

CAS PRATIQUE

La société X, spécialisée dans la fabrication de sacs à main de luxe, a mis en place un système de distribution sélective afin de commercialiser ses produits dans plusieurs pays européens.

Afin de pouvoir commercialiser ses produits, la société X exige de ses revendeurs, entre autres critères, qu'ils détiennent au moins un point de vente physique.

La société X a constaté que la société Y, qui exploite un site Internet commercialisant toutes sortes de produits, vendait l'un de ses sacs en violation du réseau de distribution sélective.

Après rappel des clauses de son contrat interdisant la revente hors réseau et mise en demeure infructueuse de révéler ses sources d'approvisionnement, la société X s'interroge sur les actions dont elle dispose contre la société Y, au regard de l'évolution récente de la jurisprudence.

CORRIGÉ

1. Sur la licéité du réseau

La société X peut agir en concurrence déloyale, au fond ou en référé, pour obtenir la cessation des actes de commercialisation qui portent atteinte à l'intégrité de son réseau. Cependant, la société Y pourrait lui opposer l'illicéité du réseau. En effet, les accords de distribution sélective sont soumis au respect des règles de concurrence et notamment de l'article 101 TFUE.

Le 6 décembre 2017, la Cour de justice a dit pour droit qu'un système de distribution sélective de produits de luxe visant, à titre principal, à préserver l'image de luxe de ces produits n'est pas contraire à l'article 101, paragraphe 1, TFUE, pour autant que le choix des revendeurs s'effectue en fonction de critères objectifs de caractère qualitatif, fixés d'une manière uniforme à l'égard de tous les revendeurs potentiels et appliqués de façon non discriminatoire, et que les critères définis n'aillent pas au-delà de ce qui est nécessaire. Si les critères d'agrément fixés par la tête de réseau ne satisfont pas à ces conditions, le système de distribution sélective peut encore être exempté sur le fondement du règlement 330/2010 s'il ne contient aucune restriction caractérisée, et sous réserve que fournisseur et distributeur détiennent une part de marché inférieure à 30 %. Si la part de marché du fournisseur ou distributeur excède 30 %, l'exemption ne s'appliquera pas.

La Cour d'appel de Paris, dans un arrêt rendu le 28 février 2018 dans une affaire similaire aux faits de l'espèce a mis en œuvre ces principes.

Selon elle, la clause relative à l'obligation de disposer d'un point de vente physique est appropriée pour préserver l'image de luxe des produits de la marque et ne dépasse pas ce qui est nécessaire pour atteindre l'objectif poursuivi, car elle n'interdit pas de manière absolue aux distributeurs agréés de vendre sur Internet les produits contractuels. Répondant aux critères posés par la Cour de justice, la clause est donc licite au regard de l'article 101 TFUE.

Dans le cas présent, la société X vend des sacs de luxe. En outre, la clause litigieuse est insérée dans tous les contrats conclus avec ses distributeurs ce qui établit son application uniforme et non discriminatoire. Son réseau étant conforme aux conditions de licéité posées par la jurisprudence, l'action de la société X contre un revendeur qui commercialise ses produits sans son autorisation a de grandes chances de succès.

2. Sur les moyens d'action en vue de protéger le réseau

La société X pourra faire valoir qu'elle a mis en demeure le revendeur hors réseau de révéler ses sources d'approvisionnement, ce qu'il a refusé de faire et le constitue de mauvaise foi. Elle pourra également soutenir qu'elle a informé le revendeur hors réseau que son vendeur membre du réseau n'avait pas le droit de l'approvisionner. En continuant ses achats auprès de celui-ci, le revendeur hors réseau se rend complice de la violation d'une obligation contractuelle, ce qui le met en faute au regard des prescriptions de l'article L. 442-6, I, 6° du Code de commerce.