



BUSINESS/DISTRIBUTION

«La distribution sélective a connu ses heures de gloire»

Maître Bruno Martin, avocat associé au cabinet Courtois Lebel, nous décrypte l'arrêt Coty de la cour d'appel de Paris ⁽¹⁾. En effet, si les juges ont reconnu que la distribution sélective était justifiée, ils l'ont quand même considérée comme illicite au vu de certaines clauses du contrat. Une première.

Quelle est la portée de cet arrêt ?

M^e Bruno Martin : La cour d'appel de Paris sort du raisonnement classique sur la licéité d'un réseau de distribution sélective qui est basé sur la réunion de trois conditions cumulatives : la nature du produit, des critères objectifs de caractère qualitatif, fixés de manière uniforme et appliqués de façon non discriminatoire, des conditions de sélection n'excédant pas ce qui est nécessaire à la mise en place d'un tel réseau (critère de proportionnalité). Alors que la cour semble considérer que les trois conditions précitées sont réunies, elle juge finalement illicite le réseau de distribution sélective de la société Coty en raison de la présence de clauses insérées dans le contrat des revendeurs agréés qu'elle qualifie de restrictions de concurrence caractérisées (au sens du règlement européen d'exemption sur les accords verticaux), dont l'interdiction de vendre aux agents d'achats (comités d'entreprise, collectivités...) et à des revendeurs non agréés. Alors qu'un distributeur non agréé doit pouvoir vendre sur un marché qui n'est pas organisé en réseau de distribution sélective.

Si la Cour de cassation est saisie de l'affaire ⁽²⁾, que peut-elle apporter ?

M^e B. M. : Soit elle censure l'arrêt de la cour d'appel estimant que son analyse est allée au-delà du raisonnement requis par les textes à partir des trois critères précités. Soit elle rejette le pourvoi, et ce faisant elle consacre l'analyse de la cour qui a ajouté une quatrième condition de licéité, à savoir l'absence de clauses constitutives d'une restriction caractérisée de concurrence intégrées dans le



© Amélie Debrey

**Maître
Bruno Martin,
avocat associé
au cabinet
Courtois Lebel.**

contrat de distribution, et ce en considération des critères posés par le règlement d'exemption sur les accords verticaux. Si une telle analyse était validée, cela ferait nécessairement jurisprudence et pourrait donc être repris par d'autres tribunaux appelés à se prononcer sur la licéité des réseaux de distribution sélective.

Le développement des ventes sur Internet, notamment par l'intermédiaire de plateformes (pure player), semble remettre en cause la pratique de la distribution sélective. Ce mode de commercialisation de produits de luxe est-il menacé ?

M^e B. M. : Il est vrai que la vente sur Internet est analysée tant par l'Autorité de la concurrence que par les tribunaux comme un facteur de développement de la concurrence. Dans un premier temps, le refus de la distribution sélective de modifier les contrats pour intégrer ce nouveau mode

de vente, qui affectait l'étanchéité, des réseaux a été problématique. Dans un deuxième temps, la distribution sélective a intégré la vente sur Internet dans les contrats pour en faire bénéficier, sous certaines conditions de vente, leurs revendeurs agréés tout en préservant autant que possible l'étanchéité des réseaux. À présent, ce sont ces critères de sélection des revendeurs agréés sur Internet qui sont l'objet de l'attention des tribunaux au regard de la prohibition des pratiques restrictives de concurrence, comme l'a montré récemment l'arrêt de la cour d'appel de Paris (2 février 2016) dans l'affaire Caudalie - 1001pharmacies. La distribution sélective a connu ses heures de gloire, mais son modèle est confronté aux nouveaux modes de ventes et d'accès au consommateur. Les marques, qui font face à une baisse de leurs ventes, via les points de vente traditionnels, cherchent à regagner des parts de marchés notamment par la vente à distance et par Internet, tout en préservant une relation de conseil et d'assistance à la clientèle. De nouveaux concepts stores tels que le Sephora Flash en est une parfaite illustration. Là encore, les tribunaux devront examiner la conformité de ce nouveau mode de vente digital au regard des règles de concurrence et des critères habituels de la distribution sélective.

PROPOS RECUEILLIS
PAR MARYLINE LE THEUF

(1) Cour d'appel de Paris, 25 mai 2016-Pôle 5-Chambre 4-RG n°14/03918. Affaire Coty France division Prestige contre Marvale LLC (www.iloveparfums.com) et France Télévisions

(2) À l'heure où nous bouclons, la Cour de cassation n'avait pas été saisie.