix soit en proposant des prix plus attractifs ou en adoptant une stratégie d'alignement de prix.
68. Au terme de l'article 4 de la Loi n°016-2017/AN du 27 avril 2017, portant organisation de la concurrence au Burkina Faso, les prix des biens et services sont libres sur toute l'étendue du territoire et déterminés par le seul jeu de la concurrence.

69. Nonobstant ce principe de liberté, deux catégories d'exceptions sont à noter. En effet, dans certains secteurs d'activités économiques ou dans les localités du territoire où la concurrence sur les prix est limitée en raison soit de la situation de monopole, de difficultés durables d'approvisionnement, de dispositions législatives ou réglementaires le Ministre chargé du commerce peut réglementer le prix dans les conditions fixées par décret.
70. En outre, sur décision du Conseil des Ministres, le Ministre chargé du commerce adopte des mesures temporaires contre les hausses excessives de prix lorsqu'une situation de crise, de circonstances exceptionnelles ou une situation anormale du marché dans un secteur économique donné les rendent nécessaires. Le Ministre ou le Conseil de Ministre précise la durée de validité qui ne peut excéder six (06) mois.
71. Pour ce faire, et en application des articles 5 et 6 de la loi sur la concurrence, les prix de certains produits, biens et services, arrêtés par voie réglementaire, sont soumis à différents régimes de prix à savoir, la liberté surveillée des prix, la liberté contrôlée des prix, les prix fixés et les prix ou marges bloqués (Décret n°2020-0532/PRES/PM/MCIA/MJ/MINEFID, portant réglementation des prix des biens et services soumis à contrôle).
72. En rappel, les différents régimes peuvent être définis ainsi qu'il suit :
73. La liberté surveillée des prix s'entend des prix librement déterminés par les producteurs, les distributeurs ou les prestataires de services et déposés auprès de l'Administration. Aucune opposition ne peut y être faite par l'Administration et les nouveaux prix peuvent être appliqués dès la date de dépôt du dossier.
74. La Liberté contrôlée des prix s'entend des prix librement déterminés par les producteurs, les distributeurs ou les prestataires de services et soumis à l'agrément de l'Administration dans un délai fixé par arrêté. En cas d'opposition, la mise en application des prix proposés est suspendue et le requérant doit présenter de nouveaux prix ou fournir des éléments complémentaires justifiant les propositions faites. Les prix agréés constituent un plafond qui ne peut en aucun cas être dépassé. Toute modification des prix agréés nécessite un nouveau dépôt de dossier.
75. Le régime des prix fixés est fonction de la nature du produit. En effet :
- Concernant les produits d'importation, tout importateur est tenu d'établir, préalablement à la mise en vente, une fiche de décomposition de prix licite de vente au détail pour chacune de ses importations.
 - Concernant les produits agricoles les prix d'achat aux producteurs et les prix de vente au détail des produits agricoles locaux sont fixés par voie directe.
 - Concernant les produits de fabrications locale, le prix de vente sortie usine des produits de fabrication locale ou ayant donné lieu localement à transformation est établi et soumis à la fixation des prix en tenant compte exclusivement d'éléments dont la liste est déterminée par un acte administratif.
 - Concernant les prestations de services, les prix des prestations de services sont fixés par voie directe.
76. Les prix ou marges bloqués. Le blocage des prix s'entend de l'interdiction faite à une entreprise, un distributeur ou un prestataire de service, de pratiquer des prix ou des marges supérieures à ceux qu'il pratiquait à une date déterminée par l'arrêté de blocage. Le blocage des prix peut porter sur le prix lui-même ou sur la marge bénéficiaire.

III.2.2. Les implications du mécanisme de prix sur la taxation des produits du tabac

77. Les produits du tabac, en application des dispositions des articles 5 et 6 de la loi sur la concurrence, font l'objet de fixation conformément aux dispositions du Décret n°2020-0532/PRES/PM/MCIA/MJ/MINEFID, portant réglementation des prix des biens et services soumis à contrôle (qui abroge le décret n° 2003-615/PRES/PM/MCPEA/MEB du 26 novembre 2003, portant réglementation des prix des produits, biens et services soumis à contrôle).
78. Par ailleurs, l'arrêté n°2020-0117/MCIA/SG, portant modification de l'arrêté n°2018-0022 du 22 janvier 2018, fixant la liste des produits, biens et services soumis à la réglementation des prix énumère les produits, biens et services soumis à la réglementation des prix, dont les produits de tabacs.
79. Les prix des produits de tabacs ne sont donc pas déterminés par le libre jeu de la concurrence mais plutôt par le mécanisme d'administration des prix.
80. En rappel, plusieurs régimes d'administration des prix s'appliquent au Burkina Faso, en l'occurrence, la liberté surveillée des prix, la liberté contrôlée des prix, les prix fixés et les prix ou marges bloqués.
81. Toutefois, la réglementation ne précise pas le régime de prix applicable à chaque produit ou groupe de produits soumis à réglementation.
82. L'arrêté n°2020-0117/MCIA/SG précité ne précise pas lequel des régimes de prix est applicable au secteur du tabac. Les différents arrêtés de fixation des prix des différentes marques de tabac n'en font également pas cas.
83. En tout état de cause, les investigations permettent de noter qu'il ne s'agit pas du régime de liberté surveillée de prix, ces derniers n'étant pas librement déterminés par les acteurs du secteur.
84. Il ne s'agit pas également du régime de prix fixés, car concernant ce régime le prix de vente des produits concerné est fixé par voie directe. En effet, la fixation du prix par l'administration peut se faire par la fixation du prix lui-même ou par la fixation d'une marge bénéficiaire ou par la fixation d'une marge bénéficiaire exprimée par taux. Dans ce dernier cas, le taux et l'assiette de la marge sont définis par un acte administratif.
85. Enfin, le régime des prix ou marges bloqués ne semblent également pas être celui qui est mis en œuvre dans le secteur du tabac. La procédure d'homologation des prix du tabac au Burkina Faso ne porte pas sur un blocage des prix pratiqués « à une date déterminée par l'arrêté de blocage » mais plutôt sur des prix proposés par chaque entreprise et qui sont renouvelées à des périodes déterminées.
86. Au regard de la procédure d'homologation utilisée pour la fixation des prix des produits du tabac et des entretiens menés avec les structures compétentes du Ministère du Commerce, le régime applicable à ces produits semble être celui de la liberté contrôlée des prix.
87. En effet, la procédure fait intervenir les entreprises concernées qui soumettent chacune un dossier de proposition de prix (comprenant l'ensemble des éléments justificatifs) à la validation de l'administration compétente. Ces prix ne sont applicables qu'après leur validation, par voie d'arrêté, par ladite administration. Il s'agit donc du mécanisme

d'homologation, instauré dans le cadre du régime « liberté contrôlée de prix », qui prévoit un système de prix librement déterminés par les opérateurs économiques et qui est soumis à l'agrément de l'Administration dans un délai fixé par arrêté.

88. Par ailleurs, il convient de souligner que le mécanisme de fixation des prix du tabac tient compte de la catégorie à laquelle appartient le produit. En effet, l'Arrêté conjoint n°2018-0008/MCIA/MINEFID du 25 janvier 2018, portant catégorisation des tabacs, cigarettes, cigares, cigarillos et tabac à pipe, classe les produits du tabac en trois (03) catégories, déterminées en fonction de leur prix de vente au détail, et ce, quelle que soit la marque. On distingue ainsi :
- la catégorie des produits « bas de gamme » ou « produits populaires » ;
 - la catégorie des produits « standard » ;
 - la catégorie des produits « de luxe ».

III.2.3. Le non-respect des dispositions réglementaires dans la mise en œuvre du mécanisme de régulation des prix du tabac

89. Les informations collectées au cours de l'enquête et autres documents transmis indiquent que les produits du tabac sont inscrits sur la liste des produits soumis à réglementation des prix. Ils sont donc, par principe, exclus du régime de la liberté des prix.
90. Les produits du tabac, à l'instar de plusieurs autres dont la liste est limitative, sont donc soumis au mécanisme d'administration des prix.
91. Si la réglementation ne précise pas le régime applicable à chaque produit ou groupe de produits, le mécanisme d'homologation des prix utilisé pour déterminer les prix des produits du tabac permet de conclure que ceux-ci sont soumis au régime de la liberté contrôlée des prix.
92. Ainsi, de façon périodique, l'administration invite les opérateurs du secteur des tabacs à lui soumettre leur prix de vente au détail qui ne seront appliqués qu'après validation.
93. Cependant, l'un des acteurs, en l'occurrence SODICOM a été, à plusieurs reprises, confronté à un rejet par la Ministère en charge du Commerce, de ses propositions de prix sur ses produits « Marlboro Red et Marlboro Gold ».
94. Ce constat a été fait sur les trois périodes suivantes en fonction de l'évolution de la réglementation commerciale et fiscale en la matière.

- ***Période 1 : Application de l'Arrêté n°2015-0357/MICA/MEF du 28 décembre 2015 portant catégorisation des tabacs, cigarettes, cigares et cigarillos.***

95. La SODICOM a introduit le 26 février 2016, une demande d'homologation des prix des marques « Marlboro Red et Marlboro Gold » à 650 F. Cette demande a fait l'objet de rejet par le Ministère du Commerce au motif que lesdites marques étaient des produits entrant dans la catégorie de ceux dits de « luxe » qui ne pouvaient être cédés au prix proposé, lequel correspondrait plutôt aux produits de la catégorie « standard ».

- ***Période 2 : Adoption de l'Arrêté conjoint n°2018-0008/MICA/MINEFID du 15 Janvier 2018 en remplacement de l'Arrêté n°2015-0357/MICA/MEF du 28 décembre 2015 portant catégorisation des tabacs, cigarettes, cigares et cigarillos.***

96. A travers l'Arrêté n°2018-0008/MICA/MINEFID du 15 Janvier 2018, la taxation des produits du tabac qui oscillait entre deux taux applicables de 30% à 40% en fonction du prix de vente, est passée à un taux unique de 45 % quel que soit le prix de vente. Cet arrêté relevait par ailleurs les seuils de prix de vente.
97. En application de ces nouvelles dispositions, la SODICOM a alors soumis une demande d'homologation des prix des marques de cigarette « Marlboro Red et Marlboro Gold » à 750 FCFA.
98. En réponse, le Ministère du Commerce a, par Arrêté du 19 Février 2018, rejeté cette proposition et fixé unilatéralement les prix de ces dernières à 850 FCFA.
- ***Période 3 : Evolution à compter du 05 décembre 2019 de la taxation des produits du tabac passant de 45% à 50%***
99. Le 05 décembre 2019, la taxation des produits du tabac a été revue à la hausse passant de 45% à 50%. Le Ministère du Commerce a dressé une correspondance aux opérateurs concernés les invitant à soumettre une nouvelle structure de prix en vue de leur homologation.
100. Une nouvelle demande d'homologation des produits de la SODICOM à 750 FCFA a été rejetée et les prix fixés à 800 F par Arrêté n°2020/0097/MCIA/SG/DGRCP du 02 Mars 2020, portant fixation des prix de vente des marques Marlboro Red et Marlboro Gold. Le même arrêté classait par la même occasion les produits « Marlboro Red et Marlboro Gold » dans la catégorie « standard ».

IV. ANALYSE JURIDIQUE

IV.1. Droit applicable

101. En matière de régulation de la concurrence, deux types de réglementation s'appliquent au marché de façon générale : la réglementation nationale et celle communautaire.
102. Au plan national, les règles en matière de concurrence sont édictées par la Loi n°016-2017/AN du 27 avril 2017, portant organisation de la concurrence au Burkina Faso et ses textes d'application.
103. Au niveau communautaire, les règles de concurrence de l'UEMOA, sont énoncées par le Traité de l'UEMOA en ses articles 4 (a), 7, 76 (c), 88, 89 et 90 mais également à travers le droit dérivé constitué par des règlements et directives.
104. Pour la présente affaire, l'analyse sera faite sur la base des règles communautaires de la concurrence notamment les articles 4 (a), 7, 76 (c) du Traité Révisé et l'article 06 du Règlement n°02/2002/CM/UEMOA du 23 mai 2002, relatif aux pratiques anticoncurrentielles à l'intérieur de l'UEMOA.

IV.2. Application au cas d'espèce

105. Le régime de la liberté contrôlée des prix se définit, selon les dispositions du Décret n°2020-0532/PRES/PM/MCIA/MJ/MINEFID, portant réglementation des prix des biens et services soumis à contrôle, comme le régime dans lequel les prix sont librement déterminés par les producteurs, les distributeurs ou les prestataires de services et soumis à l'agrément de

l'Administration dans un délai fixé par arrêté. En cas d'opposition, la mise en application des prix proposés est suspendue et le requérant doit présenter de nouveaux prix ou fournir des éléments complémentaires justifiant les propositions faites.

