

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





Publicité télévisée dans le secteur de la distribution : le stock de produits mis en avant doit être suffisant.

En vertu de l'article 8 du décret 92-280 du 27 mars 1992, est interdite toute publicité dans le secteur de la distribution pour les opérations commerciales de promotion se déroulant entièrement ou principalement sur le territoire national. Le texte précise toutefois : « *On entend par opération commerciale de promotion toute offre de produits ou de prestations de services faite aux consommateurs ou toute organisation d'événement qui présente un caractère occasionnel ou saisonnier, résultant notamment de la durée de l'offre, des prix et des conditions de vente annoncés, de l'importance du stock mis en vente, de la nature, de l'origine ou des qualités particulières des produits ou services ou des produits ou prestations accessoires offerts* ». Pour ne pas tomber sous le coup de cette réglementation, il importe donc au distributeur qui souhaite communiquer par la voie d'une publicité télévisée sur le prix d'un produit ou service que son annonce de prix ne revête pas de caractère promotionnel. Pour ce faire, il doit déclarer à l'Autorité de régulation professionnelle de la publicité (ARPP) que le prix est normal, stable et qu'il s'inscrit, avec la disponibilité du produit ou service correspondant, dans la durée, à savoir une période de référence de 15 semaines suivant la diffusion de la publicité (Cf. Code de l'ARPP 2017, p. 258 s.).

L'arrêt commenté s'inscrit dans un contexte de guerre des prix entre distributeurs s'assignant en concurrence déloyale pour non-respect du décret 92-280 par

leur concurrent. En l'espèce, le demandeur soutenait que son concurrent n'avait respecté ni l'exigence de stabilité du prix, ni celle de disponibilité du produit pendant la période de référence. Selon la Cour d'appel de Paris, la condition de stabilité du prix est remplie, le fait que le produit litigieux ait été commercialisé à un prix plus élevé le mois précédant l'annonce de prix télévisée ne constituant qu'une décision de politique tarifaire sans incidence sur le téléspectateur-consommateur. En revanche, la condition de disponibilité du produit est enfreinte doublement. D'une part, même si, selon l'annonceur, l'opération commerciale ne visait que les produits vendus en magasins et que les spots publicitaires litigieux ne renvoyaient au site internet de son enseigne et à celui de la plateforme de vente en ligne de son groupe, que pour permettre aux téléspectateurs de connaître la liste des magasins participants et les détails du produit, il n'en demeure pas moins que lesdits sites proposaient également l'acquisition du produit en ligne et qu'un huissier a pu constater son indisponibilité à la vente en ligne seulement cinq jours après le début de sa commercialisation. D'autre part, l'indisponibilité du produit ne s'est pas limitée à la vente en ligne puisque, selon les données récoltées dans le cadre de l'enquête réalisée au cours de la période de référence via l'application mobile « Mobeye », l'indisponibilité du produit a été établie dans 151 magasins de l'enseigne sur 180 visités. La campagne publicitaire télévisée litigieuse

constitue donc une opération promotionnelle commerciale interdite par l'article 8 du décret 92-280. Par sa diffusion, le distributeur mis en cause s'est livré à un acte de concurrence déloyale à l'égard des autres enseignes de la grande distribution qui respectent cette disposition et sont, de ce fait, placées dans une situation moins favorable.

Par ailleurs, la Cour a également retenu que le distributeur mis en cause, en mettant en oeuvre une publicité nationale à grande échelle d'un produit en vente sur internet et dans ses hypermarchés, sans s'assurer d'un stock suffisant pour lui permettre d'y répondre, avait nécessairement conscience qu'il serait dans l'impossibilité de fournir le produit pendant la période considérée, de sorte qu'il a adopté un comportement susceptible d'altérer de manière substantielle le comportement économique du consommateur moyen et s'est rendu coupable d'une pratique commerciale trompeuse au sens de L. 121-4, 5° du Code de la consommation, également constitutive d'un acte de concurrence déloyale.

CONCURRENCE DÉLOYALE

Cour d'appel de Paris

1er septembre 2021

LawLex202100005140JBJ



Chaque entreprise visitée doit exercer un recours pour bénéficier de l'annulation de l'ordonnance d'autorisation.

