

Université Montpellier
Faculté de Droit et de Sciences politiques
Année 2019-2020 Semestre 8

Masters I – Droit de l'économie & Droit de l'entreprise

Plaquette de travaux dirigés
Droit de la distribution

Pr. Daniel MAINGUY

Chargée de travaux dirigés : Jennifer BOUFFARD

Sommaire

- **Séance 1** : Droit commun : information précontractuelle
- **Séance 2** : Droit commun : durée et exclusivité
- **Séance 3** : Approvisionnement exclusif : prix et contrepartie
- **Séance 4** : Concession exclusive
- **Séance 5** : Distribution sélective : sélection des distributeurs et protection du réseau
- **Séance 6** : Distribution sélective et Internet
- **Séance 7** : Contrat de franchise : formation
- **Séance 8** : Contrat de franchise : exécution et extinction
- **Séance 9** : Indivisibilité des contrats dans un réseau de distribution
- **Séance 10** : Correction du partiel de TD

Des documents utiles pour la préparation des TD sont mis en ligne sur la plateforme Moodle et sur le site <http://www.daniel-mainguy.fr/>. La présente plaquette indique uniquement les exercices à réaliser.

Séance 1 : DROIT COMMUN : INFORMATION PRÉCONTRACTUELLE

Commentaire d'arrêts groupés :

Cass. com., 19 janvier 2010, n° 09-10.980 :

Sur le moyen unique :

Attendu, selon l'arrêt attaqué (Orléans, 27 novembre 2008), que la Banque régionale de l'Ouest (la **BRO**), aux droits de laquelle se trouve le Crédit industriel de l'Ouest, a consenti à la société LCEC, avec le cautionnement solidaire des époux X... et de la société HCCL, société holding appartenant à ceux-ci, un prêt ayant pour objet le financement de travaux d'aménagement et des besoins en fonds de roulement d'un magasin de matériel électroménager, audiovisuel et informatique, créé sous l'enseigne Expert, laquelle est exploitée par un groupement coopératif de commerçants indépendants qui, par l'adhésion au réseau, bénéficient d'une centrale de référencement ; que la société LCEC ayant été mise en liquidation judiciaire, l'établissement de crédit a déclaré sa créance et assigné les cautions en exécution de leurs engagements ; que les époux X... ont alors appelé en garantie les sociétés Groupe Expert et Expert France, devenue la société EX & CO (les sociétés Expert), en leur reprochant d'avoir établi une étude de marché fautive à l'origine de la défaillance de la société LCEC ; que M. Z..., mandataire liquidateur de la société LCEC, et la société Langlois, maison mère de cette société, sont intervenus volontairement à l'instance ;

Attendu que les sociétés Expert font grief à l'arrêt de les avoir condamnées solidairement à garantir les époux X... au titre des sommes dues à la **BRO** ainsi qu'à payer à M. X... la somme de 73 700 euros et à M. A..., liquidateur des sociétés Langlois et HCCL, la somme de 76 300 euros à titre de dommages-intérêts, alors selon le moyen :

1°/ que "Toute personne qui met à la disposition d'une autre personne un nom commercial, une marque ou une enseigne, en exigeant d'elle un engagement d'exclusivité ou de quasi exclusivité pour l'exercice de son activité, est tenue, préalablement à la signature de tout contrat conclu dans l'intérêt commun des deux parties, de fournir à l'autre partie un document donnant des informations sincères, qui lui permette de s'engager en connaissance de cause » ne s'applique qu'en présence d'une exclusivité d'activité imposée au distributeur ; qu'en relevant que les sociétés Langlois et LCEC avaient la possibilité d'exploiter d'autres activités non concurrentes et donc n'étaient pas tenues à l'égard des sociétés Expert d'une exclusivité d'activité, et en appliquant néanmoins les dispositions de l'article L. 330-3 du code de commerce relatives à l'information préalable, la cour d'appel a violé, par fausse interprétation, l'article L. 330-3 du code de commerce ;