106. Les prix agréés constituent **un plafond** qui ne peut en aucun cas être dépassé. Toute modification des prix agréés nécessite un nouveau dépôt de dossier.
107. Cependant, dans le cas d'espèce, les services du Ministère en charge du commerce ont à plusieurs reprises rejeté les prix proposés par SODICOM. Ils ont, cependant, fixé d'autorité des prix supérieurs à ceux proposés par cet acteur. Il ne s'agit plus de prix plafond tel que prévu par le mécanisme d'homologation mais plutôt de **prix plancher** qui contraint l'acteur à fixer son prix au-dessus du prix homologué.
108. Il convient de souligner que les différents rejets des demandes d'homologation des prix proposées par la société SODICOM sont dépourvus de motivations, d'éléments objectifs liés à la détermination du coût de revient des produits ou à la marge bénéficiaire.
109. Il ressort des analyses que l'administration a appliqué, à la société SODICOM, un mécanisme de prix non prévu par la réglementation en vigueur.
110. En définitive, ces mesures et actes des autorités burkinabè ont engendré une discrimination au détriment des produits de SODICOM et procuré un avantage pour les marques concurrentes sur le marché.
111. **Au regard de ce qui précède, on note que le mécanisme d'homologation des prix appliqués par l'administration burkinabè, à l'égard de SODICOM est non seulement, contraire à la réglementation en vigueur sur les prix mais, il est, également, source de restriction de la concurrence entre les acteurs en présence.**
112. Cette pratique est contraire aux dispositions des articles 4 (a), 7 et 76 (c) du Traité et ses textes d'application, notamment le Règlement n°02/2002/CM/UEMOA du 23 mai 2002.
113. En effet, aux termes de l'article 4 a) du Traité de l'UEMOA, l'un des objectifs visés par l'Union est le renforcement de la compétitivité des activités économiques et financières des Etats membres dans le cadre d'un marché ouvert et concurrentiel et d'un environnement juridique rationalisé et harmonisé.
114. Par ailleurs, l'article 7 du Traité dispose que « les Etats membres apportent leur concours à la réalisation des objectifs de l'Union en adoptant toutes mesures générales ou particulières, propres à assurer l'exécution des obligations découlant du présent Traité. A cet effet, ils s'abstiennent de toutes mesures susceptibles de faire obstacle à l'application du présent Traité et des actes pris pour son application. »
115. Quant à l'article 76 c) dudit Traité, il dispose que l'Union poursuit la réalisation progressive d'objectifs dont « l'institution de règles communes de concurrence applicables aux entreprises publiques et privées ainsi qu'aux aides publiques. »
116. L'article 6 du Règlement n°02/2002/CM/UEMOA du 23 mai 2002, s'inscrit en droite ligne de ces dispositions en énonçant que « les Etats membres s'abstiennent de toutes mesures susceptibles de faire obstacle à l'application du présent Règlement et des textes subséquents. Les Etats membres s'interdisent en outre, d'édicter des mesures permettant aux entreprises privées de se soustraire aux contraintes imposées par l'article 88, paragraphe (a) et (b) du Traité de l'UEMOA. »

117. En vertu de ces dispositions, les mesures et actes pris par l'Etat du Burkina Faso pour déterminer les prix des cigarettes de la société SODICOM sont constitutifs de pratiques anticoncurrentielles à lui imputables.

V. CONCLUSION

118. Considérant qu'aux termes de l'article 6 du Règlement n°02/2002/CM/UEMOA du 23 mai 2002, « les Etats membres s'abstiennent de toutes mesures susceptibles de faire obstacle à l'application dudit Règlement et de ses textes subséquents ».

119. Considérant que les mesures prises par les autorités burkinabè dans le cadre du mécanisme d'homologation des prix des produits du tabac au Burkina Faso, notamment à travers l'arrêté n° 2020/0097/MCIA/SG/DGRCP du 02 Mars 2020, portant fixation des prix de vente des marques Marlboro Red et Marlboro Gold sont, de nature à restreindre la concurrence en favorisant certains acteurs du marché au détriment d'autres entreprises.

120. Considérant que les mesures prises par les autorités burkinabè dans le cadre du mécanisme d'homologation des prix des produits du tabac au Burkina Faso sont contraires aux dispositions de l'article 6 du Règlement n°02/2002/CM/UEMOA du 23 mai 2002, relatif aux pratiques anticoncurrentielles à l'intérieur de l'UEMOA. Ces mesures sont de nature à restreindre le jeu de la concurrence et constituent des pratiques anticoncurrentielles imputables à l'Etat du Burkina Faso.

121. Considérant qu'il y a donc lieu de prendre une décision à l'encontre de l'Etat du Burkina Faso pour lui demander de faire cesser la pratique incriminée.

DECIDE

Article premier : Les mesures prises par les autorités burkinabè dans le cadre du mécanisme d'homologation des prix des produits du tabac au Burkina Faso sont contraires aux dispositions de l'article 6 du Règlement n°02/2002/CM/UEMOA du 23 mai 2002, relatif aux pratiques anticoncurrentielles à l'intérieur de l'Union Economique et Monétaire Ouest Africaine. Ces mesures sont de nature à restreindre le jeu de la concurrence et constituent des pratiques anticoncurrentielles imputables à l'Etat du Burkina Faso.

Article 2 : La Commission demande à l'Etat du Burkina Faso d'abroger l'arrêté n° 2020/0097/MCIA/SG/DGRCP du 02 Mars 2020, portant fixation des prix de vente des marques Marlboro Red et Marlboro Gold. L'Etat du Burkina Faso est, en outre, invité à prendre les mesures nécessaires pour assurer la conformité du mécanisme d'homologation des prix des produits du tabac aux dispositions du Règlement n°02/2002/CM/UEMOA du 23 mai 2002.

Article 3 : L'Etat du Burkina Faso communique à la Commission, dans un délai de deux (02) mois, à compter de la date de notification de la présente décision, les mesures d'abrogation de l'arrêté n° 2020/0097/MCIA/SG/DGRCP du 02 Mars 2020, portant fixation des prix de vente des marques Marlboro Red et Marlboro Gold, ainsi que les dispositions prises pour assurer la conformité du

mécanisme d'homologation des prix des produits du tabac aux dispositions du Règlement n°02/2002/CM/UEMOA du 23 mai 2002.

- Article 4 :** La Société de Distribution des Produits de grande Consommation (SODICOM) ainsi que les autorités compétentes du Burkina Faso sont destinataires de la présente Décision
- Article 5 :** En application de l'article 29 du Règlement n°03/2002/CM/UEMOA du 23 mai 2002, relatif aux procédures applicables aux ententes et abus de position dominante à l'intérieur de l'UEMOA, le résumé de la présente décision fera l'objet de publication par la Commission.
- Article 6 :** La présente Décision, qui entre en vigueur à compter de sa date de signature, sera publiée au Bulletin Officiel de l'Union.

Fait à Ouagadougou, le 05 mai 2023

Pour la Commission,
Le Président

Abdoulaye DIOP

**DECISION N°08/2023/COM/UEMOA
RELATIVE A DES PRATIQUES DANS LE SECTEUR DE LA CONFISERIE
AU SENEGAL**

**La Commission de l'Union Economique et Monétaire
Ouest Africaine**

- VU** le Traité modifié de l'Union Economique et Monétaire Ouest-Africaine (UEMOA) ;
- VU** l'Acte Additionnel n°02/2021/CCEG/UEMOA, du 14 avril 2021 portant nomination des Membres de la Commission de l'UEMOA ;
- VU** l'Acte Additionnel n°03/2021/CCEG/UEMOA, du 14 avril 2021 portant nomination du Président de la Commission de l'UEMOA ;
- VU** le Règlement n°02/2002/UEMOA du 23 mai 2002 relatif aux pratiques anticoncurrentielles à l'intérieur de l'Union Economique et Monétaire Ouest-Africaine ;
- VU** le Règlement n°03/2002/CM/UEMOA du 23 mai 2002 relatif aux procédures applicables aux ententes et abus de position dominante à l'intérieur de l'Union Economique et Monétaire Ouest Africaine ;
- VU** le Règlement n°01/2018/CM/UEMOA du 23 mars 2018 portant Règlement Financier des Organes de l'Union Economique et Monétaire Ouest-Africaine ;
- Tenant compte** des conclusions du rapport d'enquête de concurrence, dans le secteur de la confiserie, au Sénégal, réalisée du 09 au 20 mars 2020 à Dakar ;
- Considérant** l'Avis n° 03/2021/CCC/UEMOA du Comité Consultatif de la Concurrence en date du 18 juin 2021 relatif au projet de Décision portant sur des pratiques dans le secteur de la confiserie au Sénégal ;
- Considérant** les délibérations du Collège des Commissaires en date du 23 mars 2023.

Considérant ce qui suit :

I. CONTEXTE ET PROCEDURE

1. Par lettre du 04 novembre 2019, la Société Grande Confiserie du Mali (GCM) a, par l'entremise de son conseil juridique, la Société Civile Professionnelle d'Avocats « SCPA LEX WAYS », saisi la Commission de l'UEMOA, d'une plainte contre la société sénégalaise CONFISEN. Cette plainte est relative à « des pratiques assimilables à un abus de position dominante sur le marché commun ou dans une partie significative de celui-ci ».
2. Selon la requérante, la société CONFISEN exporte massivement ses produits, notamment les bonbons "BEGUE" sur le marché malien à des prix qui seraient inférieurs à leur coût de revient et aux valeurs de référence servant de base à la liquidation des droits et taxes de douanes sur les bonbons au Mali.
3. En outre, elle allègue que ces bonbons "BEGUE" ont les mêmes caractéristiques dans la composition, et dans le conditionnement que les bonbons "Black Ginger", produit et commercialisé par la société GCM.
4. Au regard des dispositions pertinentes du Règlement n°03/2002/CM/UEMOA du 23 mai 2002 relatif aux procédures applicables aux ententes et abus de position dominante à l'intérieur de l'UEMOA, la plainte a été jugée recevable, dans sa forme, par la Commission de l'UEMOA.
5. Par ailleurs, en application du principe du contradictoire, le dossier de la plainte a été notifié à la société CONFISEN par lettre n°9836/DMRC/DCONC du 12 décembre 2019.
6. En outre, la plainte a été, en application des dispositions pertinentes du Règlement n°03/2002/CM/UEMOA du 23 mai 2002, relatif aux procédures applicables aux ententes et abus de position dominante à l'intérieur de l'UEMOA, notifiée, aux autorités sénégalaises, par lettre n°9834/DMRC/DCONC en date du 12 décembre 2019. A cette occasion, la Commission a également formulé des demandes de renseignements auprès desdites autorités. Ces demandes sont restées sans suite.
7. Les faits exposés et les renseignements collectés, suite à la réception de cette plainte, font apparaître des indices concordants de dysfonctionnement de la concurrence sur le marché de la confiserie dans l'Union.
8. Afin d'approfondir ces constatations préliminaires et de permettre à la Commission de disposer d'informations pertinentes suffisantes pour ouvrir, le cas échéant, une procédure contentieuse, une enquête de concurrence a été réalisée dans le secteur de la confiserie, à Dakar, au Sénégal du 09 au 20 mars 2020. Les résultats de cette enquête ont été complétés par des informations collectées sur le marché malien¹.

II. SECTEUR D'ACTIVITE

II.1- Le produit

9. Les confiseries sont des produits qui contiennent en majorité du sucre, auxquels sont ajoutés des arômes et des colorants. Ils sont présentés sous des formes et des textures diverses (bonbons gélifiés, sucettes, chewing-gums...).

¹ Rapport d'enquête de concurrence réalisée dans le secteur de la confiserie à Bamako, au Mali du 1^{er} au 12 juillet 2019.

10. Le secteur de la confiserie regroupe les activités de commercialisation et de fabrication des produits à base de sucre, auxquels des arômes et des matières grasses sont ajoutés. Les produits de la confiserie sont très variés. On y trouve, entre autres, les bonbons, les sucettes, les pâtes de fruits, les caramels, les chewing-gums de toutes formes, de toutes tailles, de toutes couleurs et de toutes consistances.
11. Selon la nomenclature douanière, ces produits concernent la position tarifaire 17 04 90 00 00 regroupant toutes les sucreries sans cacao (y compris le cacao blanc) à l'exception des gommes à mâcher.

II.2- Les acteurs

1. Les unités industrielles

12. Les unités industrielles suivantes ont été couvertes par l'enquête :

- ***Les Etablissements SAID NOUJAIM ET FRERES***

13. Créée à Dakar en 1946, la société « les Etablissements SAID NOUJAIM ET FRERES » est une entreprise familiale spécialisée dans la fabrication des produits de confiserie. Ses produits sont présents sur le marché et vendus généralement à la pièce. Il s'agit des bonbons enveloppés en double papillote, sous les marques déposées MENTHE FRAICHE, MOSS DOLI et JINI GINGER.
14. En complément de ses activités de confiserie, elle importe et commercialise le Chewing-gum HOLLYWOOD ainsi que le Bubble-gum TUTTI fabriqués sous licence MONDELEZ par la société sœur SOPAL à Abidjan (Côte d'Ivoire).

- ***La société CONFISEN***

15. La CONFISEN est une société à responsabilité limitée (SARL) créée en 2010. Sa principale activité est la fabrication et la commercialisation de bonbons sous la marque déposée « BEGUE ». Société de droit sénégalais, elle offre une gamme variée de bonbons conditionnés dans des cartons de 12 sachets de 100 pièces. Les bonbons « BEGUE » existent en 05 parfums que sont : Gingembre, Tamarin, Ananas, Menthe bleue et la Menthe noire.
16. Les sucettes « BEGUE » sont des sucettes enveloppées en bouquet dans des sachets de 50 pièces et conditionnées par carton de 12 sachets. Elles existent en 06 parfums que sont : Mangue, Fraise, Cola, Passion, « Madd » et Tamarin.

- ***La société VALDAFRIQUE***

17. Créée en 1942 par l'inventeur de la pastille VALDA, le pharmacien Henri Canonne, la société VALDAFRIQUE est devenue, au fil des ans, l'un des acteurs majeurs du marché des produits d'hygiène et de santé en Afrique de l'ouest. Grâce à son statut de laboratoire pharmaceutique, la société a depuis toujours mis à la disposition des populations des produits pharmaceutiques et parapharmaceutiques.
18. Les gammes des produits fabriqués et commercialisés par l'entreprise sont les pastilles VALDA, les insecticides avec la marque YOTOX, les produits d'hygiène et de désinfections, les produits pharmaceutiques et parapharmaceutiques et les cosmétiques. Les Pastilles

VALDA au goût de menthe, produits à base de gomme arabique du Ferlo ne cessent de s'étendre sur d'autres arômes : Ananas, Citron, Orange, Fraise Tutti Frutti.