A la suite de précédentes mesures d'enquête effectuées en octobre 2013 auprès de certaines entreprises du secteur de la distribution de produits électroménagers « blancs » et « bruns », le rapporteur général de l'Autorité de la concurrence a présenté une nouvelle demande d'autorisation concernant trois nouvelles entreprises au juge des libertés et de la détention (JLD). A la suite des visites, réalisées en mai 2014, l'une des entreprises en cause a saisi le premier président de la cour d'appel d'un recours en annulation, que celui-ci a rejeté. Saisie d'un pourvoi, la Cour de cassation a annulé l'ordonnance confirmative et renvoyé les parties devant la juridiction du premier président de la cour d'appel, autrement composée (Cass. crim., 13 juin 2019, LawLex201900000797JBJ). Celle-ci a annulé l'ordonnance d'autorisation au motif qu'elle se fondait « très largement » sur des pièces d'origine illicite, puisque saisies au cours d'opérations de visite réalisées en 2013 et depuis lors annulées par la Cour de cassation (Paris, 8 juill. 2020, LawLex202000001720JBJ). Le rapporteur général a formé un pourvoi contre cette ordonnance. Il fait valoir que le juge saisi du recours aurait dû vérifier si, abstraction faite des éléments d'origine illicite, les autres documents qu'il avait

produits à l'appui de sa demande ne suffisaient pas à justifier la mesure.

De fait, la Cour de cassation relève que l'ordonnance avait été rendue sur le fondement de treize annexes produites par l'Autorité, et que seules deux avaient été jugées illicites. Or, selon elle, après avoir écarté les documents illicites, le premier président de la cour d'appel aurait dû vérifier, au regard des seuls éléments régulièrement produits par l'Administration, si l'existence de pratiques anti-concurrentielles était ou non caractérisée (V. déjà, Cass. crim., 16 juin 2011, LawLex202100003852JBJ ; Paris, 8 nov. 2017, LawLex201700001852JBJ. Comp., lorsque l'ordonnance n'est fondée que sur des déclarations anonymes qui ne sont corroborées par aucun autre élément, Cass. crim., 18 déc. 2019, LawLex201900001591JBJ).

Le rapporteur général soutenait également, à supposer que l'annulation de l'ordonnance d'autorisation soit justifiée, que le premier président ne pouvait en étendre la portée à l'ensemble des entreprises visitées. Tel est aussi l'avis de la Cour de cassation : saisi par une seule de ces entreprises, le juge, qui a à connaître d'un litige dont l'objet est déterminé par les prétentions respectives des parties ne peut étendre

les effets de la nullité prononcée aux entreprises qui n'ont pas exercé de recours (Rapp., sur l'absence d'effet erga omnes des arrêts d'annulation des autorités européennes de concurrence, TUE, 15 juill. 2015, LawLex201500000936JBJ et 12 déc. 2018, LawLex201800001903JBJ).

Cet arrêt constitue un nouvel exemple flagrant de l'inégalité des armes dans le cadre des procédures d'enquête lourde. A mesure que les pouvoirs de l'Administration se renforcent, soit par l'effet d'une jurisprudence très favorable à l'Administration, soit par la voie législative, comme l'illustrent encore les textes de transposition de la directive ECN+, les opportunités de recours des entreprises s'amenuisent et la Chambre criminelle de la Cour de cassation n'a de cesse de réduire la portée des annulations difficilement arrachées aux juges du fond.

ENQUÊTES

Cour de cassation

Chambre criminelle

11 août 2021

LawLex202100004986JBJ





Non-respect d'engagements ou d'injonctions prononcées par l'Autorité de la concurrence : dans quel esprit le manquement s'apprécie-t-il ?

En 2020, l'Autorité de la concurrence (AdlC) avait estimé que Google était susceptible d'avoir abusé d'une position dominante « extraordinaire » sur le marché français des services de recherche généraliste notamment en (i) évitant toute forme de négociation et de rémunération pour la reprise et l'affichage des contenus protégés des éditeurs et agences de presse, (ii) imposant systématiquement un principe de non-rémunération pour l'affichage des contenus protégés sur ses services et en (iii) reprenant des titres d'articles dans leur intégralité (AdlC, 9 avr. 2020, LawLex20200000386JBJ). Par conséquent, elle avait prononcé des mesures conservatoires destinées à permettre aux éditeurs et agences de presse d'entrer en négociation de bonne foi avec Google, en vue de discuter tant des modalités d'une reprise et d'un affichage de leurs contenus protégés que de la rémunération pouvant y être associée. Les négociations, garanties par un principe de neutralité, devaient s'inscrire dans une période limitée à trois mois à compter de la demande de l'éditeur ou de l'agence de presse. Or, dès fin août 2020, plusieurs syndicats d'éditeurs de presse ont saisi l'Autorité de l'inexécution de plusieurs de ces mesures par Google. De fait, l'AdlC a constaté que Google n'avait respecté ni la lettre, ni l'es-

prit de ses injonctions, ni même le cadre temporel de celles-ci.