2°/ que la pièce n° 10 intitulée «Etude de marché» indiquait dans la rubrique «Estimation du marché potentiel» un simple «CA (chiffre d'affaires) théorique objectif» (Etude de marché, p. 38) pour trois années et non de véritables «comptes prévisionnels» ; qu'en considérant néanmoins que les sociétés Expert avaient établi des «comptes prévisionnels», et, partant, commis une faute à l'origine des préjudices subis par les époux X... et les sociétés LCEC et Langlois, la cour d'appel a dénaturé l'«Etude de marché» et violé l'article 1134 du code civil ;

3°/ que l'article L. 330-3 du code de commerce ne met pas à la charge du bénéficiaire de l'exclusivité l'obligation de réaliser une étude de marché local ou un état des comptes prévisionnels ; que si de tels documents sont néanmoins établis et communiqués au distributeur, ils ne le sont pas en application de cette disposition ; qu'en considérant néanmoins que, dans le

cas où de telles informations sont données, l'article L. 330-3 du code de commerce impose à l'animateur du réseau une présentation sincère du marché local ainsi que l'établissement de budgets raisonnables sur la base de chiffres non contestables, la cour d'appel a violé, par fausse application, l'article L. 330-3 du code de commerce ainsi que l'article 1382 du code civil ;

4°/ que la bonne foi est toujours présumée et que c'est à celui qui allègue la mauvaise foi de la prouver ; qu'en considérant que les sociétés Expert avaient méconnu leur obligation de contracter de bonne foi en délivrant une étude de marché local ainsi que des comptes prévisionnels trop optimistes, sans pour autant caractériser leur mauvaise foi, la cour d'appel a privé sa décision de base légale au regard de l'article 2274 du code civil ;

5°/ que seul le dommage directement causé par une faute est réparable ; que la cour d'appel n'a pas recherché si la faute reprochée consistant dans la réalisation d'une étude du marché local insuffisante ainsi que dans l'établissement de comptes prévisionnels trop optimistes, était à l'origine du préjudice et n'a pas vérifié si les époux X... n'auraient pas conclu, en toute hypothèse, le contrat ; qu'en mettant néanmoins à la charge des sociétés Expert la réparation de l'entier dommage découlant de la conclusion du contrat avec les époux X..., sans vérifier si les fautes reprochées aux sociétés Expert dans leur obligation précontractuelle d'étude et de renseignement à l'égard du futur adhérent avaient directement causé la liquidation judiciaire de la société LCEC et donc la mise en œuvre des cautionnements par la **BRO**, la cour d'appel a privé sa décision de base légale au regard de l'article 1382 du code civil ;

Mais attendu, en premier lieu, qu'ayant relevé que s'il existe pour les adhérents au réseau Expert une possibilité d'exploiter des activités non concurrentes, ils sont, pour les produits couverts par la convention, tenus à une quasi-exclusivité, c'est à bon droit que la cour d'appel a retenu que l'obligation d'information précontractuelle prévue par l'article L. 330-3 du code de commerce s'imposait aux sociétés Expert ;

Attendu, en deuxième lieu, que si la loi ne met pas à la charge de l'animateur d'un réseau une étude du marché local et qu'il appartient au candidat à l'adhésion à ce réseau de procéder lui-même à une analyse d'implantation précise, c'est à bon droit que la cour d'appel a retenu que dans le cas où une telle information était donnée, ce texte met à la charge du franchiseur une présentation sincère du marché local ;

Attendu, en troisième lieu, que l'arrêt précise que la charte de partenariat Expert est donnée avec calcul d'un chiffre d'affaires prévisionnel figurant dans une étude de marché de quarante-huit pages dont il détaille le contenu et les défauts de méthode ; qu'il relève que le chiffre d'affaires réalisé par la société LCEC a été inférieur de plus de 36 % au chiffre d'affaires prévisionnel et retient que l'ampleur des différences entre prévisions et résultats traduit la légèreté avec laquelle cette étude a été entreprise alors qu'aucune faute de gestion expliquant les déboires du fonds de commerce n'est démontrée ; que la cour d'appel qui n'a pas dénaturé l'«Etude de marché» et n'avait pas à procéder à la recherche invoquée par la quatrième branche, a légalement justifié sa décision ;

Attendu, enfin, que l'arrêt relève que les fautes commises par les sociétés Expert dans leur obligation précontractuelle d'étude et de renseignement à l'égard du futur adhérent, qui ont privé celui-ci des éléments d'appréciation lui permettant de se former valablement une opinion sur l'opportunité de son investissement, ont un lien de causalité directe avec la liquidation judiciaire de la société LCEC et donc les préjudices subis par les époux X... du fait de la mise en œuvre de leur cautionnement par la **BRO** ; qu'ayant ainsi procédé à la recherche qu'il lui est reproché d'avoir négligée, la cour d'appel a légalement justifié sa décision ;

D'où il suit que le moyen n'est fondé en aucune de ses branches ;
PAR CES MOTIFS : REJETTE le pourvoi.

