

Communication relative aux pratiques anticoncurrentielles relevées dans le secteur de l'édition et de la distribution de tissus d'ameublement.

L'affaire

Un professionnel du secteur de la décoration a attiré l'attention des services déconcentrés de la DGCCRF sur les conditions commerciales mises en œuvre par un éditeur de tissus d'ameublement. A la suite de ce signalement, la DGCCRF a diligenté une enquête auprès de ce fabricant et de son réseau de distribution.

Les investigations ont mis en évidence, sur une période de dix ans, l'existence d'une pratique d'entente verticale d'interdiction absolue de revente sur Internet, prohibée par l'article L. 420-1 du Code de commerce.

L'accord de volontés résulte de l'acceptation par les revendeurs des conditions générales de vente (CGV) du fournisseur, caractérisée par la passation de commandes. Ces CGV stipulaient l'engagement des revendeurs de ne pas distribuer les produits concernés sur tout site Internet.

En cas de non-respect de cette obligation, les CGV prévoyaient que le fournisseur pouvait décider de cesser de livrer les marchandises ou bien d'en majorer le tarif de 25 %, à titre de pénalité.

L'enquête a également révélé que le fournisseur a exercé des pressions sur deux distributeurs ayant enfreint l'interdiction de vente en ligne et a refusé de leur vendre ses produits en direct.

L'éditeur de tissus a pris l'initiative, à l'issue de l'enquête, de supprimer la clause en question de ses conditions générales de vente, rendant le prononcé d'une injonction non nécessaire dans cette affaire.

La DGCCRF a proposé au fournisseur de clore la procédure par le règlement d'une amende transactionnelle d'un montant de 75 000 €, somme dont il s'est acquitté.

En cas de refus de transiger, il est rappelé que l'article L. 464-9 du Code de commerce impose au ministre de saisir l'Autorité de la concurrence, laquelle est susceptible d'infliger des sanctions supérieures aux mises en cause jusqu'à 10% de leur chiffre d'affaire, en application des dispositions de l'article L. 464-2 du Code de commerce.

Les pratiques d'interdiction de vente en ligne

La caractérisation d'une pratique d'interdiction de vente en ligne repose sur la démonstration de l'existence d'un accord de volontés emportant une restriction de concurrence. Il est nécessaire qu'une telle pratique, pour être poursuivie, ne puisse bénéficier d'une exemption par catégorie.

S'agissant de la démonstration d'un accord de volontés

L'Autorité de la concurrence (ADLC) a rappelé dans sa décision n° 21-D-20¹ que les contrats incluant des stipulations relatives à l'interdiction de vente en ligne constituaient des « preuves directes » suffisant à établir la réalité d'une entente pour interdire aux détaillants la vente en ligne.

En ce qui concerne plus particulièrement la caractérisation d'une entente par l'acceptation de conditions générales de vente, la Cour de cassation a précisé que : « *l'acceptation par les revendeurs appartenant à un réseau de distribution des conditions générales définies par ce distributeur constitue une entente au sens de l'article 7 de l'ordonnance du 1^{er} décembre 1986 [devenu art. L. 420-1 du code de commerce] si elles ont pour objet ou peuvent avoir pour effet de limiter la concurrence.* »²

S'agissant de la restriction de concurrence

Les juridictions ainsi que l'Autorité de la concurrence³ se sont prononcées à plusieurs reprises sur la légalité des restrictions de vente en ligne.

Ainsi, dans l'affaire Pierre Fabre, à la suite de l'arrêt de la Cour de justice du 13 octobre 2011 (C-439/09), la cour d'appel de Paris a jugé, dans son arrêt du 31 janvier 2013, que : « *la clause contractuelle interdisant de facto toutes formes de vente par Internet pour les produits en cause n'apparaît (...) pas justifiée par un objectif légitime (...) [et] constitue une restriction de concurrence par objet au sens de l'article 101, paragraphe 1, TFUE.* »

Dans sa décision n° 12-D-23 du 12 décembre 2012 (Affaire Bang & Olufsen), l'ADLC, confirmée sur ce point par la cour d'appel, a considéré qu'une interdiction *de facto* de la vente sur Internet par le fabricant était restrictive par son objet même, en l'absence de justifications objectives (cf. également les décisions n°18-D-23 et n° 19-D-14).