2. Les importateurs et distributeurs

19. Le circuit de distribution est l'ensemble des canaux ou chaînes de distribution empruntés par un produit ou un service pour atteindre un consommateur. Selon la configuration de circuit de distribution des entreprises sénégalaises, il existe deux typologies à savoir le circuit direct et le circuit indirect.
20. Dans le circuit direct de distribution, l'entreprise productrice ou importatrice vend directement à ses clients ou passe par un prestataire en fixant les conditions de la collaboration.
21. Dans le circuit indirect, le producteur ou l'importateur vend sa marchandise à un ou des intermédiaires qui se chargeront ensuite d'atteindre le client final.

III. CONSTATATIONS EFFECTUEES

III.1- Le marché en cause ou marché pertinent

22. Le marché, au sens du droit de la concurrence, est défini comme le lieu sur lequel se rencontrent l'offre et la demande pour des produits ou des services spécifiques considérés par les acheteurs comme substituables entre eux et non substituables à d'autres.
23. Pour une meilleure appréciation, il est important de délimiter ou d'identifier le marché concerné appelé « marché pertinent ». Cette délimitation est essentielle car elle permet d'apprécier le pouvoir de marché des acteurs et les effets des pratiques mises en œuvre.
24. Le marché pertinent comporte deux dimensions, à savoir celle matérielle et celle géographique.

➤ La délimitation matérielle

25. La délimitation matérielle ou marché de produit en cause renvoie à l'ensemble des produits et/ou des services que l'acheteur considère comme interchangeables ou substituables en raison de leurs caractéristiques, de leur prix et de l'usage auquel ils sont destinés.
26. **Pour ce qui est de la présente affaire, les produits de la confiserie notamment les bonbons sont en cause.**

➤ La délimitation géographique

27. La délimitation géographique du marché permet d'identifier le droit applicable à la pratique et l'espace précisément concerné par la pratique.
28. Le marché géographique comprend le territoire sur lequel les entreprises concernées sont engagées dans l'offre des produits ou services en cause et sur lequel les conditions de concurrence sont suffisamment homogènes.

29. Pour ce qui est de la présente affaire et conformément à la jurisprudence UEMOA en matière de détermination de marché géographique, le marché géographique s'entend du marché commun de l'Union ou d'une partie significative de celui-ci.
30. En effet, les produits de la confiserie en provenance du Sénégal et à destination du Mali doivent remplir certaines conditionnalités afin d'être considérés comme produits d'origine. Dans le cas d'espèce, les produits concernés ont bénéficié d'un certificat d'origine des structures compétentes. Sur cette base, on peut considérer que le marché commun de l'UEMOA est le marché géographique.
31. En tout état de cause, ledit marché, conformément aux dispositions de l'Annexe n° 1 au Règlement n°03/2002/CM/UEMOA du 23 mai 2002 précité (Note 4), est une " partie significative du marché commun ", au sens de l'article 4.1 du Règlement n°02/2002/CM/UEMOA du 23 mai 2002 relatif aux pratiques anticoncurrentielles à l'intérieur de l'UEMOA, ce qui fonde la compétence de la Commission de l'UEMOA.

III.2- Les pratiques constatées

➤ La position de la société Confiserie du Sénégal (CONFISEN)

32. L'analyse de la situation des entreprises sur le marché permet de noter que le marché en cause est très concurrentiel avec plusieurs entreprises réparties sur le territoire de l'Union.
33. En outre, s'agissant du marché malien, objet de la plainte, en plus des unités de production de bonbons (au nombre de 03 dont GCM), il est également approvisionné par les importations dont une grande partie d'origine sénégalaise.
34. Sur ce marché malien, "La GCM a produit en moyenne sur les cinq dernières années 3 240 tonnes de produits de la confiserie (bonbons et chewing-gums) et elle se présente comme le leader de ce marché au plan national avec une part d'environ 67% en 2018 contre 70% en 2014. En 2018, elle a réalisé un chiffre d'affaires de [] Francs CFA dont les 70,83%, soit [] F CFA, sont issus des activités de confiserie". Les autres acteurs (producteurs locaux et importateurs) se partagent théoriquement un peu plus de 30 % de parts de marchés.
35. Par ailleurs, les informations collectées permettent de relever que les importations maliennes concernant les produits de la confiserie, en provenance du Sénégal, se réalisent sans difficultés majeures depuis la levée de la mesure d'interdiction temporaire de la délivrance de la déclaration préalable d'importation en 2019².
36. Enfin, l'analyse de la situation des entreprises sur le marché ne permet pas d'envisager une position dominante de la Société CONFISEN, en raison de son intégration verticale, cette entreprise n'appartenant à aucun groupe de dimension mondiale.

➤ La similarité des bonbons produits par CGM (GINGER) et des bonbons produits par CONFISEN (BEGUE)

37. La société de droit Malien dénonce des prix bas pratiqués par la Société CONFISEN au regard des coûts jugés trop compétitifs des bonbons « BEGUE » produits par la CONFISEN qui, pourtant, présentent les mêmes caractéristiques que les bonbons « Black Ginger » produits fabriqués et commercialisés par elle.

² Décision n° 09/COM/UEMOA/ relative à des pratiques anticoncurrentielles mises en œuvre dans le secteur de la confiserie au Mali

38. Les produits de ces deux entreprises, à savoir BLACK GINGER (CGM) et BEGUE(CONFISEN) sont des sous-produits de la confiserie. Ils ont pour spécificité d'être constitués essentiellement à partir de gingembre³. Ils présentent donc les mêmes caractéristiques en matière d'intrants utilisés dans le processus de fabrication. Cependant, on note que chaque entreprise à des conditionnements qui sont différents.
39. En effet, il y'a une différence au niveau des emballages. Les couleurs des films d'emballages et les sacs (couleur bleu pour les bonbons black Ginger et vert pour les bonbons BEGUE) ainsi que le packaging (nombre de paquet dans un carton) sont différents.
40. En tout état de cause, il apparait que la société CONFISEN n'occupe pas une position dominante sur le marché en cause. De ce fait, les préoccupations soulevées relèvent essentiellement de la contrefaçon ou de la concurrence déloyale, qui ne sont pas couvertes par les règles de concurrence prescrites par les articles 88, 89 et 90 du Traité de l'UEMOA modifié.

➤ **La question de la sous-évaluation des déclarations en douanes par la société CONFISEN**

41. Les informations collectées lors de l'enquête ne permettent pas de confirmer ses allégations relatives à la sous-évaluation des opérations en Douanes qui serait mis en œuvre par CONFISEN et décrié par GCM.
42. Outre ces constatations, les informations et données n'ont pas permis d'identifier des aides publiques octroyées par l'Etat du Sénégal qui pourraient expliquer la compétitivité de la Société CONFISEN sur le marché Malien comme allégué par la société GCM.

IV. ANALYSE JURIDIQUE

43. La présente analyse juridique a pour objet de déterminer si les faits relevés sont compatibles avec les dispositions de l'article 88 (b) du Traité de l'UEMOA et ses textes subséquents.
44. Précisément, il s'agit de vérifier si les constatations faites lors de l'enquête ne sont pas de nature à restreindre la concurrence sur le marché en cause.

IV.1- Le droit applicable

45. Les articles 88, 89 et 90 du Traité ainsi que ses textes d'application, notamment le Règlement n°02/2002/CM/UEMOA du 23 mai 2002, relatif aux pratiques anticoncurrentielles à l'intérieur de l'UEMOA et le Règlement n°03/2002/CM/UEMOA du 23 mai 2002, relatif aux procédures applicables aux ententes et abus de position dominante, fixent les règles de concurrence applicables à l'intérieur de l'Union Economique et Monétaire Ouest Africaine (UEMOA).

IV.2 Analyse des pratiques constatées

➤ **De l'abus de position dominante**

46. L'article 88 (b) du Traité de l'UEMOA dispose que « un an après l'entrée en vigueur du présent Traité, sont interdites de plein droit toutes pratiques d'une ou de plusieurs entreprises,

³ Le gingembre officinal est une espèce de plantes originaire d'Inde, du genre Zingiber et de la famille des Zingiberaceae dont on utilise le rhizome en cuisine et en médecine traditionnelle.

assimilables à un abus de position dominante sur le marché commun ou dans une partie significative de celui-ci ».

47. L'article 4 du Règlement n°02/2002/CM/UEMOA du 23 mai 2002, relatif aux pratiques anticoncurrentielles à l'intérieur de l'UEMOA précise :

« Est incompatible avec le marché commun et interdit, le fait pour une ou plusieurs entreprises d'exploiter de façon abusive une position dominante sur le marché commun ou dans une partie significative de celui-ci.

Sont frappées de la même interdiction, les pratiques assimilables à l'exploitation abusive d'une position dominante mise en œuvre par une ou plusieurs entreprises. Constituent une pratique assimilable à un abus de position dominante les opérations de concentration qui créent ou renforcent une position dominante détenue par une ou plusieurs entreprises ayant comme conséquence d'entraver de manière significative une concurrence effective à l'intérieur du marché commun. »

48. En outre, l'annexe n°1 au Règlement n°03/2002/CM/UEMOA du 23 mai 2002, relatif aux procédures applicables aux ententes et abus de position dominante à l'intérieur de l'UEMOA et concernant les notes interprétatives de certaines notions précise que la notion de « position dominante » au sens de l'article 88 (b) du traité se définit comme la situation où une entreprise a la capacité, sur le marché en cause, de se soustraire à une concurrence effective, de s'affranchir des contraintes du marché, en y jouant un rôle directeur.

49. L'existence d'une position dominante dépend de nombreux critères. Le critère le plus déterminant sera la part de marché qu'occupe une entreprise sur le marché en cause. Cette part se calcule en tenant compte des ventes réalisées par l'entreprise concernée et de celle réalisée par ses concurrents. Il y aura lieu de prendre en considération d'autres facteurs que la part de marché notamment :

- L'existence de barrières à l'entrée,
- L'intégration verticale,
- La puissance financière de l'entreprise ou du groupe auquel elle appartient.

50. Dans le cas d'espèce, comme mentionné aux paragraphes 34 et 35, sur le marché malien, l'acteur dominant est la GCM avec une part de marché d'environ 67% en 2018. La position de domination de la société CONFISEN n'est donc pas établie sur le marché de la confiserie au Mali.

51. Sur cette base, il n'apparaît pas nécessaire de poursuivre les développements sur les abus éventuels pouvant découler de cette position.

52. **En conséquence, sur la base des constatations effectuées, la pratique d'abus de position dominante de la société CONFISEN, sur le marché malien de la Confiserie n'est pas établie.**

V. Sur la base des constatations qui précèdent,

LA COMMISSION :

53. Considérant la compétence d'attribution de la Commission de l'UEMOA sur les interdictions énoncées aux articles 88 paragraphes (a) et (b) du Traité de l'UEMOA ;
54. Considérant que, sur la base des constatations effectuées, la pratique d'abus de position dominante de la société CONFISEN, sur le marché malien de la Confiserie n'est pas établie.

DECIDE

Article premier : Il n'est pas établi que les pratiques dénoncées par la société Grande Confiserie du Mali (GCM), à l'égard de la société « Confiserie du Sénégal (CONFISEN), constituent des abus de position dominante au sens de l'article 88 (b) du Traité et de ses textes subséquents, notamment l'article 4 du Règlement n°02/2002/CM/UEMOA du 23 mai 2002, relatif aux pratiques anticoncurrentielles à l'intérieur de l'UEMOA.

Article 2 : La plainte de la société Grande Confiserie du Mali (GCM) en date du 04 novembre 2019 est rejetée dans le fond.

Article 3 : Les autorités compétentes de la République du Sénégal, les autorités compétentes de la République du Mali, la société Grande Confiserie du Mali (GCM) et la société Confiserie du Sénégal (CONFISEN) sont destinataires de la présente décision.

Article 4 : En application de l'article 29 du Règlement n°03/2002/CM/UEMOA du 23 mai 2002, relatif aux procédures applicables aux ententes et abus de position dominante à l'intérieur de l'UEMOA, le résumé de la présente décision fera l'objet de publication par la Commission.

Article 5 : La présente Décision qui entre en vigueur à compter de sa date de signature, sera publiée au Bulletin Officiel de l'Union.

Fait à Ouagadougou, le 05 mai 2023

Pour la Commission,
Le Président

Abdoulaye DIOP

**DECISION N°09/2023/COM/UEMOA
RELATIVE A DES PRATIQUES DANS LE SECTEUR DE LA CIMENTERIE
AU SENEGAL**

**La Commission de l'Union Economique et Monétaire
Ouest Africaine**

- VU** le Traité modifié de l'Union Economique et Monétaire Ouest-Africaine (UEMOA) ;
- VU** l'Acte Additionnel n°02/2021/CCEG/UEMOA du 14 avril 2021, portant nomination des Membres de la Commission de l'UEMOA ;
- VU** l'Acte Additionnel n°03/2021/CCEG/UEMOA du 14 avril 2021, portant nomination du Président de la Commission de l'UEMOA ;
- VU** le Règlement n°02/2002/UEMOA du 23 mai 2002, relatif aux pratiques anticoncurrentielles à l'intérieur de l'Union Economique et Monétaire Ouest Africaine ;
- VU** le Règlement n°03/2002/CM/UEMOA du 23 mai 2002, relatif aux procédures applicables aux ententes et abus de position dominante à l'intérieur de l'Union Economique et Monétaire Ouest Africaine ;
- VU** le Règlement n°01/2018/CM/UEMOA du 23 mars 2018 portant Règlement Financier des Organes de l'Union Economique et Monétaire Ouest Africaine ;
- Prenant en compte** les conclusions du rapport d'enquête de concurrence, dans le secteur du ciment, réalisée du 14 au 25 octobre 2019 à Dakar, au Sénégal ;
- Considérant** l'Avis n° 04/2021/CCC/UEMOA du Comité Consultatif de la Concurrence en date du 18 juin 2021, relatif au projet de Décision portant sur des pratiques dans le secteur du ciment au Sénégal ;
- Considérant** les délibérations du Collège des Commissaires en date du 23 mars 2023 ;
- Prenant en compte** les autres pièces du dossier.

