

Portée très relative de l'arrêt de la Cour de cassation dans l'affaire de la "taxe Lidl" de Leclerc

Divers commentaires publiés sitôt connue la [décision de la Cour de cassation](#) du 25 juin dernier ont tendu à lui donner une importance exagérée, voire erronée. L'Ilec estime nécessaire d'objectiver l'analyse juridique et la portée de cet arrêt.

Le ministre de l'Économie et des Finances, par la Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes (DGCCRF), avait assigné en 2018 l'enseigne Leclerc pour avoir imposé à certains industriels, dont les produits étaient commercialisés chez Lidl, une remise additionnelle de 10 %. Connue sous le nom, révélateur, de « *taxe Lidl* », cette remise avait été analysée par la DGCCRF comme une pénalité infligée aux fournisseurs afin de les dissuader de référencer leurs produits chez une enseigne concurrente.

Le fondement juridique de cette action est « **l'avantage sans contrepartie** » ou « **manifestement disproportionné** », dans sa rédaction antérieure à la réforme législative de 2019. Or cette notion, avant 2019, visait **uniquement la disproportion ou la fictivité des services de coopération commerciale**.

En 2019, le législateur a élargi la portée de la disposition, **en visant l'ensemble des « contreparties » et non plus les seuls services** (article [L. 442.1](#) du Code de commerce).

En déboutant Bercy, la Cour de cassation a donc strictement appliqué le droit, en fondant sa décision sur **la définition en vigueur au moment des faits : la rémunération exigée par Leclerc ne prenant pas la forme d'un service, la Cour ne pouvait retenir cette incrimination au cas d'espèce**.

« La décision de la Cour a une portée toute relative, car la nouvelle définition de l'avantage sans contrepartie permet désormais d'appréhender l'ensemble des contreparties au sens large, c'est-à-dire les réductions de prix et les services. Cette définition constitue le meilleur levier pour les actions en justice que les pouvoirs publics entre autres pourraient en la matière engager à l'avenir » (Nicolas Facon, président-directeur général de l'Ilec).

À propos de l'Ilec :

L'Institut de liaisons des entreprises de consommation regroupe plus de cent entreprises fabriquant des produits de marque de grande consommation (PGC), alimentaires et non alimentaires, qui représentent 75 % du panier moyen des consommateurs français. La production d'un agriculteur sur deux est achetée par les adhérents de l'Ilec, dont le millier d'établissements, sites de production, de logistique ou tertiaires, représentent 640 000 emplois directs, indirects et induits. www.ilec.asso.fr