Cass. com., 28 mai 2013, n° 11-27.256

Attendu, selon l'arrêt attaqué (Paris, 14 septembre 2011), que M. X... a conclu le 15 décembre 2003 un contrat de franchise avec la société Alizés diffusion (le franchiseur) pour l'exploitation d'un centre de bronzage sous l'enseigne « Point soleil » ; que M. X... ayant cessé de payer les redevances prévues au contrat, le franchiseur s'est prévalu de la clause résolutoire et a résilié le contrat à compter du 20 août 2006 ; que par acte du 26 janvier 2006, M. X... a fait assigner le franchiseur en annulation du contrat sur le fondement du dol ; que le franchiseur, alléguant que M. X... avait poursuivi l'exploitation du centre de bronzage en utilisant l'enseigne et le savoir-faire du réseau, a demandé reconventionnellement la réparation de son préjudice ; que M. Y..., nommé administrateur judiciaire puis commissaire à l'exécution du plan de continuation de M. X..., est intervenu à l'instance ;

Sur le premier moyen :

Attendu que M. X... et M. Y... font grief à l'arrêt de rejeter leur demande en annulation du contrat alors, selon le moyen :

1°/ que le franchiseur doit, avant la signature du contrat de franchise, remettre au franchisé un document contenant notamment « une présentation de l'état général et local du marché... et les perspectives de développement de ce marché » ; que la cour d'appel, qui a retenu que le document établi par la société Alizés diffusion « ne comportait pas d'état local de marché », mais que M. X... devait s'informer par lui-même de cet état et que, dès lors, ce manquement du franchiseur à ses obligations précontractuelles d'information n'était pas susceptible de constituer un dol, a violé les articles L. 330-3 et R. 330-2 du code de commerce ;

2°/ que le document est communiqué vingt jours minimum avant la signature du contrat et que doivent y être annexés les comptes annuels des deux derniers exercices ; que la cour d'appel, qui a souligné que le document avait été communiqué six mois avant la signature du contrat et qu'ainsi M. X... avait eu tout le temps d'en prendre connaissance et de compléter les informations manquantes, sans rechercher si, comme le faisait valoir M. X..., les comptes annuels des deux dernières années n'y étaient pas annexés et ne lui avaient été communiqués que quelques jours seulement avant la signature du contrat, a privé sa décision de base légale au regard des articles L. 330-3 et R. 330-2 du code de commerce ;

3°/ que la cour d'appel n'a pas répondu aux conclusions de M. X... qui, soutenant que de nombreux franchisés de la société Alizés diffusion avaient déposé le bilan, faute de rentabilité, faisaient valoir que le document, contrairement aux prescriptions de l'article R. 330-2-5 -C du code de commerce, ne donnait aucune indication sur le nombre d'entreprises qui avaient cessé de faire partie du réseau et sur les motifs de cette disparition, violant ainsi l'article 455 du code de procédure civile ;

Mais attendu, d'une part, que l'arrêt retient que M. X... a eu à sa disposition le document d'information précontractuelle, qu'il a disposé d'un délai supérieur aux usages pour s'informer sur les potentialités économiques du fonds et, plus généralement pour compléter d'éventuelles insuffisances dans l'information fournie et que si le document ne comportait pas d'état local du marché et s'il appartenait effectivement au franchiseur de présenter l'état général et local du marché, le candidat à la franchise devait réaliser lui-même une étude précise du marché local et que, compte tenu du temps dont M. X... avait disposé pour affiner son appréciation du marché local, les éventuels manquements à telle ou telle exigence légale n'auraient pu, de toute façon, être constitutifs d'un dol ou d'une erreur de nature à vicier son consentement ; que de ces constatations et appréciations souveraines, la cour d'appel a pu déduire que M. X... ne rapportait pas la preuve d'un vice du consentement ;