Considérant ce qui suit :

I. LE CONTEXTE ET LA PROCEDURE

1. Dans le cadre de sa mission de surveillance du marché, et suite à des informations recueillies sur le secteur du ciment au Sénégal, la Commission a réalisé, du 14 au 25 octobre 2019, une enquête de concurrence dans le secteur de la cimenterie au Sénégal.

2. Pour mener à bien ces investigations, la Commission a fait appel au concours de trois (03) agents des services nationaux de contrôle de la concurrence.
3. Les résultats de l'enquête, consignés dans un rapport d'enquête, ont fait l'objet d'une analyse au regard des dispositions pertinentes de l'article 88 du Traité et de ses textes subséquents, notamment les articles 3 et 4 du Règlement n°02/2002/CM/UEMOA du 23 mai 2002, relatif aux pratiques anticoncurrentielles à l'intérieur de l'UEMOA.

II. LE SECTEUR D'ACTIVITE

II.1 Le produit

4. Le produit en cause est le ciment. C'est un liant hydraulique fabriqué à partir du clinker auquel on apporte des ajouts, dans des proportions précises.

II.2 Les entreprises du secteur

II.2.1 La SOCOCIM INDUSTRIES

5. La SOCOCIM INDUSTRIES est la plus ancienne cimenterie du Sénégal, elle a été installée le 28 mai 1948. L'usine est située dans le département de Rufisque au niveau de la région de Dakar.
6. Aux termes de l'article 2 des statuts, la SOCOCIM INDUSTRIES s'investit dans : « la fabrication, l'importation, la vente, l'exportation des chaux, ciments et produits hydrauliques ou non, et généralement de tous les produits, matières, biens, objets et services concernant le bâtiment ».
7. La société emploie 334 salariés permanents et 301 salariés non permanents en 2019.
8. La composition du capital de la société est ainsi répartie :
 - Le groupe VICAT : [] % ;
 - Les actionnaires individuels : [] %.
9. Le récapitulatif du chiffre d'affaires (en F.CFA) de la SOCOCIM INDUSTRIES de 2014 à 2018 se présente comme suit :

Année	Chiffre d'Affaires
2014	[]
2015	[]
2016	[]
2017	[]
2018	[]

II.2.2 LES CIMENTS DU SAHEL S.A

10. Les Ciments du SAHEL S.A ont été installés en 1999, mais la production a effectivement démarré en 2002. L'usine est installée dans le village de Kirène (région de Thiès) distant de Dakar d'environ 40 Km, à côté des mines de calcaires et emploie 1029 salariés.

11. Selon l'article 2 des statuts de la société, son objet principal porte sur : « ...toutes activités en général de fabrication, de production et de vente de tous les ciments, gris, blancs, de tous dérivés de ciment, ou autre tel que le clinker correspondant à un stade quelconque du processus industriel de production... ».
12. Le récapitulatif du chiffre d'affaires (en F.CFA) de Ciments du SAHEL S.A, de 2014 à 2018 se présente comme suit :

Année	Chiffre d'affaires
2014	[]
2015	[]
2016	[]
2017	[]
2018	[]

II.2.3 DANGOTE CEMENT

13. DANGOTE CEMENT est la troisième née du secteur de la cimenterie au Sénégal. Son installation date du 04 avril 2007. L'usine est située à Pout dans la région de Thiès non loin des sites de calcaires. La société emploie 245 salariés permanents et 474 salariés non permanents.
14. Le récapitulatif du chiffre d'affaires (en F.CFA) de Dangote Cement de 2014 à 2018 se présente comme suit :

Année	Chiffre d'affaires
2014	- ¹
2015	[]
2016	[]
2017	[]
2018	[]

III. LES CONSTATATIONS EFFECTUEES

III.1 Le mécanisme de détermination des prix

15. Conformément aux dispositions de la loi n°94-63 du 22 Aout 1994 sur les prix, la concurrence et le contentieux économique, le prix du ciment au Sénégal est déterminé suivant le principe de la liberté des prix.
16. Toutefois, l'Administration se réserve, en cas de situations exceptionnelles pouvant occasionner des perturbations sur le marché, le droit d'intervenir par l'adoption de mesures temporaires dans un souci de régulation.
17. Les informations collectées, au cours de l'enquête, ont permis de relever plusieurs prix pratiqués au niveau des différents stades et lieux de commercialisation.

¹ La production a débuté en 2015

III.2. Le marché en cause

III.2.1 Le marché des produits

18. Le marché du produit est celui sur lequel se rencontrent l'offre et la demande. En l'espèce, l'enquête a porté sur la production et la distribution du ciment au Sénégal.
19. **Sur la base de ces éléments, on retiendra comme marché des produits, le marché de la production et la distribution de ciment.**

III.2.2 La délimitation géographique du marché

20. Selon l'annexe 1 au Règlement n°03/CM/UEMOA du 23 mai 2002, relatif aux procédures applicables aux ententes et abus de position dominante à l'intérieur de l'UEMOA, le marché géographique en cause correspond au territoire sur lequel les entreprises concernées contribuent à l'offre de produits et de services qui présentent des conditions de concurrence suffisamment homogènes et qui peut être distingué des territoires limitrophes, notamment par le fait que les conditions de concurrence y sont sensiblement différentes.
21. **L'enquête ayant concerné le marché sénégalais et le territoire du Sénégal constituant une partie significative du Marché Commun, celui-ci constitue le marché géographique.**

III.2 Les pratiques relevées

22. Les pratiques suivantes ont été relevées sur le marché en cause :

III.2.1. L'octroi de ristournes

23. Les investigations permettent de noter, sur le marché en cause, une politique commerciale des industriels de la cimenterie caractérisée par un système d'octroi de ristournes aux distributeurs. Ce système est généralement indexé à la quantité ou au tonnage des marchandises vendues (mensuellement). Les ristournes sont reversées aux bénéficiaires sous forme de produit.
24. Cependant, les conditions d'octroi de ces ristournes ne sont pas assez transparentes. Elles sont généralement octroyées sans qu'un barème physique n'en précise les modalités.
25. En outre, les distributeurs ne disposent d'aucun moyen pour faire le suivi des ristournes qui leur sont dues. Ils ne peuvent donc que s'en remettre à la bonne foi des industriels.

III.2.2. L'intervention de l'Etat dans le secteur

26. En 2017, l'Etat a institué une taxe spéciale d'un montant de 3000 francs CFA/tonne sur le prix du ciment. Cette taxe concerne aussi bien le ciment produit localement que le ciment importé, au Sénégal, à l'exclusion des exportations. Les principales motivations de cette réforme fiscale sont les suivantes :
 - le dynamisme du secteur avec une production en constante évolution ;
 - le faible niveau de contribution fiscale des acteurs du secteur comparativement à leur chiffre d'affaires ;

- la nécessité pour l'Etat de trouver des ressources complémentaires pour financer les infrastructures de base et améliorer les conditions de vie des populations.

27. Il convient de souligner qu'en raison de la forte concurrence sur le marché les industriels n'ont pas répercuté automatiquement l'impact de cette taxe spéciale sur leurs prix de vente. C'est donc plusieurs mois après son institution que les industriels, face à la baisse régulière de leur chiffre d'affaires, ont finalement répercuté l'incidence de cette taxe sur les prix de vente, ce qui a évidemment entraîné une hausse généralisée des prix du ciment.
28. Ainsi, suite à des perturbations sur le marché, découlant de cette hausse des prix et en vue de protéger le pouvoir d'achat des consommateurs, l'Etat du Sénégal a pris des mesures conservatoires en fixant temporairement des prix de vente plafond (maximum) du ciment.

IV. ANALYSE JURIDIQUE DES PRATIQUES RELEVÉES

IV.1. Le droit applicable

29. Les articles 88 et 89 et 90 du Traité de l'UEMOA et ses textes d'application, notamment le Règlement n°02/2002/CM/UEMOA du 23 mai 2002, relatif aux pratiques anticoncurrentielles à l'intérieur de l'UEMOA et le Règlement n°03/2002/CM/UEMOA du 23 mai 2002 relatif aux procédures applicables aux ententes et abus de position dominante, déterminent les règles de concurrence applicables à l'intérieur de l'Union Economique et Monétaire Ouest Africaine (UEMOA).

IV.2. De l'octroi des ristournes et des concertations sur les prix

30. Les investigations ont montré que des ristournes sur le tonnage sont octroyées en nature par l'ensemble des producteurs à leurs distributeurs suivant une périodicité et des conditions spécifiques.
31. Ces ristournes sont perçues comme des opérations commerciales faisant partie intégrante de la stratégie commerciale et ayant pour but d'augmenter les volumes de vente.
32. Aucune concertation pour l'octroi ou la détermination de la valeur de ces ristournes n'a été relevée, par l'enquête.
33. En outre, l'enquête n'a pas permis d'établir une concertation entre les acteurs pour fixer le prix du ciment.
34. **Sur cette base, la pratique d'entente anticoncurrentielle sur les prix n'a pas été établie.**
35. **Par ailleurs, en raison du caractère assez concurrentiel du marché, des pratiques d'abus de position dominante n'ont également pas été relevées.**

IV.3. De l'action de l'Etat

36. Le ciment est un produit dont la distribution et les prix sont libres sur le territoire sénégalais. Toutefois, conformément à la législation nationale, l'Etat est intervenu, dans le secteur, suite à des perturbations majeures, pour en plafonner les prix de vente et modifier la fiscalité, par l'introduction d'une nouvelle taxe de 3000 F sur la tonne.

37. Ces mesures, du fait de leur portée générale, n'ont pas contribué à créer des distorsions de concurrence en favorisant certains au détriment d'autres.
38. **De ce fait, il n'y a pas lieu de retenir une pratique anticoncurrentielle imputable à l'Etat sénégalais.**

V- SUR LA BASE DES CONSTATATIONS QUI PRECEDENT,

LA COMMISSION :

39. Considérant la compétence d'attribution de la Commission de l'UEMOA sur les interdictions énoncées aux articles 88 paragraphes (a) et (b) du Traité de l'UEMOA ;
40. Considérant que l'enquête n'a pas révélé de pratique qualifiée d'entente anticoncurrentielle ;
41. Considérant que l'enquête n'a pas permis de constater un abus de position dominante ;
42. Considérant que l'enquête n'a pas permis de constater une pratique anticoncurrentielle imputable à l'Etat du Sénégal.

DECIDE

- Article premier :** Il n'est pas établi que les industriels du secteur de la cimenterie au Sénégal ont enfreint les dispositions des articles 88 paragraphes (a) et (b) du Traité de l'UEMOA et des textes subséquents.
- Article 2 :** L'affaire relative à des pratiques dans le secteur de la cimenterie au Sénégal est classée.
- Article 3 :** Les entreprises SOCOCIM INDUSTRIES, LES CIMENTS DU SAHEL S.A, DANGOTE CEMENT et les autorités compétentes du Sénégal sont destinataires de la présente décision.
- Article 4 :** En application de l'article 29 du Règlement n°03/2002/CM/UEMOA du 23 mai 2002, relatif aux procédures applicables aux ententes et abus de position dominante à l'intérieur de l'UEMOA, le résumé de la présente décision fera l'objet de publication par la Commission.
- Article 5 :** La présente Décision qui entre en vigueur à compter de sa date de signature, sera publiée au Bulletin Officiel de l'Union.