Selon l'Autorité, la mise en œuvre d'une stratégie délibérée et systématique de contournement des obligations de négociation, de neutralité et de rémunération imposées dans le cadre de la décision de mesures conservatoires présente une gravité exceptionnelle. Dès lors, la sanction pécuniaire doit s'apprécier également au regard de l'incidence qu'un tel comportement a pu avoir sur la concurrence que la mesure avait pour objet de préserver. Le fait que Google ait tout de même conclu certains accords, certes au-delà de la période indiquée dans la décision, ne l'exonère pas de sa responsabilité dès lors que, selon l'AdlC, le retard d'exécution d'une injonction caractérise en lui-même un non-respect de celle-ci. Par conséquent, elle inflige à Google une amende de 500 millions d'euro et lui ordonne de se conformer en tout point aux injonctions prononcées, sous astreinte de 300 000 euro par jour de retard.

Dans l'affaire du PMU, faisant preuve d'une sévérité comparable, l'AdlC avait estimé que l'entreprise n'avait pas respecté les engagements endossés dans le cadre de sa décision du 25 février 2014 (LawLex201400000341JBJ) et lui avait infligé une amende de

900 000 euro (AdlC, 7 avr. 2020, LawLex20200000384JBJ). La Cour d'appel de Paris vient de réformer cette décision. Selon elle, le non-respect d'engagements doit s'apprécier strictement au regard des préoccupations de concurrence exprimées dans le cadre de l'évaluation préliminaire, qui constitue le socle de la procédure d'engagements. Or, en l'occurrence, l'Autorité de la concurrence n'avait visé que les pratiques de mutualisation du PMU sur le marché français. Selon la Cour, elle ne pouvait donc sanctionner les pratiques mises en œuvre à l'international, sous prétexte qu'elles constitueraient une violation tant de « la lettre » que de « l'esprit » des engagements souscrits.

PROCÉDURE DE CONCURRENCE

Autorité de la concurrence
21 juillet 2021
LawLex202100004480JBJ
Cour d'appel de Paris
2 septembre 2021
LawLex202100005106JBJ



Protection du secret des affaires versus droit à un recours efficace : la juridiction nationale doit pouvoir disposer de l'ensemble des informations pertinentes.

Un soumissionnaire évincé d'un appel d'offres pour un marché public, estimant que l'attributaire ne disposait pas des qualifications requises, conteste auprès du pouvoir adjudicateur les résultats de l'appel d'offres, lequel rejette cette contestation au motif que l'attributaire remplit bien les conditions de qualification mises en cause. Le soumissionnaire saisit la juridiction nationale pour obtenir la communication de l'offre de l'attributaire et de la correspondance échangée avec le pouvoir adjudicateur, y compris les documents confidentiels. La juridiction de première instance, à la demande du pouvoir adjudicateur, limite la communication aux documents non confidentiels et rejette la demande d'accès à l'ensemble des documents. Après l'annulation par les juridictions du fond de sa décision établissant le classement des offres, le pouvoir adjudicateur forme un pourvoi devant la cour suprême de l'État membre concerné qui interroge la Cour de justice. Devant la Cour se pose, notamment, la question de la mise en balance de la protection des informations confidentielles fournies par un soumissionnaire et de l'effectivité des droits de la défense des autres soumissionnaires dans le cadre de l'examen d'une procédure de passation de marchés publics.

