

LA DÉCISION DU MOIS

Prix imposés et interdiction de vente en ligne : l'Autorité de la concurrence condamne les marques et fabricants de lunettes.

A la suite d'opérations de visite et saisie, l'Autorité de la concurrence a ouvert une procédure contre plusieurs sociétés actives dans le secteur des lunettes solaires et des montures de lunettes de vue pour avoir mis en œuvre une entente verticale visant, d'une part, à limiter la liberté tarifaire des distributeurs et, d'autre part, à interdire à ces distributeurs la vente en ligne de ces produits.

Il était reproché à lunetiers d'avoir dans leurs contrats de licence ou leurs contrats de distribution sélective prévu un encadrement des prix et des promotions pratiqués par les opticiens. En particulier, Luxottica aurait diffusé à ses distributeurs des « prix conseillés » et les aurait incités à maintenir un certain niveau de prix. Luxottica contestait la preuve de l'existence d'un accord sur les prix au motif qu'il n'était pas établi qu'elle avait exercé un contrôle sur les prix, qui, selon elle, était impossible eu égard au fait que les montures optiques sont commercialisées avec des verres correcteurs, et compte tenu du grand nombre de références qu'elle fabrique et commercialise ainsi que de la structure très diversifiée et fragmentée du marché français de la distribution. L'Autorité de la concurrence rappelle qu'elle n'est pas tenue de réunir un faisceau d'indices articulé en trois branches, lorsqu'elle dispose d'indices documentaires ou comportementaux qui établissent l'invitation du fabricant et l'acquiescement des distributeurs à la pratique de prix imposés (V. AdIC 20-D-20, 3 déc. 2020, LawLex202000003445JBJ). Puis, elle souligne que le fournisseur, qui, dans ses contrats et « chartes de détaillants agréés », impose aux revendeurs de recueillir son accord pour toute opération publicitaire et de communication envisagée, interdit les rabais ou toute forme de vente incompatible avec le prestige de la marque, et qui vérifie l'application effective des « prix conseillés » et sanctionne les déviations par des interruptions de livraisons et des blocages de compte, voire des

retraits d'agrément, se rend coupable de l'infraction par objet d'imposition des prix de revente (V. Paris, 19 déc. 2018, LawLex201900002084JBJ ; Cons. conc. 05-D-07, 25 févr. 2005, LawLex200500004542JBJ). L'Autorité ajoute que la mise en place d'un réseau de distribution sélective ne peut faire obstacle à la qualification de restriction par objet lorsque la limitation de la concurrence par les prix va au-delà de ce qui est nécessaire pour protéger l'image de luxe des produits en cause. L'Autorité précise que, constitutive d'une restriction caractérisée, l'imposition, dans ces conditions, d'un prix de revente, ne peut pas bénéficier de l'exemption par catégorie. La position de l'Autorité reste donc très sévère vis-à-vis de la fixation du prix de revente dans le cadre d'un réseau de distribution sélective qu'elle qualifie de particulièrement grave, notamment lorsque la pratique implique la mise en œuvre de mécanisme de surveillance et de rétorsion (V. Cons. conc. 01-D-45, 19 juill. 2001, LawLex200200002335JBJ ; 02-D-36, 14 juin 2002, LawLex200200002181JBJ).

Dès lors que le contrôle exercé par un fabricant des opérations publi-promotionnelles de ses distributeurs s'inscrit dans une stratégie plus globale consistant à contrôler les prix que ces derniers pratiquent et à mettre en œuvre des sanctions en cas de non-respect, l'invitation du fabricant à respecter certains niveaux de prix de revente est établie.

Le second reproche visait des pratiques d'interdiction de vente en ligne. Luxottica, pour justifier la restriction des ventes en ligne, prétendait que la vente en ligne de produits d'optique, notamment de montures de lunettes de vue, étant incompatible avec les dispositions du Code de la santé publique qui en interdit le colportage, l'Autorité de la concurrence devait retirer son grief relatif à l'interdiction de ces ventes. Cet argument est écarté par l'Autorité.

En effet, les dispositions du Code de la santé publique, et la jurisprudence afférente, concernaient, à l'époque des faits, la vente en ligne de lentilles de contact, et non les montures de lunettes, dépourvues de verres correcteurs. Ensuite, le Gouvernement avait précisé, dès 2009, que la France ne s'opposait pas à la vente sur internet de produits d'optique dans le respect des règles d'exercice de la profession. Par ailleurs, à supposer même qu'il existait une incertitude juridique jusqu'à l'entrée en vigueur de la loi Hamon en 2014, s'agissant de la vente des seules montures de lunettes de vue, il ne peut en être déduit qu'aucune infraction n'était opposable aux entreprises poursuivies avant cette date. L'Autorité considère que les pratiques consistant à interdire la vente en ligne de ces produits relèvent du champ d'application des articles 101 TFUE et L. 420-1 du Code de commerce et ne peuvent être justifiées par la nature du produit en cause dès lors que les opticiens ont mis en place des modalités de vente en ligne permettant de s'assurer de leur bonne adaptation, en prévoyant, le cas échéant, l'intervention physique d'un opticien. Elle en conclut que l'interdiction de la vente en ligne imposée par des fabricants de montures de lunettes à leurs revendeurs constitue une restriction caractérisée qui ne peut bénéficier de l'exemption par catégorie. Là encore, l'Autorité souligne la gravité de la pratique qui prive les opticiens et les consommateurs finals d'un canal de vente. Elle en minimise cependant la portée eu égard à l'incertitude qui planait à l'époque sur le régime de la vente en ligne après l'arrêt Pierre Fabre (CJUE, 13 oct. 2001, LawLex201100001588JBJ).

ENTENTES

Autorité de la concurrence
22 juillet 2021
LawLex202100004687JBJ