Fait à Ouagadougou, le 05 mai 2023

Pour la Commission,
Le Président

Abdoulaye DIOP

**DECISION N°10/2023/COM/UEMOA
RELATIVE A DES PRATIQUES DANS LE SECTEUR DE L’AFFICHAGE PUBLICITAIRE EN
COTE D’IVOIRE**

**La Commission de l'Union Economique et Monétaire
Ouest Africaine,**

- VU** le Traité modifié de l'UEMOA, notamment en ses articles 4(a), 7, 76(c), 88, 89 et 90 ;
- VU** l'Acte Additionnel n°02/2021/CCEG/UEMOA du 14 avril 2021 portant nomination des Membres de la Commission de l'UEMOA ;
- VU** l'Acte Additionnel n°03/2021/CCEG/UEMOA du 14 avril 2021 portant nomination du Président de la Commission de l'UEMOA ;
- VU** le Règlement n°02/2002/UEMOA du 23 mai 2002 relatif aux pratiques anticoncurrentielles à l'intérieur de l'Union Economique et Monétaire Ouest Africaine ;
- VU** le Règlement n°03/2002/CM/UEMOA du 23 mai 2002 relatif aux procédures applicables aux ententes et abus de position dominante à l'intérieur de l'Union Economique et Monétaire Ouest Africaine ;
- VU** le Règlement n°01/2018/CM/UEMOA du 23 mars 2018 portant Règlement financier des Organes de l'UEMOA ;
- VU** la Décision n°06/2021/COM/UEMOA du 30 avril 2021 portant nomination des membres du Comité Consultatif de la Concurrence ;

Prenant en compte la lettre n°C98/2019 du 28 août 2020 de la société MEDIAWAYS relative à une plainte pour abus de position dominante contre la société JC DECAUX Côte d'Ivoire, et pratiques anticoncurrentielles imputables à l'Etat de Côte d'Ivoire à travers le Conseil Supérieur de la Publicité (CSP) et le Ministère de la Communication et des Médias ;

Considérant l'Avis n° 01/2022/CCC/UEMOA du Comité Consultatif de la Concurrence en date du 17 juin 2022 relatif au projet de Décision portant sur des pratiques dans le secteur de l'affichage publicitaire en Côte d'Ivoire ;

Considérant les délibérations du Collège des Commissaires en date du 23 mars 2023 ;

Prenant en compte les autres pièces du dossier ;

Considérant ce qui suit :

I. CONTEXTE ET PROCEDURE

1. Par lettre n°C98/2019 du 28 août 2020, la Société Civile Professionnelle d'Avocats (SCPA) Houphouët-Soro-Koné et associés a, au nom et pour le compte de la société MEDIWAYS, transmis à la Commission de l'UEMOA, une plainte pour abus de position dominante contre la société JC DECAUX Côte d'Ivoire, et pratiques anticoncurrentielles imputables à l'Etat de Côte d'Ivoire à travers le Conseil Supérieur de la Publicité (CSP) et le Ministère de la Communication et des Médias.
2. En particulier, le plaignant allègue que des mesures discriminatoires observées dans l'application de la réglementation régissant le secteur de l'affichage publicitaire dans le District d'Abidjan, ont insidieusement permis à la société JC DECAUX Côte d'Ivoire d'accroître ses parts de marchés sur ledit secteur au détriment de ses concurrents. Au soutien de ses allégations, la société MEDIWAYS relève que le 03 mai 2013, suivant un communiqué, le Ministère de la Communication et des Médias rappelait l'existence d'une mesure d'interdiction d'implantation de tous nouveaux dispositifs publicitaires, sur l'ensemble du territoire du District d'Abidjan et invitait les acteurs du secteur à s'y conformer.
3. Cependant, alors que ce communiqué était encore en vigueur, le CSP, organe chargé de la régulation du secteur de l'affichage publicitaire en Côte d'Ivoire, octroyait à la société JC DECAUX Côte d'Ivoire, dans le courant de l'année 2018, l'agrément aux fins d'exercice dans le secteur de l'affichage publicitaire en Côte d'Ivoire. Ainsi, les 23 et 24 juillet 2018, la société JC DECAUX Côte d'Ivoire annonçait dans différents communiqués de presse, avoir remporté deux contrats : l'un, avec la Société des Transports Abidjanais (SOTRA), société à participation financière publique majoritaire, et l'autre, avec la Commune de Cocody (Abidjan).
4. Le premier contrat, d'une durée de vingt (20) ans, porte sur la conception, l'installation et la maintenance d'abribus publicitaires et de poteaux d'arrêts sur le réseau d'exploitation de la SOTRA, ainsi que l'exploitation publicitaire des différents réseaux de transport de ladite société (bus, gare, terminaux de bus et de bateau-bus) dans le District d'Abidjan. Le second contrat, qui a trait à un programme de mobilier urbain publicitaire dans la commune de Cocody (Abidjan), concerne la conception, l'installation, l'exploitation et la maintenance d'une centaine de mobiliers urbains.
5. Par ailleurs, en mars 2019, le CSP, structure sous tutelle du Ministère chargé de la Communication et des Médias, a lancé une opération dite d'assainissement et de réorganisation du secteur de l'affichage dans le District d'Abidjan. Pour justifier cette opération, ledit Conseil et le Ministère de la Communication et des Médias indiquaient aux sociétés exerçant dans le domaine de l'affichage publicitaire que :
« ... ladite opération concernait les dispositifs publicitaires implantés avant la publication du décret n°2007-676 du 28 décembre 2007 portant réglementation de l'Affichage publicitaire en Côte d'Ivoire, et ne répondant pas aux prescriptions légales prévues en matière d'affichage publicitaire conformément aux dispositions des articles 81 et 83 du décret susvisé. »
6. Selon le plaignant, il avait été procédé à la date du 04 novembre 2008, soit quelques mois après la publication dudit décret, au recensement, par procès-verbal d'huissier, des dispositifs publicitaires existants avant l'entrée en vigueur de ce décret. Par la suite, le Conseil Supérieur de la Publicité et le Ministère de la Communication et des Médias ont lancé une vaste opération de démantèlement des dispositifs publicitaires de plusieurs sociétés dont la société MEDIWAYS, sans distinction des dispositifs implantés avant ou après la publication du décret de 2007.

7. Cette opération, qui a également concerné les dispositifs implantés avant ou après l'interdiction ministérielle de pose de nouveaux dispositifs publicitaires de 2013, n'a pas concerné, les dispositifs de la société JC DECAUX Côte d'Ivoire. Ceux-ci ont, selon le plaignant, été exemptés.
8. Afin de faire face à cette situation, la Chambre des Afficheurs de Côte d'Ivoire (CAFCI), la société MEDIWAYS ainsi que d'autres sociétés exerçant dans le secteur de l'affichage publicitaire ont adressé des sommations interpellatives au Conseil Supérieur de la Publicité ainsi qu'au Ministre de la Communication et des Médias, à l'effet de voir cesser le démantèlement des dispositifs publicitaires. Faute de réaction de la part des pouvoirs publics, la CAFCI, la société MEDIWAYS ainsi que d'autres sociétés du secteur concerné ont saisi les instances judiciaires.
9. Nonobstant cette saisine, la société MEDIWAYS affirme avoir été l'objet d'un acharnement de la part de l'Etat de Côte d'Ivoire par le biais de ses démembrements que sont le CSP et le Ministère de la Communication et des Médias. Elle soutient avoir subi de nombreuses sanctions disciplinaires, un avertissement et le retrait temporaire de son agrément.
10. Durant cette période, la société JC DECAUX, dont les dispositifs publicitaires n'ont pas fait l'objet de démantèlement, a continué à renforcer sa position dominante sur ledit marché au détriment de ses concurrents. Sur cette base, le plaignant considère que la société JC DECAUX Côte d'Ivoire abuse de sa position dominante, eu égard à sa réputation, à ses relations et à son pouvoir économique, et contribue à fausser le jeu de la concurrence avec le soutien des structures étatiques.
11. Pour donner suite à cette plainte et en application des dispositions pertinentes du Règlement n°03/2002/CM/UEMOA du 23 mai 2002, relatif aux procédures applicables aux ententes et abus de position dominante à l'intérieur de l'UEMOA, la Commission, après avoir admis la recevabilité de la plainte, l'a notifiée aux autorités ivoiriennes et a formulé des demandes de renseignements complémentaires à celles-ci ainsi qu'aux entreprises concernées.
12. Aussi, l'examen préliminaire des informations et documents reçus à ce stade de la procédure, a fait apparaître des indices concordants de dysfonctionnements de la concurrence dans le secteur de l'affichage publicitaire dans le District d'Abidjan. Afin d'approfondir ces constatations préliminaires et d'ouvrir, le cas échéant, une procédure contentieuse, la Commission a organisé, du 17 au 28 juillet 2021 à Abidjan, en Côte d'Ivoire, une enquête de concurrence dans ledit secteur.

II. SECTEUR D'ACTIVITE

II.1. Les produits et services

13. Aux termes de l'article premier du décret n°2007-676 du 28 décembre 2007 portant réglementation de l'Affichage publicitaire en Côte d'Ivoire, l'affichage publicitaire est « **la publicité effectuée au moyen de supports statiques, mobiliers, spectaculaires ou en volume sur lesquels sont apposés, diffusés, projetés et représentés des images et messages fixes, mobiles, sonores, par voie d'impression, de décoration, de calligraphie, des spots et d'animation** ».
14. En outre, l'exercice des activités d'affichage publicitaire est soumis à l'agrément du Conseil Supérieur de la Publicité (CSP). De même, l'implantation et l'exploitation de tous dispositifs sont soumises, à l'accord préalable du CSP et de l'autorité territoriale compétente. Ainsi, les

acteurs du secteur de l'affichage publicitaire en Côte d'Ivoire sont agréés dans les catégories suivantes :

- les panneaux publicitaires, à savoir les panneaux publicitaires routiers, les panneaux muraux et les panneaux publicitaires routiers éclairés par transparence ou par projection ;
- le mobilier urbain, dispositif ayant un caractère d'utilité publique qui peut supporter à titre accessoire de la publicité ;
- les enseignes publicitaires et la publicité lumineuse, constituées d'enseignes plates, parallèles ou perpendiculaires ou de dispositifs sur les murs des constructions ;
- les autres types d'affichage publicitaires (publicité à supports mobiles, l'affichage ambulant et les enseignes et pré-enseignes temporaires).

II.2 Les acteurs du secteur

II.2.1 Les structures publiques ou parapubliques

➤ Le Ministère chargé de la Communication et des Médias et ses démembrements

15. Ce Département ministériel est chargé de définir et de mettre en œuvre la politique du Gouvernement en matière de communication, à savoir, la presse, l'audiovisuel et la publicité. Il a, sous sa tutelle, plusieurs autorités de régulation dont l'Autorité de la Communication Publicitaire (ACP) créée par la loi n°2020-522 du 16 juin 2020 portant régime juridique de la communication publicitaire. Toutefois, l'ACP n'étant pas encore opérationnelle, c'est le Conseil Supérieur de la publicité (CSP) qui assure le rôle de régulateur en matière de publicité.

16. Le CSP est chargé du respect de la réglementation en matière d'affichage publicitaire. C'est un organe consultatif rattaché au Ministère de la Communication et des Médias. Il n'a pas le statut d'autorité administrative indépendante et ne jouit donc pas de la personnalité juridique. Les décisions en matière de publicité sont donc prises par le Ministre sur proposition de l'assemblée générale du CSP.

➤ La Société des Transports Abidjanais (SOTRA)

17. La SOTRA est une société à participation financière publique liée à l'Etat par une convention de concession. Elle a pour mission l'exploitation d'un service public de transport de personnes et de marchandises sur route et sur lagune dans les limites du District d'Abidjan.

18. En matière de publicité, la SOTRA dispose de mobiliers urbains et supports gérés par une régie publicitaire. A cet effet, elle a signé un contrat avec la société JC DECAUX pour l'implantation et l'exploitation de mobiliers urbains dans le district d'Abidjan (300 poteaux d'arrêts et 300 abribus).

➤ Les collectivités territoriales

19. Dans le cadre de leurs activités de gestion du domaine public, les collectivités territoriales régulent les opérations d'implantation de dispositifs publicitaires. Ainsi, elles délivrent des autorisations aux structures agréées et signent des contrats avec celles-ci pour la conception, l'installation, l'exploitation et la maintenance de dispositifs publicitaires.

20. C'est le cas, notamment de la Commune de Cocody qui, dans le cadre du renforcement de l'information municipale et de l'amélioration du confort de ses administrés, a signé, en septembre 2018, une convention avec la société JC DECAUX Côte d'Ivoire portant sur la conception, l'installation, l'exploitation et la maintenance d'une centaine de mobiliers urbains.

II.2.2 Les structures privées

21. Outre les structures publiques et parapubliques, le secteur d'activités est animé par les acteurs privés suivants :

➤ La société MEDIAWAYS

22. C'est une société à responsabilité limitée (SARL) au capital de 10.000.000 FCFA exerçant depuis plus d'une quinzaine d'années dans le secteur de la régie publicitaire avec pour cœur de métier, la publicité extérieure. Elle disposait, au moment des investigations, d'environ mille (1000) bornes d'affichages sur l'ensemble du territoire national.

➤ La société JC DECAUX Côte d'Ivoire

23. JC DECAUX Côte d'Ivoire est une société Anonyme au capital de 196 800 000 FCFA, filiale de JC DECAUX, leader mondial de la communication extérieure. JC DECAUX exerce exclusivement le métier de la communication extérieure et est spécialisée dans le mobilier urbain, la publicité dans les transports et l'affichage grand format. Cette entreprise est présente dans plus de 80 pays et gère plusieurs concessions publicitaires dans les transports (aéroports, métros, bus, trains, tramways...). Elle assure également la conception, l'installation, la maintenance et le financement des services tels que le Wi-Fi ou les bornes de recharges d'appareils mobiles.

24. Dans le cadre de son implantation, JC DECAUX Côte d'Ivoire, a signé en juillet 2018 avec la Société des Transports Abidjanais (SOTRA), une concession pour l'exploitation de ses espaces sur une période de deux décennies. Le contrat porte sur la conception, l'installation, l'exploitation et la maintenance de 300 abribus publicitaires et 300 poteaux d'arrêt sur le réseau de la SOTRA. Il comprend également l'exploitation publicitaire des bus, gares, terminaux de bus et bateaux-bus dans le district d'Abidjan.

25. Au cours de la même période, JC DECAUX Côte d'Ivoire a conclu un accord de 20 ans avec la commune de Cocody pour le déploiement, sur le périmètre communal, de mobiliers publicitaires d'information.

➤ La Chambre des Afficheurs de Côte d'Ivoire (CAFCl)

26. La CAFCl est une association professionnelle chargée de la défense des intérêts des acteurs du secteur. Elle comptait, au moment des investigations, trente-six (36) membres représentant des régies publicitaires. Ses membres disposent de plus de 3500 panneaux à Abidjan et plus de 2515 panneaux à l'Intérieur de la Côte d'Ivoire.

II.3 La réglementation régissant le secteur d'activité

27. Le secteur de l'affichage publicitaire en Côte d'Ivoire est régi par le décret n°2007-676 du 28 décembre 2007, précité, qui définit les différentes catégories d'affichage publicitaires, les autorisations administratives requises et précise les modalités de contrôle des activités liées à l'affichage publicitaire.