Le juge européen souligne tout d'abord qu'aux termes de l'article 21 de la directive 2014/24, le pouvoir adjudicateur ne divulgue pas les renseignements confidentiels fournis par les soumissionnaires

et peut même leur imposer des exigences destinées à protéger la confidentialité des informations mises à sa disposition tout au long de la procédure de passation. Toutefois, même si l'article 55 du même texte autorise tout soumissionnaire qui a présenté une offre recevable à demander au pouvoir adjudicateur de lui communiquer les caractéristiques et avantages de l'offre retenue, ce dernier peut décider de ne pas communiquer certains renseignements dont la divulgation serait contraire à l'intérêt public, porterait préjudice aux intérêts commerciaux légitimes d'un opérateur économique particulier, public ou privé, ou pourrait nuire à une concurrence loyale entre opérateurs économiques (art. 50, paragr. 4 et 55, paragr. 3). Dans un précédent arrêt (CJCE, 14 févr. 2008, LawLex200800000202JBJ), la Cour a précisé que dans le cadre du recours exercé contre la décision d'attribution d'un marché public, le requérant n'a pas un droit absolu à obtenir communication du détail de l'offre de l'attributaire, dès lors que ce dernier bénéficie du droit à la protection de ses informations confidentielles et du secret des affaires. En l'occurrence, la Cour rappelle que le pouvoir adjudicateur n'est pas tenu de communiquer ces informations lorsque leur transmission conduirait à enfreindre les règles du droit de l'Union relatives à la protection des informations confidentielles, même si la demande de l'opérateur est présentée dans le cadre d'un recours portant sur la légalité de l'appréciation de l'offre du concurrent. Il doit

cependant mettre en balance le droit du demandeur à une bonne administration de la justice avec le droit du concurrent à la protection des informations confidentielles afin que sa décision de refus ou de rejet soit motivée et que le droit à un recours efficace dont bénéficie le soumissionnaire évincé ne soit pas privé d'effet utile. Pour s'en assurer, la juridiction nationale saisie d'un recours contre la décision du pouvoir adjudicateur refusant de communiquer ces informations ou d'un recours contre la décision du pouvoir adjudicateur rejetant le recours administratif formé contre cette décision de refus doit, selon le juge européen, disposer de l'ensemble des éléments de fait et de droit, y compris les informations confidentielles et les secrets d'affaires, pour vérifier que le caractère communicable des informations que le pouvoir adjudicateur a refusé de transmettre. Elle doit également pouvoir annuler la décision de refus ou de rejet du recours administratif si celles-ci sont illégales et, le cas échéant, renvoyer l'affaire devant le pouvoir adjudicateur, voire prendre elle-même une nouvelle décision si son droit national l'y autorise.

MARCHÉS PUBLICS

Cour de justice de l'Union européenne
7 septembre 2021
LawLex202100005145JBJ





Ce qu'il faut savoir sur la révision du règlement d'exemption vertical sur les accords de distribution.

Tous les réseaux de distribution en Europe s'efforcent, par souci de sécurité juridique, de se conformer aux conditions d'exemption posées par le règlement d'exemption vertical 330/2010 en vigueur et s'inspirent étroitement des analyses contenues dans les lignes directrices de la Commission s'agissant de son interprétation ou de l'autoévaluation de leurs accords allant au-delà du règlement. Le cadre actuel expire le 31 mai 2022 et la Commission vient de publier un projet de nouveau règlement et de nouvelles lignes directrices qu'elle a soumis à consultation jusqu'au 17 septembre 2021.

Ces nouvelles orientations doivent être analysées très attentivement par les entreprises car, si elles leur ouvrent de nouvelles marges de manoeuvre, elles risquent également, sauf changements obtenus dans le cadre des consultations et du lobbying, de les soumettre à de nouvelles contraintes.

I. Les nouvelles marges de manoeuvre qui s'ouvrent aux entreprises

1. La possibilité d'exclusivités partagées en distribution exclusive.

Jusqu'à présent, la distribution exclusive n'était exemptée qu'en cas de désignation d'un seul distributeur pour un territoire ou une clientèle donnés. Nous sommes intervenus à plusieurs reprises auprès de la Commission pour que soit autorisée une exclusivité accordée à deux ou plusieurs distributeurs pour un même territoire, comme celle était possible sous l'empire de l'ancien règlement automobile 123/85, car un tel système serait notamment très utile pour la distribution de matériels agricoles. La Commission a inclus l'exclusivité partagée dans son projet mais l'a soumise à des conditions de justification de son bien-fondé économique qui devraient être abandonnées car contraires à la règle posée par la CJUE selon laquelle un fournisseur n'a pas à justifier du bien-fondé des limites quantitatives de son réseau (CJUE, 14 juin 2012, Auto 24 / Jaguar Land Rover, LawLex201200000871JBJ).