Attendu, d'autre part, qu'ayant constaté, par motifs adoptés, que le document d'information précontractuelle qui contenait les comptes sociaux des deux exercices précédents, avait été

remis à M. X... le 18 juin 2003 et que le contrat de franchise a été conclu le 15 décembre suivant, la cour d'appel, qui a procédé à la recherche demandée, a légalement justifié sa décision ;

Et attendu, enfin, qu'ayant retenu que le préambule du contrat de franchise précisait que le franchisé reconnaissait avoir eu communication de tous les documents et informations précontractuels exigés par la législation applicable, la cour d'appel a répondu aux conclusions prétendument délaissées ;

D'où il suit que le moyen n'est fondé en aucune de ses branches ;

Et sur le second moyen :

Attendu que M. X... et M. Y..., ès qualités, font grief à l'arrêt de condamner M. X... à payer au franchiseur une certaine somme à titre de dommages-intérêts pour parasitisme économique alors, selon le moyen :

1°/ que la cour d'appel n'a pas répondu aux conclusions de M. X... qui soutenait qu'après avoir, au 20 août 2006, prononcé la résiliation unilatérale du contrat de franchise, la société Alizés diffusion ne l'avait pas mis en demeure de déposer l'enseigne « Point Soleil » et de ne plus utiliser ses signes distinctifs, violant ainsi l'article 455 du code de procédure civile ;

2 / que l'usurpation ne constitue un acte de parasitisme économique qu'en cas de notoriété de la marque et des signes distinctifs usurpés ; que la cour d'appel, qui n'a pas constaté que la marque « Point Soleil », son logo et ses quatre pictogrammes, utilisés par seulement quarante-huit franchisés disséminés à travers tout le territoire français, avait une quelconque notoriété, a privé sa décision de base légale au regard des articles 1382 du code civil et L. 713-5 du code de la propriété intellectuelle ;

Mais attendu d'une part, qu'ayant relevé qu'une mise en demeure avait été délivrée le 26 juillet 2006 à M. X..., la cour d'appel n'avait pas à répondre à des conclusions que ses constatations rendaient inopérantes ;

Et attendu, d'autre part, qu'il ne résulte pas de l'arrêt et des conclusions des parties que M. X... ait soutenu le moyen tiré de la notoriété de la marque et des signes distinctifs usurpés ; que le moyen, mélangé de fait et de droit, est nouveau ;

D'où il suit que le moyen, irrecevable en sa seconde branche, n'est fondé pour le surplus ;

PAR CES MOTIFS : REJETTE le pourvoi.

Cass. com., 25 novembre 2014, n° 13-24658 :

Attendu, selon l'arrêt attaqué, que la société GC 5 Paris, constituée par M. X..., a signé un contrat de franchise avec la société Intervalles en vue de l'exploitation d'un fonds de commerce ; que la société GC 5 Paris a été mise en liquidation judiciaire l'année suivante ; que M. X... et la société GC 5 Paris, représentée par son mandataire-liquidateur, Mme C..., ont assigné la société Intervalles en annulation du contrat de franchise, restitution de diverses sommes et paiement de dommages-intérêts ; que la société Intervalles a été mise sous procédure de sauvegarde, Mme Y... étant désignée en qualité de mandataire judiciaire et la SELARL AJ partenaires en qualité d'administrateur judiciaire ;

Sur les premier, deuxième et troisième moyens et sur le quatrième moyen, pris en sa seconde branche, réunis :

Attendu que ce moyen n'est pas de nature à permettre l'admission du pourvoi ;

Mais sur le quatrième moyen, pris en sa première branche :

Vu l'article 1382 du code civil ;

Attendu que pour fixer à 10 000 euros l'indemnisation du troisième poste de préjudice invoqué par M. X..., résultant de l'annulation du contrat de franchise pour manquement du franchiseur à son obligation d'information préalable, et l'inclure dans la somme totale de 40 000 euros au paiement de laquelle il condamne la société Intervalles, l'arrêt retient que la demande au titre de la perte de revenus s'analyse comme une perte de chance de percevoir la somme figurant dans les prévisionnels ;