28. Afin de tenir compte des changements technologiques dans ce secteur d'activité et de lutter contre la prolifération des affichages clandestins et illégaux, les autorités ivoiriennes ont adopté la loi n°2020-522 du 16 juin 2020 portant régime juridique de la communication publicitaire. Cependant, les textes d'application de cette loi n'ont pas encore été pris, ce qui limite sa mise en œuvre.
29. Sur la base des dispositions du décret n°2007-676 du 28 décembre 2007, les autorités ivoiriennes ont accordé, en 2020, l'autorisation d'exercice de la profession de Régie Publicitaire à 126 Editeurs/Régisseurs en publicité répartis sur différents segments du marché, notamment, les panneaux publicitaires, le mobilier urbain, l'édition presse, l'affichage d'intérieur, l'affichage mobile, la publicité par objet, l'audiovisuel, l'événementiel.

III. CONSTATATIONS EFFECTUEES

III.1 La désorganisation du secteur d'activité

30. Dans le cadre de la politique nationale d'assainissement du secteur de l'affichage publicitaire, un recensement fait par le Bureau National d'Etudes Techniques et de Développement (BNEDT) a permis d'identifier près de 23.000 dispositifs publicitaires dont 13.255 dispositifs ont été collectés dans le District d'Abidjan. Cette étude a permis d'avoir la situation sur l'ensemble du territoire national.
31. Les principales conclusions de cette étude permettent de relever que 70% des panneaux publicitaires, sur toute l'étendue du territoire national, ne sont pas conformes à la réglementation en vigueur. Au niveau des panneaux routiers, le BNEDT a documenté 54% qui se situent en zone interdite, 21% de ces panneaux sont en des endroits illégaux et seulement 25 % respectent la réglementation. Enfin, 30% des panneaux publicitaires n'appartiennent à aucune régie publicitaire.¹
32. Par ailleurs, s'agissant des acteurs du secteur, l'étude permet de noter que la société MEDIWAYS fait partie des dix (10) entreprises majeures. Elle possède plus de 200 panneaux de 12 m² et 18 m², et plus de 700 bornes kilométriques, soit un total de 1000 faces environ, réparties sur toute l'étendue du territoire national, pour une part de marché approximative de 20%.
33. Quant à la société JC DECAUX Côte d'Ivoire, elle dispose de 225 mobiliers en extérieur (outdoor) auxquels pourront être ajoutés ses dispositifs intérieurs (indoor) situés à l'aéroport Félix Houphouët Boigny d'Abidjan et à l'intérieur des centres commerciaux Playce Marcory et Palmeraie, respectivement dans les communes de Marcory et Cocody, soit au total 280 mobiliers représentant 2,15% par rapport au nombre total des dispositifs publicitaires.

III.2 Les opérations d'assainissement du secteur de l'affichage publicitaire

34. Afin de faire face à la désorganisation du secteur de l'affichage publicitaire, les autorités ivoiriennes ont initié une vaste opération d'assainissement dudit secteur, notamment dans le District d'Abidjan.

¹ <https://www.fratmat.info/article/200238/Culture/sidi-toure---ce-systeme-va-contribuer-a-une-meilleure-gestion-des-dispositifs-publicitaires->

35. Cette opération a été marquée, d'une part, par l'interdiction de pose de nouveaux panneaux publicitaires et le démantèlement des panneaux publicitaires irréguliers et, d'autre part, par le retrait temporaire des agréments de certains acteurs.

36. Ainsi, dans le cadre de ladite opération, le CSP affirme avoir démantelé huit (08) panneaux publicitaires appartenant à la société JC DECAUX Côte d'Ivoire.

➤ **L'interdiction de pose de nouveaux panneaux publicitaires et le démantèlement des panneaux publicitaires irréguliers**

37. Par communiqué du 03 mai 2013, le Ministère chargé de la Communication et des Médias a rappelé aux acteurs du secteur, les dispositions en vigueur interdisant l'implantation de tous nouveaux dispositifs publicitaires, sur l'ensemble du territoire du District d'Abidjan et invitait les acteurs du secteur à s'y conformer. Ensuite, au mois de mars 2019, avec l'appui du CSP, ledit Ministère a lancé l'opération dite d'assainissement et de réorganisation du secteur de l'affichage publicitaire dans le District d'Abidjan.

38. Cette opération concernait les dispositifs publicitaires implantés avant la publication du décret n°2007-676 du 28 décembre 2007 portant réglementation de l'affichage publicitaire en Côte d'Ivoire. Il s'agissait des dispositifs publicitaires non conformes aux prescriptions légales et réglementaires mais également de ceux implantés en violation du communiqué interdisant la pose de nouveaux dispositifs. Les autorités ivoiriennes soutiennent que cette opération fait suite à un recensement de 8 402 panneaux irréguliers (dont 5 379 de régies non agréées et 3 023 de régies agréées) réalisé par un huissier en octobre 2008. Ainsi, plusieurs dispositifs publicitaires ont été démantelés y compris ceux de la société MEDIAWAYS.

➤ **Le retrait temporaire d'autorisation d'exercer de la société MEDIAWAYS**

39. Dans le cadre des opérations d'assainissement, et à la suite de plusieurs mises en demeure non exécutées, le Ministre chargé de la Communication et des Médias a, par Décision n°0793/MINCOM/CAB/DC du 07 juillet 2020, procédé au « retrait temporaire de l'agrément de la société MEDIAWAYS » pour une durée d'un (01) mois et lui a, en conséquence, fait injonction de s'abstenir d'organiser des campagnes publicitaires.

40. En outre, il a ordonné à ladite société de procéder au démantèlement de tous ses dispositifs publicitaires illégaux dans un délai de huit (08) jours à compter de la réception de ladite Décision.

III.3 L'exclusivité des conventions portant sur la conception, l'installation, l'exploitation et la maintenance de mobiliers urbains

➤ **Le contrat entre JC DECAUX et la SOTRA**

41. En juillet 2018, JC DECAUX a annoncé la signature par JC DECAUX Côte d'Ivoire, sa filiale détenue conjointement avec le Groupe Bolloré, d'un contrat de 20 ans avec la SOTRA, portant sur la mise en œuvre d'un programme de mobilier urbain publicitaire (abribus et poteaux d'arrêt), ainsi que sur l'exploitation publicitaire des différents réseaux de transport de la SOTRA (bus, gares, terminaux de bus et de bateau-bus) dans le District d'Abidjan. Cet accord porte sur la conception, l'installation, l'exploitation et la maintenance de 300 abribus publicitaires, 300 poteaux d'arrêts sur le réseau d'exploitation de la SOTRA dont 200 seront produits localement en partenariat avec SOTRA Industries. Il couvre également l'exploitation publicitaire de 500 bus (près de 2 000 bus à horizon 2020), 12 gares routières et 4 gares lagunaires.

42. En contrepartie, JC DECAUX Côte d'Ivoire s'engage à construire des abris-bus aux standards internationaux. Cet accord, selon JC DECAUX Côte d'Ivoire, ne concerne que 600 points sur les 1300 identifiés, soit 46% des sites concernés.

➤ **Le contrat entre JC DECAUX Côte d'Ivoire et la commune de Cocody**

43. La commune de Cocody a signé en juillet 2018 un contrat portant sur la conception, l'installation, l'exploitation et la maintenance de mobiliers urbains, notamment 90 mobiliers urbains pour information (MUPI) et 4 sanitaires publics à entretien automatique. Ce contrat, d'une durée de 20 ans, a pour objet la mise à disposition de la commune, d'un réseau de mobiliers urbains d'information d'intérêt public comportant 2 faces d'affichage qui visent, d'une part, à développer la communication municipale et, d'autre part, à afficher des plans de la Commune et la signalisation directionnelle. Cette opération est, par ailleurs, sans coût pour la commune de Cocody.

44. Selon JC DECAUX Côte d'Ivoire, le déploiement des activités prévues dans ces différentes conventions n'est pas encore effectif en raison de la mesure d'interdiction de pose des panneaux publicitaires prise par les autorités administratives dans le cadre de l'assainissement du secteur de l'affichage publicitaire.

IV. ANALYSE JURIDIQUE

45. La présente analyse juridique vise à déterminer si les faits relevés sont compatibles avec les dispositions de l'article 88 (a) et (b) du Traité de l'UEMOA et des textes subséquents. Il s'agit, en particulier, d'examiner le fonctionnement du marché de l'affichage publicitaire, notamment sur les segments des panneaux publicitaires et du mobilier urbain, et d'analyser les pratiques des acteurs afin de vérifier leur conformité avec les prescriptions de la législation communautaire de la concurrence.

46. Il s'agit également de vérifier si les actes de l'Etat de Côte d'Ivoire, matérialisés par le démantèlement des panneaux publicitaires et par certaines mesures ne sont pas de nature à restreindre la concurrence sur le marché cible.

IV.1 Le droit applicable

47. Les articles 4 (a), 7, 76 (c), 88, 89 et 90 du Traité et ses textes d'application notamment le Règlement n°02/2002/CM/UEMOA du 23 mai 2002 relatif aux pratiques anticoncurrentielles à l'intérieur de l'UEMOA et le Règlement n°03/2002/CM/UEMOA du 23 mai 2002 relatif aux procédures applicables aux ententes et abus de position dominante, fixent les règles de concurrence applicables à l'intérieur de l'UEMOA.

48. L'article 6 du Règlement n°02/2002/CM/UEMOA du 23 mai 2002 s'inscrit dans la continuité des dispositions ci-dessus citées et prescrit que « les Etats membres s'abstiennent de toutes mesures susceptibles de faire obstacle à l'application du présent Règlement et des textes subséquents. Ils s'interdisent notamment d'édicter ou de maintenir, en ce qui concerne les entreprises publiques et les entreprises auxquelles ils accordent des droits spéciaux et exclusifs, quelque mesure contraire aux règles et principes prévus à l'article 88 paragraphe (a) et (b) du Traité de l'Union. Les Etats membres s'interdisent en outre, d'édicter des mesures permettant aux entreprises privées de se soustraire aux contraintes imposées par l'article 88, paragraphe (a) et (b) du Traité de l'UEMOA. »

49. Par ailleurs, aux termes de l'article 4 du Règlement n°02/2002/CM/UEMOA du 23 mai 2002 relatif aux pratiques anticoncurrentielles à l'intérieur de l'Union Economique et Monétaire Ouest Africaine « est incompatible avec le marché commun et interdit, le fait pour une ou plusieurs entreprises d'exploiter de façon abusive une position dominante sur le marché commun ou dans une partie significative de celui-ci. Sont frappées de la même interdiction, les pratiques assimilables à l'exploitation abusive d'une position dominante, mises en œuvre par une ou plusieurs entreprises ».

IV.2 Le marché en cause

50. L'analyse des pratiques alléguées suppose tout d'abord de définir le marché pertinent. A cet effet, il convient de souligner que la Note interprétative 4 de l'Annexe 1 au Règlement n°03/2002/CM/UEMOA du 23 mai 2002 relatif aux procédures applicables aux ententes et abus de position dominante à l'intérieur de l'UEMOA, souligne que pour apprécier l'effet anticoncurrentiel d'une pratique et notamment, pour identifier une position dominante, la Commission utilisera comme critère la part de marché détenue par les parties à la pratique. Pour pouvoir déterminer cette part de marché, il est nécessaire d'avoir préalablement défini avec précision le " marché en cause ". Ce marché est le résultat de la combinaison entre " le marché de produits en cause " et "le marché géographique en cause".

➤ Le marché de produits en cause

51. En application des dispositions du décret n°2007-676 du 28 décembre 2007, les acteurs du secteur de l'affichage publicitaire en Côte d'Ivoire sont agréés dans l'une ou l'autre ou plusieurs des catégories sus mentionnées en fonction de la demande formulée à l'autorité. Ainsi, certains acteurs ont été agréés uniquement pour la catégorie panneaux publicitaires, d'autres pour le mobilier urbain ou pour plusieurs catégories à la fois. Cette segmentation dans l'agrément des acteurs de l'affichage publicitaire, permet de considérer que le marché de l'affichage publicitaire est compartimenté en quatre (04) sous-secteurs, à savoir les panneaux publicitaires, le mobilier urbain, les enseignes publicitaires et la publicité lumineuse ainsi que les autres types d'affichages publicitaires (publicité à supports mobiles, l'affichage ambulancier et les enseignes et pré-enseignes temporaires).

52. En l'espèce, les faits en cause portent sur les marchés des panneaux publicitaires et du mobilier urbain. **On retiendra sur cette base que les marchés concernés sont ceux des panneaux publicitaires et du mobilier urbain.**

➤ Le marché géographique en cause

53. L'annexe n°1 du Règlement n°03/2002/CM/UEMOA du 23 mai 2002 précité, notamment la " Note 4", relative à la notion de " marché en cause ", précise que : " dans l'appréhension du marché en cause dans une affaire d'abus de position dominante, le territoire géographique d'un Etat membre, quel que soit le poids économique de celui-ci, pourra être considéré comme une " partie significative du marché commun ", au sens de l'article 4.1 du Règlement n°02/2002/CM/UEMOA du 23 mai 2002 relatif aux pratiques anticoncurrentielles à l'intérieur de l'UEMOA.