2. Une meilleure protection de la distribution exclusive.

Toute une série de dispositions vont dans le sens d'une meilleure protection de l'exclusivité. La restriction des ventes actives pouvant être interdites en cas de recours à un système de distribution exclusive est étendue à certaines pratiques de ventes par internet, aux clients du distributeur exclusif et, en cas de recours à des systèmes de distribution différents selon les Etats membres, les distributeurs exclusifs peuvent être protégés contre les ventes actives en provenance des autres Etats membres.

3.3. Une meilleure protection de la distribution sélective.

Les distributeurs sélectifs peuvent être protégés contre les ventes à des revendeurs hors réseau de leur territoire en provenance des distributeurs exclusifs d'autres Etats membres et l'interdiction de revente hors réseau peut être étendue aux acheteurs des distributeurs sélectifs.

4. Un meilleur encadrement des ventes par internet.

Les lignes directrices reconnaissent la possibilité de restreindre les ventes par internet sur les places de marché en matière de distribution sélective dans la ligne de l'arrêt Coty. Elles abandonnent la théorie de l'équivalence des conditions de vente et admettent les prix duals entre ventes par internet et en magasins physiques lorsqu'ils sont justifiés par une différence de coûts.

5. D'autres innovations positives.

Les comportements unilatéraux non soumis au droit des ententes sont mieux définis par les lignes directrices et la possibilité de tacite reconduction des obligations contractuelles de non-concurrence d'une durée de 5 ans est reconnue.

II. De nouvelles contraintes

6. L'exemption de la distribution duale est soumise à de multiples et excessives contraintes.

Alors qu'elle est communément pratiquée, pro concurrentielle et efficiente, la distribution duale aux clients finals,

par le fournisseur et ses distributeurs, ne serait plus exemptée par catégorie que sous réserve de satisfaire à de multiples conditions cumulatives. Elle n'est plus automatiquement exemptée qu'en-dessous de 10 % de parts de marché cumulées calculées sur les marchés locaux, sauf s'agissant des échanges d'informations entre les parties. Cette première règle est impraticable car les parts de marché locales sont en général non connues et très disparates. Elle peut demeurer exemptée même jusqu'à 30 % de parts de marché selon les seuils généraux du règlement, mais à condition d'éviter toute restriction par objet, ce qui est indéfini et subjectif. Dès que le fournisseur fait participer ses distributeurs à la vente sur son site internet, l'exemption est exclue, ce qui est pour le moins paradoxal et contraire à l'efficacité des réseaux.

7. Le recours aux agents est rendu très difficile.

La définition des vrais agents au sens du droit de la concurrence est tellement stricte, notamment en raison des coûts à prendre en charge, qu'elle risque de dissuader le recours à ces intermédiaires, dont le coût, du fait des règles du droit commercial, est d'ores et déjà très élevé.

8. Le cumul de la distribution exclusive et sélective au stade du commerce de gros n'est toujours pas autorisé.

9. La sévérité à l'égard des prix imposés est maintenue.

De façon générale, les projets de la Commission demeurent très opposés à la pratique de prix imposés alors qu'en cas de forte concurrence intermarques, leur légitimité devrait être reconnue. De même, les contrats d'exécution (*fulfillment contracts*) n'échappent à l'interdiction des prix imposés que dans des hypothèses très limitées.

Nous avons fait part à la Commission de nos remarques sur ces différents points. Le texte complet de nos observations est disponible sur notre site internet.

LES BRÈVES

DISTRIBUTION EXCLUSIVE

Le seul courrier du fournisseur demandant au distributeur l'autorisation d'approvisionner deux autres revendeurs, sans mention aucune du terme « exclusivité », ne suffit pas à établir que les parties sont liées par un contrat de distribution exclusive.

Paris, 7 sept. 2021, LawLex202100005274JBJ

DISTRIBUTION EXCLUSIVE

La résiliation régulière d'un contrat de distribution exclusive pour perte de l'intuitus personae ne constitue pas un trouble manifestement illicite qui justifierait que le juge ordonne la poursuite forcée des relations.

Paris, 8 sept. 2021,

LawLex202100005255JBJ

AGENT COMMERCIAL

La dissimulation au mandant d'une transaction d'un montant réduit et portant sur des biens d'occasion de sa marque ne constitue pas un manquement caractérisé de l'agent commercial à son obligation de loyauté.

Cass. com., 8 sept. 2021,

LawLex202100005276JBJ