

## Le groupe Essilor lourdement sanctionné pour abus de position dominante dans le secteur des verres optiques.

L'Autorité de la concurrence (AdC) vient d'infliger à la société Essilor International SAS, principal fabricant et distributeur en gros de verres optiques en France, et leader mondial de la fabrication de verres correcteurs, une amende d'un montant de 81 067 400 euro pour avoir mis en œuvre des pratiques commerciales discriminatoires durant plus de onze ans, sa maison mère, EssilorLuxottica SA ayant été sanctionnée solidairement à hauteur de 15 400 000 euro. La décision commentée intervient à la suite d'opérations de visite et saisie réalisées en 2014 dans les locaux de plusieurs entreprises du secteur, à l'issue desquelles les services d'instruction de l'Autorité ont reproché à Essilor, d'une part, l'application d'un traitement discriminatoire à l'égard des sites de vente en ligne de verres correcteurs et, d'autre part, la diffusion d'un discours trompeur à leur rencontre.

D'abord, concernant la dimension géographique du marché concerné, l'Autorité relève que le marché de la fourniture en gros de verres correcteurs n'est pas de taille mondiale, comme le prétend Essilor, mais nationale, même si les verres de "stock" sont majoritairement produits en Asie, dès lors que les verres de prescription sont transformés en verres ophtalmiques finis dans des laboratoires situés en Europe, que la majorité des chaînes de distribution au détail de produits optiques acquiert les verres au niveau national, que les principaux fabricants de verres sont présents localement au sein des États membres de l'EEE afin de livrer rapidement les verres et proposer des services aux opticiens, que la fabrication repose sur des stratégies nationales qui dépendent des politiques de remboursement et d'assurance propres à chaque pays, et que la structure du marché aval est essentiellement dominée par des opticiens indépendants ou des enseignes locales qui achètent leurs verres à l'échelle

nationale.

L'Autorité caractérise ensuite la position dominante d'Essilor International sur le marché français de la distribution en gros de verres correcteurs, qui résulte non seulement de la détention d'une part de marché située entre 60 et 70 %, de marques, Essilor ou Varilux, bénéficiant d'une notoriété importante et, en tout cas, très supérieure à celle de ses concurrents, d'un outil industriel et technologique puissant qui lui permet de disposer d'un maillage territorial au plus près des opticiens et consommateurs, mais aussi du fait qu'elle constitue le seul verrier verticalement intégré à tous les niveaux de la chaîne de valeur, ce qui lui permet de réaliser des synergies tout en lui conférant une maîtrise totale de la chaîne de distribution et la possibilité de mettre en place des stratégies globales.

*Une entreprise peut infliger un traitement discriminatoire, soit par des discriminations de premier niveau qui consistent à renforcer son pouvoir de marché sur le marché dominé ou un autre marché en imposant des restrictions d'accès par exemple, soit par des discriminations de second niveau mises en œuvre sans sa participation directe sur le marché affecté, du fait par exemple de sa position particulière à l'égard d'acteurs situés à un autre stade de la production lui permettant d'avantager ou désavantager artificiellement certains opérateurs par rapport à d'autres.*

Sur le premier grief d'abus, l'AdC considère qu'en imposant spécifiquement aux sites internet d'opticiens actifs en France des restrictions en matière de livraison des verres de marque Essilor ou Varilux, de communication sur leur origine et d'utilisation de ses marques et logos, complétées par une limitation des conditions de garantie desdits verres, Essilor a mis en œuvre une politique de vente discriminatoire

visant à entraver le développement en France des sites de vente en ligne, qui a eu pour effet de limiter l'accès des consommateurs à un canal de vente alternatif tout en favorisant le maintien de prix élevés. De telles différences de traitement par rapport aux opticiens exerçant dans des magasins physiques ne sauraient être justifiées, ni par une différence de modèle économique qui empêcherait prétendument les opticiens en ligne de garantir la prise de mesure satisfaisante pour les verres complexes, ni par la nécessité de préserver la qualité et l'image des verres litigieux ou de lutter contre un supposé risque de parasitisme causé par les *pure players* qui encouragerait les clients à se rendre chez les opticiens physiques pour la prise de mesures et l'ajustage des montures. En outre, à l'étranger, Essilor a parallèlement commercialisé les verres litigieux sur internet alors qu'il s'y est opposé en France.

Concernant le second grief, l'AdC estime en revanche que même si certaines prises de position d'Essilor ont pu faire une présentation erronée de la vente en ligne de verres correcteurs en véhiculant l'idée trompeuse que ce canal de vente ne permettait pas de bénéficier des conseils personnalisés d'un opticien, elles ne constituent pas, compte tenu de leur caractère isolé, diffus, fluctuant, et parfois non public, un discours commercial trompeur de nature à influencer la structure de marché et limiter le développement de la vente en ligne en France.

### ABUS DE POSITION DOMINANTE

Autorité de la concurrence

6 octobre 2022

LawLex202200009992JBJ

★★