54. En l'espèce, les faits mis en cause portent, pour l'essentiel, sur des présomptions de pratiques d'abus de position dominante dans le secteur de l'affichage publicitaire dans le District d'Abidjan. **Il convient donc de considérer que le marché géographique est le District d'Abidjan qui est une partie significative du marché Commun.**

IV.3 Des pratiques d'abus de position dominante

➤ Sur le marché des panneaux publicitaires

55. Comme souligné aux paragraphes 30 à 33, l'étude réalisée par le BNETD permet de noter que le marché des panneaux publicitaires est assez concurrentiel avec l'existence de plusieurs régies agréées par les autorités administratives. En outre, cette étude permet d'estimer la part de marché au niveau national de la société MEDIAWAYS à 20%. Quant à la société JC DECAUX Côte d'Ivoire, elle dispose de 225 mobiliers en extérieur (outdoor) auxquels pourront être ajoutés ses dispositifs intérieurs (indoor) situés à l'aéroport Félix Houphouët Boigny d'Abidjan et à l'intérieur des centres commerciaux Playce Marcory et Palmeraie, respectivement dans les communes de Marcory et Cocody, soit au total 280 mobiliers représentant 2,15% par rapport au nombre total des dispositifs publicitaires.
56. Concernant spécifiquement le segment du mobilier urbain, les investigations ont permis de relever, dans le District d'Abidjan, l'existence de quatre (04) régies agréées, à savoir CIBLE, QUARTZ REGIE, URBAN CONCEPT et JC DECAUX Côte d'Ivoire. Avec ses 280 mobiliers, JC DECAUX Côte d'Ivoire détient une part de marché de 2 à 3% sur des dispositifs publicitaires identifiés par le BNETD sur toute l'étendue du territoire (13255).
57. **Sur cette base, on peut considérer qu'en l'espèce, la société JC DECAUX Côte d'Ivoire, en dépit de son intégration verticale découlant de son appartenance à un groupe de renommée mondiale, n'est pas en position dominante sur les deux segments, à savoir le marché des panneaux publicitaires et celui du mobilier urbain.**

IV.4 Des pratiques imputables à l'Etat

➤ Des pratiques discriminatoires à l'encontre de MEDIAWAYS

58. Au terme de l'étude du BNETD ci-dessus citée, 70% des panneaux publicitaires ne respectent pas la réglementation. En effet, 13255 dispositifs publicitaires ont été collectés dans le District d'Abidjan qui ne devrait, selon le Ministre de la Communication, des Médias et de la Francophonie, en accueillir que 3000.² Fort de cette situation, le Ministère de la Communication, des Médias et de la Francophonie a entrepris des opérations d'assainissement matérialisées par l'interdiction de pose de nouveaux panneaux publicitaires et le démantèlement des dispositifs publicitaires irréguliers.
59. Dans le cadre de cette opération d'assainissement du secteur de l'affichage publicitaire, une trentaine de panneaux publicitaires de MEDIAWAYS (panneaux publicitaires de 12 m² à une ou deux faces) ont été démantelés par le CSP. L'entreprise concernée considère que cette opération était discriminatoire et visait en réalité à donner des parts de marché au nouvel acteur, la société JC DECAUX Côte d'Ivoire.
60. A l'analyse, il ressort que l'opération en cause visait l'ensemble des acteurs du marché, dont la société JC DECAUX qui a vu sept (7) de ses dispositifs publicitaires de 8 m² et 13 autres dispositifs démantelés à l'occasion de la même opération.

² <https://www.fratmat.info/article/200238/Culture/sidi-toure---ce-systeme-va-contribuer-a-une-meilleure-gestion-des-dispositifs-publicitaires->

61. Sous ce rapport, il ressort que l'opération d'assainissement du secteur de l'affichage publicitaire concernait, sans distinction, aussi bien l'ensemble des acteurs dudit secteur que tous les dispositifs irréguliers et ceux postérieurs au communiqué d'interdiction de pose de nouveaux panneaux publicitaires. Cette opération, contrairement aux allégations de MEDIAWAYS, n'était pas dirigée contre cette société en vue de favoriser l'implantation de la société JC DECAUX Côte d'Ivoire.

62. Sur cette base, le traitement discriminatoire de l'Etat ou de ses démembrements à l'égard de MEDIAWAYS n'est pas avéré.

➤ **Des contrats signés entre JC DECAUX Côte d'Ivoire et la SOTRA et entre JC DECAUX et la commune de Cocody**

63. Les contrats conclus par la société JC DECAUX avec la Commune de Cocody, collectivité territoriale, d'une part, et avec la SOTRA, société à participation financière publique majoritaire, d'autre part, peuvent être appréhendés comme des conventions de délégation de service public, sous forme de concession. Dans la concession, le délégataire est chargé de réaliser les ouvrages ou acquérir des équipements à ses frais et en retour, il se rémunère en exploitant les ouvrages ou équipements avec le droit de percevoir des redevances sur les usagers du service public concédé.

64. En l'espèce, les investigations n'ont pas permis de conférer à ces conventions un caractère limitatif de l'accès au marché. En effet, sur les treize (13) communes du District d'Abidjan, la concession ne concerne qu'une seule, celle de Cocody. Mieux, d'autres acteurs ont des conventions avec les autres collectivités territoriales et l'enquête a permis de constater que la société MEDIAWAYS a conclu un contrat de même type avec la commune de Bingerville.

65. En outre, la convention avec la SOTRA ne portait pas, comme souligné aux paragraphes 41 et 42, sur l'ensemble des sites de ladite société. En effet, la concession porte sur 600 points sur les 1300 identifiés, soit 46% des sites concernés.

66. Sur cette base, les contrats conclus entre la SOTRA et JC DECAUX Côte d'Ivoire, d'une part, et, d'autre part, entre JC DECAUX et la Commune de Cocody, ne sauraient être appréhendés comme des pratiques anticoncurrentielles imputables à l'Etat de Côte d'Ivoire par le truchement de ses démembrements.

V- SUR LA BASE DES CONSTATATIONS QUI PRECEDENT,

LA COMMISSION,

67. Considérant que les pratiques abusives invoquées à l'encontre de la société JC DECAUX Côte d'Ivoire sur les deux segments du marché en cause, à savoir les panneaux publicitaires et le mobilier urbain ne sont pas fondées ;

68. Considérant que les pratiques discriminatoires alléguées à l'égard de l'Etat ivoirien et de ses démembrements en vue de favoriser l'implantation de la société JC DECAUX Côte d'Ivoire sur le marché en cause ne sont pas avérées.

DECIDE :

Article premier : Il n'est pas établi que la société JC DECAUX Côte d'Ivoire a enfreint les dispositions de l'article 88 (b) du Traité de l'UEMOA et ses textes d'application.

Article 2 : La plainte de la société MEDIAWAYS est rejetée au fond.

Article 3 : La Société JC DECAUX Côte d'Ivoire, la société MEDIAWAYS et les autorités compétentes de la République de Côte d'Ivoire sont destinataires de la présente décision.

Article 4 : La présente Décision, qui entre en vigueur à compter de sa date de signature, sera publiée au Bulletin Officiel de l'Union.

Fait à Ouagadougou, le 05 mai 2023

Pour la Commission,
Le Président

Abdoulaye DIOP

**DECISION N°11/2023/COM/UEMOA
RELATIVE A DES PRATIQUES DANS LE SECTEUR DE LA METALLURGIE AU BENIN**

**La Commission de l'Union Economique et Monétaire
Ouest Africaine,**

- VU** le Traité modifié de l'UEMOA, notamment en ses articles 4(a), 7, 76(c), 88, 89 et 90 ;
- VU** l'Acte Additionnel n°02/2021/CCEG/UEMOA du 14 avril 2021 portant nomination des Membres de la Commission de l'UEMOA ;
- VU** l'Acte Additionnel n°03/2021/CCEG/UEMOA du 14 avril 2021 portant nomination du Président de la Commission de l'UEMOA ;
- VU** le Règlement n°02/2002/UEMOA du 23 mai 2002 relatif aux pratiques anticoncurrentielles à l'intérieur de l'Union Economique et Monétaire Ouest Africaine ;
- VU** le Règlement n°03/2002/CM/UEMOA du 23 mai 2002 relatif aux procédures applicables aux ententes et abus de position dominante à l'intérieur de l'Union Economique et Monétaire Ouest Africaine ;
- VU** le Règlement n° 01/2018/CM/UEMOA du 23 mars 2018 portant Règlement financier des Organes de l'UEMOA ;
- VU** la Décision n°06/2021/COM/UEMOA du 30 avril 2021 portant nomination des membres du Comité Consultatif de la Concurrence ;

Prenant en compte les conclusions du rapport d'enquête de concurrence, dans le secteur de la métallurgie, réalisée du 06 au 17 septembre 2021 à Cotonou, au Bénin ;

Considérant l'Avis n°02/2022/CCC/UEMOA du Comité Consultatif de la Concurrence en date du 17 juin 2022 sur le projet de Décision relative à des pratiques dans le secteur de la métallurgie au Bénin ;

Considérant les délibérations du Collège des Commissaires en date du 23 mars 2023 ;

Prenant en compte les autres pièces du dossier ;

Considérant ce qui suit :

I. CONTEXTE ET LA PROCEDURE

1. Dans le cadre de la mise en œuvre de la réglementation communautaire de la concurrence, la Commission de l'UEMOA suit l'évolution des activités dans les secteurs jugés prioritaires en raison de leur impact sur la compétitivité de l'activité économique dans l'Union et des difficultés rencontrées par les entreprises sur certains marchés d'importance capitale comme celui de la métallurgie.
2. C'est ainsi qu'à la suite d'informations faisant état de pratiques de nature à restreindre la concurrence qui auraient été mises en œuvre dans le secteur de la métallurgie au Bénin et après l'examen d'un rapport préliminaire d'enquête réalisée par le Ministère en charge du commerce du Bénin, la Commission a décidé de réaliser une enquête de concurrence dans le secteur de la métallurgie au Bénin, du 06 au 17 septembre 2021.
3. Les résultats de l'enquête, consignés dans un rapport, ont fait l'objet d'une analyse au regard des dispositions pertinentes de l'article 88 du Traité et de ses textes subséquents, notamment les articles 3 et 4 du Règlement n°02/2002/CM/UEMOA du 23 mai 2002 relatif aux pratiques anticoncurrentielles à l'intérieur de l'UEMOA.

II. SECTEUR D'ACTIVITE

II.1 Les produits

4. L'offre dans le secteur de la métallurgie au Bénin regroupe les produits de l'acier fabriqués localement et ceux importés. Parmi ces produits, on peut citer les fers à béton, les tôles, les tuyaux, les pointes, les cornières, etc. Toutefois, l'enquête s'est focalisée sur le fer à béton, étant donné que c'est dans ce segment que les indices de pratiques anticoncurrentielles ont été relevés.
5. Le fer à béton est un sous-produit de l'industrie sidérurgique. Il est défini comme une armature pour béton armé à haute adhérence dont la surface présente des aspérités en saillies par rapport à l'axe de la barre, appelées verrous ou crantages, et destinées à favoriser une résistance mécanique en traction et en compression. Il est conçu de sorte à résister à des sollicitations mécaniques ou à des agressions chimiques ou encore à une combinaison des deux, tout en gardant sa ductilité, c'est-à-dire sa capacité à s'étirer sans rompre. Il est utilisé dans la construction de bâtiments, d'ouvrages d'arts, de routes, etc.
6. Le fer à béton est fabriqué selon deux procédés : le laminage à froid et le laminage à chaud. Le procédé de laminage à froid vise à modifier, par compression entre des cylindres, les propriétés des produits tels que l'épaisseur, les caractéristiques mécaniques et technologiques, sans chauffage préalable du matériau de départ, constitué par des bobines de fils machine, après leur avoir fait subir plusieurs traitements préalables, notamment le décalaminage, le calibrage, le pointage et le lissage.
7. Le procédé de laminage à chaud, quant à lui, permet d'obtenir les produits par recyclage de la ferraille tout venant. En effet, la ferraille collectée et transportée à l'usine est triée et fondue dans des fours à une température de 1600°C. Le produit de la fonte, mélangé à des alliages ferreux pour ajuster ses caractéristiques, permet, par la technique de la coulée continue, de produire des billettes. Les ronds à béton sont obtenus à partir du chauffage des billettes à une température comprise entre 1200 et 1300°C.

II.2 Les entreprises du secteur

II.2.1. La société MACELEC

8. La société MACELEC est une entreprise qui produit, à travers le procédé de laminage à froid, des fers à béton qu'elle distribue sous la marque UTA au Bénin. Cette entreprise a cessé ces activités depuis octobre 2020, à la suite de difficultés ayant conduit à l'arrêt de la production.

II.2.2 Société HUANGYU BENIN

9. La Société HUANGYU BENIN SA a été créée en 2013 avec un capital social de cent millions (100 000 000) FCFA réparti entre deux actionnaires de nationalité chinoise. Elle a démarré ses activités en 2017 et emploie environ deux cents (200) agents dont une cinquantaine de permanents.
10. Bénéficiaire, à sa création, des avantages du code des investissements, précisément ceux du régime de la zone franche industrielle, elle exerce actuellement sous le régime du droit commun. Une demande de bénéfice des avantages du nouveau code des investissements, pour une extension, a été introduite auprès des autorités compétentes.
11. Son procédé de fabrication est celui du laminage à chaud avec une capacité de production de quarante (40) tonnes par jour. Quatre-vingt-dix pour cent (90%) de la matière première est constituée de ferraille achetée localement. Le manganèse, qui est l'adjuvant principal, est importé de l'Indonésie ou de l'Afrique du Sud.
12. Le circuit de distribution est animé par des distributeurs ou grossistes répartis sur le territoire béninois et choisis en fonction des volumes de commande et de la capacité financière. Il n'existe pas de contrat de distribution formel. La demande est faite sur initiative des distributeurs et la société veille à limiter le nombre de ceux-ci en fonction de la situation.

II.2.3. La société SIAB

13. La Société Industrielle d'Acier du Bénin (SIAB) est une société anonyme, créée le 19 août 1996. Rachetée en 2001 par le groupe HAGE qui en prend le contrôle avec une participation au capital de [] %, les [] % restant sont détenus par Monsieur BAALBAKI Salim qui en est le Directeur Général. Son capital est actuellement d'un milliard (1 000 000 000) FCFA. Elle employait, en 2021, 690 employés dont 269 permanents.
14. Le processus de fabrication de la SIAB repose sur le système de laminage à froid. Elle met sur le marché divers produits de la métallurgie dont le fer à béton. Elle a réalisé en 2021 un chiffre d'affaires s'évaluant à [] F CFA, et détient une part de 63,94% du marché des fers à béton. Elle s'approvisionne en matière première sur le marché international à travers le groupe HAGE.

