

- Quel participant (le fabricant, le grossiste ou le détaillant) est le plus en mesure de remplir la fonction?
- Dans quelle mesure l'obligation d'exécuter (ou de ne pas exécuter) une fonction souhaitée peut-elle être exprimée clairement?
- Au-delà de quel seuil le coût inhérent à l'affectation d'une fonction à un niveau donné justifie-t-il une nouvelle répartition des fonctions ou le fabricant juge-t-il que les coûts (y compris les coûts inhérents au risque juridique) sont si élevés qu'il est plus efficient de s'en charger lui-même?

Dans une relation verticale, le fabricant et les grossistes ou les détaillants (généralement désignés sous le nom de distributeurs) concluent une entente de gré à gré; il peut s'agir d'un contrat en bonne et due forme ou d'une entente consensuelle. En vertu de tels contrats verticaux, les parties peuvent restreindre leurs activités respectives sur le marché en répartissant les fonctions. Bon nombre de ces contrats découlent d'ententes intervenues relativement aux décisions prises par les distributeurs à l'égard du prix ou d'autres questions.

● *Choix des restrictions verticales en fonction des objectifs*

Le mandant (c.-à-d. le fabricant) peut utiliser certaines pratiques verticales, par exemple la VPI, les ventes liées ou la vente exclusive, afin que la prestation du mandataire (c.-à-d. le détaillant) à l'égard de la promotion du produit, du service, des stocks, etc. soit acceptable.

Le fabricant peut fixer le prix que le détaillant facturera au consommateur. De même, il peut délimiter le territoire de chaque détaillant ou encore lier la vente du produit à celle d'autres produits. La politique de prix et les autres politiques adoptées par le fabricant à l'endroit des détaillants peuvent, selon le cas, inciter ces derniers à tout mettre en oeuvre afin d'accroître les ventes, ou encore les dissuader de déployer le maximum d'efforts. Par conséquent, le montant des bénéfices et leur partage entre le fabricant et les vendeurs sont hautement tributaires du type de clause prévue au contrat vertical aux fins de la restriction de la concurrence.

Lorsque l'on analyse les relations verticales dans le contexte de l'utilisation des pratiques et des restrictions, qu'elles soient liées au prix ou non, il s'avère essentiel de distinguer la concurrence intramarque de la concurrence intermarques. Nous y reviendrons