

[CONTRATS / DISTRIBUTION]

Distribution sélective

Considérations sur la licéité d'un réseau sélectif...

Une société est le distributeur exclusif en France d'une marque de produits de bagagerie depuis 1992. En 2007, cette marque a mis en place un réseau de distribution sélective pour ces produits et a discuté avec deux enseignes de la grande distribution, qui distribuaient d'ores et déjà lesdits produits, de leur agrément au sein de ce réseau. Ces discussions n'ont pas abouti, et les enseignes ont continué de commercialiser les produits de la marque, sans pour autant avoir été agréées.

Le distributeur de ces produits en France a alors assigné ces deux enseignes, au motif que la commercialisation des produits par elles, alors qu'elles n'étaient pas des distributeurs agréés du réseau sélectif, était constitutive d'une concurrence déloyale à son égard. Il demandait notamment à ce titre qu'il soit fait interdiction sous astreinte aux deux enseignes de commercialiser les produits.

Dans deux arrêts du 18 septembre 2013, la Cour d'appel de Paris a rejeté les demandes du distributeur, au terme d'une analyse méthodique. Elle a ainsi relevé que celui-ci ne pouvait pas bénéficier du règlement d'exemption par catégorie relatif aux accords verticaux, car il ne démontrait pas qu'il détenait une part de marché inférieure à 30%. Par ailleurs, elle a jugé que son accord de distribution sélective relevait de l'article 101 paragraphe 1 du Traité ou de l'article L.420-1 du Code de commerce, principalement car les critères de sélection des revendeurs étaient peu précis, non objectifs, manquant de sérieux, permettant des choix arbitraires et discriminatoires des revendeurs, et sans adéquation avec ce qui était nécessaire pour assurer les besoins du consommateur. La Cour a également relevé que « *la condition relative au produit qui n'est ni un produit de luxe ni un produit présentant une grande complexité technique pourrait, compte tenu des critères souples admis, justifier la mise en place du réseau de distribution sélective, mais en l'espèce, [le distributeur tête de réseau] fait état essentiellement de sa renommée pour justifier l'existence de la sélection de points de vente qui, selon [lui], doivent présenter une fréquentation, un voisinage compatibles avec cette renommée, quand bien même jusqu'à l'année 2007 [le distributeur tête de réseau] n'a pas estimé nécessaire de l'organiser* ». La Cour a par ailleurs considéré que l'interdiction faite aux revendeurs agréés de vendre les produits aux comités d'entreprise et associations sportives constituait une restriction caractérisée dans la mesure où ces derniers étaient des agents d'achat pour des utilisateurs finaux.

Enfin, elle a retenu que l'accord de distribution sélective ne pouvait pas bénéficier d'une exemption individuelle, car il n'était pas démontré qu'il contribuait au progrès économique.

Dès lors que la licéité du réseau n'était pas démontrée, il n'y avait pas lieu de le protéger par des mesures d'interdiction de vente.

Par ailleurs, la Cour d'appel de Paris a considéré que, dans la mesure où les produits de la marque étaient commercialisés dans les autres pays de l'Union européenne en dehors de tout réseau de distribution sélective, il était loisible aux enseignes françaises non agréées de s'approvisionner auprès de distributeurs étrangers.

CA Paris, 18 septembre 2013, RG n° 09-28475
CA Paris, 18 septembre 2013, RG n° 11-18667