Attendu qu'en statuant ainsi, alors que le préjudice résultant du manquement à une obligation précontractuelle d'information est constitué par la perte de la chance de ne pas contracter ou de contracter à des conditions plus avantageuses et non par celle d'obtenir les gains attendus, la cour d'appel a violé le texte susvisé ;

PAR CES MOTIFS :

CASSE ET ANNULE, mais seulement en ce qu'il condamne la société Intervalles à payer à M. X... une somme de 40 000 euros à titre de dommages-intérêts incluant 10 000 euros au titre de la perte de revenus, l'arrêt rendu le 2 juillet 2013, entre les parties, par la cour d'appel d'Angers ; remet, en conséquence, sur ce point, la cause et les parties dans l'état où elles se trouvaient avant ledit arrêt et, pour être fait droit, les renvoie devant la cour d'appel d'Angers, autrement composée ;

Séance 2 : DROIT COMMUN : DUREE ET EXCLUSIVITE

Analyser la situation des parties :

La société Pedro noue une relation avec Total, en vue de l'exploitation d'une station-service. La relation s'organise autour de quatre contrats :

- Aux termes du premier, Pedro concède en faveur de Total un droit réel, dit « droit de superficie », sur un terrain lui appartenant. Ce contrat autorise Total à construire sur ce terrain un bâtiment en échange d'une rétribution au concédant. Au terme de cette période de 20 ans, la station-service construite par Total deviendra la propriété de Pedro.

- Le deuxième est un contrat de bail portant sur la station-service à construire, contrat aux termes duquel Total a cédé à Pedro l'usage et la jouissance de la station-service pour un délai d'un an prorogeable de mois en mois. Néanmoins, le bailleur est tenu d'accorder cette prorogation pendant toute la durée du contrat d'approvisionnement exclusif qu'il s'engage également à conclure avec la société locataire.

- Aux termes du troisième, Pedro s'est engagé à exploiter la station-service, dès l'instant où elle lui est remise, en s'approvisionnant exclusivement auprès de Total et en utilisant son image, ses couleurs, sa marque ainsi que son enseigne. Le contrat d'achat exclusif est conclu pour une durée de 20 ans et l'approvisionnement s'effectue sous le mode de la vente ferme, de sorte que le distributeur acquiert la propriété du combustible dès l'instant où le fournisseur le met à sa disposition dans la station-service, l'acheteur s'engageant à le revendre à son propre compte et à ses propres risques.

- Par un quatrième conclu pour une durée de trente ans avec une société de transport, Pedro assure de manière exclusive au sein de sa station une activité de « relais-poste ».

<p style="text-align: center;"><u>Séance 3</u> : APPROVISIONNEMENT EXCLUSIF : PRIX ET CONTREPARTIE</p>

Résoudre le cas pratique suivant :

Jean DOUTE a conclu il y a deux ans un contrat d'approvisionnement exclusif avec la société YOUPLA pour distribuer sur l'Ile de La Réunion les produits de sa célèbre marque. Ce contrat a été conclu pour une durée de 10 ans.

Des prix ont été prévus en annexe du contrat pour chaque produit, prix actualisé selon une clause du contrat stipulant que « le prix de la fourniture sera celui résultant de la libre concurrence, usuellement pratiqué avec des clients de même nature dans la région où se trouve le fonds du revendeur, dans les mêmes conditions tarifaires, que la clientèle soit sous exclusivité ou libre d'engagement ».

Chaque mois, Jean Doute reçoit un fax qui fixe des prix d'approvisionnement de plus en plus élevés, ce qu'il entend contester.

Afin d'inciter Jean DOUTE à conclure le contrat, la société YOUPLA s'est proposée de cautionner l'emprunt professionnel contracté par Jean DOUTE indispensable pour débiter son activité. Ayant accepté, la Société YOUPLA a souscrit un engagement de caution simple, à concurrence de 20% du prêt consenti à Jean DOUTE, et exigé de ce dernier deux cautions solidaires pour garantir l'exécution des contrats liés à son activité.

Jean Doute vous consulte sur la validité du contrat.

Séance 4 : CONCESSION EXCLUSIVE

Pour information, ce cas pratique a été donné en partiel lors de l'année universitaire 2014/2015.