II.2.4. La société SBS

15. La SBS est une société anonyme au capital d'un milliard trois cent cinquante millions (1.350.000.000) F CFA, créée le 08 mars 2018. Elle est née du rachat de la société SOTA BENIN par le Groupe HAGE qui détient [] % des parts du capital et les [] % restant détenus par Monsieur Salim BAALBAKI, Directeur Général de la société SIAB. La SBS a pour activité principale la production de fers à béton par le procédé du laminage à froid dont la matière

première est importée, notamment de la Chine, la Russie, l'Ukraine et le Brésil. Elle emploie environ 100 travailleurs dont 60 contractuels et 40 permanents. Elle s'approvisionne sur le marché international à travers le groupe HAGE.

16. D'une capacité de production de 23.500 tonnes par an avec un chiffre d'affaires d'environ [] F CFA à la fin de l'année 2021, la SBS détient une part de marché d'environ 24%.

II.2.5. La société TRANSACIER

17. La société de Transformation des Aciers (TRANSACIER), créée le 17 octobre 2000, avec un capital social de six cent cinquante millions (650 000 000) francs CFA, est une filiale du groupe SIBA dont le siège est au Sénégal. Ledit groupe détient [] % des actions, [] % sont détenus par Monsieur Imad HUSSEIN et [] % par Monsieur Christian CONSOL. L'effectif des agents de la société en 2021 est de cent (100) personnes.
18. La production de cette entreprise repose sur le procédé du laminage à froid. Elle n'exploite que 5% à 10% de sa capacité annuelle de production estimée à cent mille (100 000) tonnes. Elle met sur le marché divers produits de la métallurgie dont le fer à béton.
19. L'approvisionnement en matières premières (fil machine, bobine de tôle) se fait via le groupe ou par TRANSACIER lui-même. Ces achats proviennent de la Chine, de l'Ukraine, de la Turquie et du Brésil.
20. La société TRANSACIER est placée sous règlement préventif depuis 2016 en raison de difficultés financières, de la dépréciation de la valeur des stocks.

II.2.6. La société AARTI STEEL BENIN

21. AARTI STEEL Sarl a été créée en 2009 avec un capital social de cent vingt-sept millions (127 000 000) FCFA réparti entre les trois (03) actionnaires suivants :
- Société AROMATIC STEEL PRIVATE LIMITED: [] actions, soit []% du capital ;
 - Société ROCKLAND STEEL TRADING PRIVATE LIMITED: [] actions, soit [] % du capital
 - Société AARTI IRON ET POWER LIMITED : [] actions, soit [] % du capital.
22. Cette société, spécialisée dans la commercialisation des fers à béton ainsi que des tôles ondulées de couleur, produits à travers le procédé du laminage à froid. Elle rencontre d'énormes difficultés et est en cours de cessation d'activités du fait de la hausse des cours des matières premières et de la forte concurrence sur le marché local.

II.2.7. La société SONIMEX SARL

23. Créée en janvier 2001, la Société de Négoce Import-Export (SONIMEX) avec un capital dix millions (10 000 000) FCFA est une société unipersonnelle qui a un effectif d'une centaine de salariés en emplois directs et indirects et contrôle environ 5% du marché national. Elle est spécialisée dans la production et la commercialisation des matériaux de construction tels que le fer à béton, les pointes ordinaires et galvanisées et les tôles.

24. Les fers à béton de SONIMEX sont produits à partir du laminage à froid des couronnes de fils machines. La capacité de production de la SONIMEX est de 12 000 tonnes par an de fer à béton.

II.2.8. Les importateurs

25. Les importations de fers à béton au Bénin sont réalisées essentiellement par les industriels du secteur des bâtiments et les entreprises de travaux publics. Ces importations sont devenues, au fil des années, assez marginales en raison du développement de la production locale. En effet, sur le marché local, les fers à béton importés sont généralement moins compétitifs que ceux produits localement.

II.2.9. L'Association des Industriels du Bâtiment du Bénin (AI2B)

26. L'AI2B est née d'un regroupement informel des producteurs d'aciers du Bénin. Elle a été créée en octobre 2017 et a pour objectif d'identifier les difficultés du secteur de la métallurgie, de défendre les intérêts des membres et de promouvoir ce secteur. Au nombre de cinq (05) à la création, l'association comprend aujourd'hui six (06) membres que sont : SIAB, SBS, AARTI STEEL, TRANSACIER, SONIMEX et MACELEC.

27. Tous les producteurs ne sont pas membres de l'association. A titre illustratif, même si la société HUANGYU BENIN a participé à certaines réunions en vue de la création de cette association, elle n'en est pas membre. En effet, au regard de certaines différences liées notamment à la matière première et au mode de production, HUANGYU BENIN a considéré que sa participation à l'association n'était plus pertinente.

III. CONSTATATIONS EFFECTUEES

III.1 Le marché en cause

III.1.1 La délimitation matérielle

28. Le marché des produits à prendre en considération pour apprécier les pratiques relevées est celui sur lequel l'offre et la demande de fer à béton se rencontrent. En effet, l'enquête dans le secteur de la métallurgie au Bénin s'est focalisée sur le segment des fers à béton, qui regroupe les indices de pratiques anticoncurrentielles portés à la connaissance de la Commission.

29. Tel que défini, ce marché regroupe l'ensemble des producteurs et des importateurs opérant dans ce secteur d'activités et les acheteurs qui manifestent leur volonté par des contrats d'achat ou des achats ponctuels selon leurs besoins.

30. Partant, le marché examiné est celui de la production et de la distribution des fers à béton au Bénin.

III.1.2 La délimitation géographique du marché

31. Selon l'annexe 1 du Règlement n°03/2002/CM/UEMOA du 23 mai 2002 relatif aux procédures applicables aux ententes et abus de position dominante à l'intérieur de l'UEMOA, le marché géographique en cause correspond au territoire sur lequel les entreprises concernées contribuent à l'offre de produits et de services qui présentent des conditions de concurrence

suffisamment homogènes et qui peut être distingué des territoires limitrophes, notamment par le fait que les conditions de concurrence y sont sensiblement différentes.

32. Il convient également de retenir que, dans l'appréciation du marché en cause dans une affaire d'abus de position dominante, le territoire géographique d'un Etat membre, quel que soit son poids économique, pourra être considéré comme une partie significative du marché commun au sens de l'article 4.1 du Règlement n°02/2002/CM/UEMOA du 23 mai 2002 relatif aux pratiques anticoncurrentielles à l'intérieur de l'UEMOA.
33. L'enquête ayant été circonscrite au marché béninois qui constitue une partie significative du marché commun, le territoire du Bénin constitue le marché géographique.

III.2 La position dominante de la SIAB

34. Les investigations ont permis de constater que le marché de la métallurgie au Bénin est assez concurrentiel avec l'existence de plusieurs entreprises. Le tableau ci-dessous décrit la position des différents acteurs pour la période 2017 à 2021 sur ledit marché :

Tableau : Parts de marché des entreprises du secteur de 2017 à 2021

Entreprises	part de marché en 2017	part de marché en 2018	part de marché en 2019	part de marché en 2020	part de marché en 2021
SIAB	65,47%	63,27%	74,78%	67,79%	63,94%
SBS	0,00%	13,89%	15,87	18,62%	24,02%
TRANSACIER	20,34%	11,22%	4,95%	4,34%	2,21%
HUANG YU	0,00%	6,93%	2,50%	4,18%	3,58%
AARTI STEEL	14,19%	4,69%	1,89%	1,90%	1,05%
SONIMEX	0,00%	0,00%	0,00%	3,16%	5,21%
MACELEC	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%

Source : Commission de l'UEMOA/ données collectées pendant l'enquête

35. L'exploitation des données du tableau sur les parts de marché de chaque entreprise du secteur permet de relever que la société SIAB détient plus de 60% de part de marché. En outre, cette structure appartient au groupe HAGE qui est très présent dans le secteur de la métallurgie sur le marché communautaire, opérant en plus du Bénin, au Burkina Faso et au Togo.

III.3 L'opération de rachat de la SOTA BENIN par le groupe HAGE (actionnaire majoritaire de la SIAB),

36. Par ailleurs, dans le cadre de son expansion commerciale, courant 2017-2018, le groupe HAGE a racheté la société SOTA BENIN (renommée SBS), une entreprise concurrente de la société SIAB, sa filiale au Bénin. Une analyse de l'évolution des prix entre les deux filiales du groupe HAGE au Bénin relève généralement un écart de dix mille (10 000) F CFA, les prix de SIAB restant toujours supérieurs à ceux de SBS.
37. Le groupe HAGE, à travers la SIAB étant en position dominante sur le marché du fer à béton au Bénin, ses agissements, sous quelque forme ou manifestation qu'ils se présentent, seront analysés au regard des dispositions de la législation communautaire de la concurrence en termes notamment d'exploitation abusive.

III.4 Les accords entre les acteurs du secteur

38. En ce qui concerne les clauses contractuelles de nature à restreindre la concurrence, les investigations ont permis de relever que la quasi-totalité des acteurs ne sont pas liés à des distributeurs par des contrats de distribution. Mieux, certains d'entre eux réalisent des ventes directes aux consommateurs.
39. C'est le cas, notamment de la SIAB qui utilise les deux modes de vente, à savoir la vente directe aux consommateurs et la vente aux distributeurs qui servent d'intermédiaires entre le producteur et le consommateur. L'examen des Conditions Générales de Vente de la SIAB révèle toutefois que cette société ne réserve pas un traitement particulier à ses distributeurs en matière de prix par rapport aux consommateurs finaux.

IV. ANALYSE JURIDIQUE

40. La présente analyse juridique a pour objet d'apprécier la compatibilité des faits relevés avec les dispositions de l'article 88 (a) et (b) du Traité de l'UEMOA et ses textes subséquents.

IV.1 Le droit applicable

41. Les articles 88, 89 et 90 du Traité ainsi que ses textes d'application, notamment le Règlement n°02/2002/CM/UEMOA du 23 mai 2002 relatif aux pratiques anticoncurrentielles à l'intérieur de l'UEMOA et le Règlement n°03/2002/CM/UEMOA du 23 mai 2002 relatif aux procédures applicables aux ententes et abus de position dominante, fixent les règles de concurrence applicables à l'intérieur de l'Union Economique et Monétaire Ouest Africaine (UEMOA).

IV.2 L'abus de position dominante

42. L'abus de position dominante suppose la réunion de trois éléments indispensables : la position dominante, l'acte d'abus et le lien de causalité.
43. Comme précisé ci-dessus, la société SIAB est en position dominante sur le marché béninois du fer à béton avec une part de marché de plus de 60%. Par ailleurs, en 2018, le groupe HAGE a racheté la société SOTA BENIN qui est devenue, à la suite de cette opération, SBS. Cette opération renforce incontestablement la position du groupe HAGE à travers ses filiales (SIAB et SBS) sur le marché béninois.
44. S'il est incontestable que la société SIAB est en position dominante sur le marché, il convient d'établir l'existence ou non d'un abus de cette position. A cet effet, il y a lieu de souligner que les investigations n'ont pas permis d'identifier des actes de cette structure, qui soient susceptibles d'être considérés comme abusifs.
45. Si l'opération de rachat de SOTA BENIN a certes renforcé la position dominante du groupe HAGE à travers sa filiale SIAB sur le marché, elle n'a cependant pas eu pour conséquence d'entraver de manière significative une concurrence effective à l'intérieur du marché. En effet, les entreprises SIAB et SBS ont certes les mêmes actionnaires, mais elles demeurent des entreprises concurrentes sur ledit marché. Cette opération n'a donc pas limité le nombre d'acteurs et le niveau de la concurrence s'est plutôt intensifié.
46. Sur cette base, il y a lieu de conclure que les éléments à disposition ne permettent pas d'établir l'existence de comportements abusifs liés à la position dominante de la société SIAB.

IV.1 Les accords entre les acteurs du marché

47. Comme mentionné aux paragraphes 44 à 46, les investigations n'ont pas permis de relever l'existence d'accords ou de pratiques concertées entre les acteurs du marché susceptibles d'être constitutives d'ententes anticoncurrentielles.

V- SUR LA BASE DES CONSTATATIONS QUI PRECEDENT,

LA COMMISSION,

48. Considérant la compétence d'attribution de la Commission de l'UEMOA sur les interdictions énoncées aux articles 88 paragraphes (a) et (b) du Traité de l'UEMOA ;

49. Considérant que l'enquête n'a révélé ni une pratique d'entente anticoncurrentielle des entreprises du secteur, ni de comportement d'abus de position dominante de la part de la société SIAB ;

DECIDE :

Article premier : Il n'est pas établi que la société SIAB a enfreint les dispositions des articles 88 paragraphes (a) et (b) du Traité de l'UEMOA et des textes subséquents.

Article 2 : L'affaire relative à des pratiques dans le secteur de la métallurgie au Bénin est classée.

Article 3 : Les autorités compétentes du Bénin sont destinataires de la présente Décision.

Article 4 : En application de l'article 29 du Règlement n°03/2002/CM/UEMOA du 23 mai 2002 relatif aux procédures applicables aux ententes et abus de position dominante à l'intérieur de l'UEMOA, le résumé de la présente décision fera l'objet de publication par la Commission.

Article 5 : La présente Décision, qui entre en vigueur à compter de sa date de signature, sera publiée au Bulletin Officiel de l'Union.

Fait à Ouagadougou, le 05 mai 2023

Pour la Commission,
Le Président

Abdoulaye DIOP