De même, dans la décision précitée n° 21-D-20, l'ADLC a considéré que, n'étant justifiées par aucun objectif légitime, des clauses dans les contrats conclus entre les marques et fabricants

¹ Décision n° 21-D-20 du 22 juillet 2021 relative à des pratiques mises en œuvre dans le secteur des lunettes et montures de lunettes.

² Cour de cassation, Chambre commerciale, 10 mars 1998, n° 96-12.054 rejeté le pourvoi formé par la société JVC Vidéo France contre l'arrêt rendu le 19 janvier 1996 par la cour d'appel, rendu après cassation partielle, concernant des pratiques examinées par le Conseil de la concurrence dans sa décision n° 90-D-23 du 3 juillet 1990 relative à des pratiques de la société JVC Vidéo France.

³ Cf. Décision n° 12-D-23 du 12 décembre 2012 relative à des pratiques mises en œuvre par la société Bang & Olufsen dans le secteur de la distribution sélective de matériels hi-fi et home cinéma ; Décision n° 18-D-23 du 24 octobre 2018 relative à des pratiques mises en œuvre dans le secteur de la distribution de matériel de motoculture, confirmée par un arrêt de la cour d'appel de Paris du 17 octobre 2019 ; décision n° 19-D-14 du 1er juillet 2019 relative à des pratiques mises en œuvre dans le secteur de la distribution des cycles haut de gamme ; Décision n° 21-D-20 du 22 juillet 2021 relative à des pratiques mises en œuvre dans le secteur des lunettes et montures de lunettes ; Décision n° 21-D-26 du 8 novembre 2021 relative à des pratiques mises en œuvre au sein du réseau de distribution des produits de marque Mobotix.

de lunettes et les opticiens distributeurs de lunettes, interdisant la vente en ligne de lunettes solaires et des montures de lunettes de vue, étaient restrictives de concurrence par objet.

S'agissant de l'exemption par catégorie

Sous l'empire du règlement n° 330/2010 et de ses lignes directrices sur les restrictions verticales (§ 52), l'interdiction de vente en ligne était qualifiée de restriction caractérisée, au sens de l'article 4. b) du règlement précité. Cette pratique ne pouvait donc pas, en principe, bénéficier de l'exemption par catégorie, en ce qu'elle constituait une restriction de vente passive caractérisée.

Dans le cadre du nouveau dispositif sur les restrictions verticales entré en vigueur le 1^{er} juin 2022, Règlement (UE) n° 2022/720⁴, les lignes directrices⁵ y afférentes confirment que l'interdiction de vente en ligne est constitutive d'une restriction caractérisée :

« (202)[...] L'article 4, points b), c) et d), du règlement s'applique quel que soit le canal de vente utilisé, par exemple, que les ventes soient effectuées hors ligne ou en ligne.

(203) L'article 4, point e), du règlement (UE) 2022/720 dispose qu'un accord vertical qui, directement ou indirectement, isolément ou cumulé avec d'autres facteurs sur lesquels les parties peuvent influencer, a pour objet d'empêcher l'utilisation effective de l'internet par l'acheteur ou ses clients pour vendre les biens ou services contractuels sur des territoires spécifiques ou à une clientèle spécifique constitue une restriction caractérisée. Un accord vertical contenant une ou plusieurs restrictions des ventes en ligne ou de la publicité en ligne⁶ qui interdisent de facto à l'acheteur d'utiliser l'internet pour vendre les biens ou services contractuels a, à tout le moins, pour objet de restreindre les ventes passives aux utilisateurs finals désireux d'acheter en ligne et situés en dehors de la zone de chalandise physique de l'acheteur⁷. Par conséquent, de tels accords relèvent de l'article 4, point e), du règlement (UE) 2022/720. (...) »

⁴ Règlement (UE) N°2022/720 de la Commission du 10 mai 2022 concernant l'application de l'article 101, paragraphe 3, du traité sur le fonctionnement de l'Union européenne à des catégories d'accords verticaux et de pratiques concertées.

⁵ Communication de la Commission Lignes directrices sur les restrictions verticales du 28 juin 2022 C(2022) 4238.

⁶ Voir également les points (204), (206) et (210) relatifs à différents types de ventes en ligne et de restrictions en matière de publicité en ligne.

⁷ Voir également l'affaire C-439/09, Pierre Fabre Dermo-Cosmétique, point 54.