Résoudre le cas pratique suivant :

Un distributeur obtient d'une grande enseigne l'exclusivité de la commercialisation de montres de luxe sur le territoire européen, la distribution exclusive pour les autres territoires étant confiée à la filiale américaine de l'enseigne. Le conditionnement des produits est adapté à chaque territoire.

Le distributeur constate que, sur son territoire, des montres de l'enseigne initialement destinées au marché du Moyen-Orient, sont revendues en grande quantité et à un prix très bas.

Que peut-il envisager ?

Séance 5 : DISTRIBUTION SÉLECTIVE : SÉLECTION DES DISTRIBUTEURS ET PROTECTION DU RÉSEAU
--

À consulter pour la réalisation du cas pratique :

- N. FERRIER, « La liberté de sélectionner dans la distribution sélective », *JCP E*, 2017, p. 1678.
- N. FERRIER et L. SAUTONIE-LAGUIONIE, « La distribution parallèle à l'épreuve de l'opposabilité du réseau », *RTD civ.* 2011, p. 225.

Résoudre le cas pratique suivant :

La société CHANEL a mis en place un réseau de distribution sélective pour la commercialisation de ses produits. Elle a fait inscrire sur chaque emballage individuel la mention « exclusivement distribués par des distributeurs spécialisés ».

Pour intégrer ce réseau, il est exigé que le distributeur candidat dispose d'un certain degré de compétence commerciale supposant une formation suffisante, qu'il propose à la vente une gamme définie de produits portant la marque CHANEL, dans un environnement commercial propice à la commercialisation des parfums de luxe et, à ce titre, qu'un certain nombre de produits dont la marque aurait une notoriété équivalente soient également commercialisés dans ce point de vente.

Par ailleurs, elle exige de ses distributeurs qu'ils affectent exclusivement un personnel féminin à la démonstration et à la vente de ses produits. Ce personnel devant en outre répondre à des critères physiques reflétant l'image prestigieuse de la marque.

La société LENS s'est vue refuser l'accès à ce réseau aux motifs que ses locaux, inadaptés, et son personnel, incompetent, auraient porté atteinte à l'image de prestige de la marque Chanel. Après avoir obtenu ces produits, par un approvisionnement détourné, elle les a revendus au mépris du système de distribution mis en place.

La société CHANEL vient vous consulter.

Quels sont les apports des deux décisions suivantes sur la question de la distribution sélective et Internet ?

CJUE, 13 oct. 2011, Pierre Fabre Dermo-Cosmétique, aff. C-439/09

1 La demande de décision préjudicielle porte sur l'interprétation de l'article 81, paragraphes 1 et 3, CE et du règlement (CE) n° 2790/1999 de la Commission, du 22 décembre 1999, concernant l'application de l'article 81, paragraphe 3, du traité à des catégories d'accords verticaux et de pratiques concertées (JO L 336, p. 21).

2 Cette demande a été présentée dans le cadre d'un recours en annulation et, subsidiairement, en réformation de Pierre Fabre Dermo-Cosmétique SAS (ci-après « Pierre Fabre Dermo-Cosmétique ») contre la décision n° 08-D-25 du 29 octobre 2008 (ci-après la « décision litigieuse ») du Conseil de la concurrence (devenu Autorité de la concurrence depuis le 13 janvier 2009), au sujet de l'interdiction faite par Pierre Fabre Dermo-Cosmétique, contenue dans ses contrats de distribution sélective, aux distributeurs qu'elle a au préalable choisi d'agréer, de vendre sur Internet ses produits cosmétiques et d'hygiène corporelle, et ce en infraction aux dispositions de l'article L. 420-1 du code de commerce ainsi que de l'article 81 CE.

Le cadre juridique (...)

Le litige au principal et la question préjudicielle (...)

31 Dans ces conditions, la cour d'appel de Paris a décidé de surseoir à statuer et de poser à la Cour la question préjudicielle suivante :

« [L]interdiction générale et absolue de vendre sur Internet les produits contractuels aux utilisateurs finals imposée aux distributeurs agréés dans le cadre d'un réseau de distribution sélective constitue[-t-elle] effectivement une restriction caractérisée de la concurrence par objet au sens de l'article 81, paragraphe 1, du traité CE [article 101, paragraphe 1, TFUE] échappant à l'exemption par catégorie prévue par le règlement n° 2790/1999, mais pouvant éventuellement bénéficier d'une exemption individuelle en application de l'article 81, paragraphe 3, du traité CE [article 101, paragraphe 3, TFUE][?] »

Sur la question préjudicielle

32 Il convient de relever à titre liminaire que ni l'article 101 TFUE ni le règlement n° 2790/1999 ne se réfèrent à la notion de restriction caractérisée de la concurrence.

33 Dans ces conditions, la question préjudicielle doit être comprise en ce sens qu'elle vise à savoir, premièrement, si la clause contractuelle en cause dans le litige au principal constitue une restriction de la concurrence « par objet » au sens de l'article 101, paragraphe 1, TFUE,

deuxièmement, si un contrat de distribution sélective contenant une telle clause – dans l’hypothèse où il entre dans le champ d’application de l’article 101, paragraphe 1, TFUE – peut bénéficier de l’exemption par catégorie instituée par le règlement n° 2790/1999 et, troisièmement, si, lorsque l’exemption par catégorie est inapplicable, ledit contrat pourrait néanmoins bénéficier de l’exception légale de l’article 101, paragraphe 3, TFUE.

Sur la qualification de la restriction de la clause contractuelle litigieuse comme une restriction de la concurrence par objet

34 À titre liminaire, il y a lieu de rappeler que, pour relever de l’interdiction énoncée à l’article 101, paragraphe 1, TFUE, un accord doit avoir « pour objet ou pour effet d’empêcher, de restreindre ou de fausser le jeu de la concurrence à l’intérieur du marché intérieur ». Selon une jurisprudence constante depuis l’arrêt du 30 juin 1966, LTM (56/65, Rec. p. 337), le caractère alternatif de cette condition, marqué par la conjonction « ou » conduit d’abord à la nécessité de considérer l’objet même de l’accord, compte tenu du contexte économique dans lequel il doit être appliqué. Lorsque l’objet anticoncurrentiel d’un accord est établi, il n’y a pas lieu de rechercher ses effets sur la concurrence (voir arrêt du 6 octobre 2009, GlaxoSmithKline Services e.a./Commission e.a., C-501/06 P, C-513/06 P, C-515/06 P et C-519/06 P, Rec. p. I-9291, point 55 ainsi que jurisprudence citée).

35 Aux fins d’apprécier si la clause contractuelle en cause comporte une restriction de concurrence « par objet », il convient de s’attacher à la teneur de la clause, aux objectifs qu’elle vise à atteindre ainsi qu’au contexte économique et juridique dans lequel elle s’insère (voir arrêt GlaxoSmithKline Services e.a./Commission e.a., précité, point 58 ainsi que jurisprudence citée).

36 Les contrats de distribution sélective en cause disposent, s’agissant des ventes des produits cosmétiques et d’hygiène corporelle des marques Avène, Klorane, Galénic et Ducray, que celles-ci doivent être réalisées dans un espace physique, dont les critères sont définis avec précision, et avec la présence obligatoire d’un diplômé en pharmacie.

37 Selon la juridiction de renvoi, l’exigence de la présence obligatoire d’un pharmacien diplômé dans un espace de vente physique interdit de facto aux distributeurs agréés toute forme de vente par Internet.

38 Ainsi que le soulève la Commission, la clause contractuelle en cause, en excluant de facto un mode de commercialisation de produits ne requérant pas le déplacement physique du client, réduit considérablement la possibilité d’un distributeur agréé de vendre les produits contractuels aux clients situés en dehors de son territoire contractuel ou de sa zone d’activité. Elle est donc susceptible de restreindre la concurrence dans ce secteur.

39 S’agissant des accords qui constituent un système de distribution sélective, la Cour a déjà relevé que de tels accords influencent nécessairement la concurrence dans le marché commun (arrêt du 25 octobre 1983, AEG-Telefunken/Commission, 107/82, Rec. p. 3151, point 33). De tels accords sont à considérer, à défaut de justification objective, en tant que « restrictions par objet ».

40 La jurisprudence de la Cour a, toutefois, reconnu qu’il existe des exigences légitimes, telles que le maintien du commerce spécialisé capable de fournir des prestations spécifiques pour des produits de haute qualité et technicité, qui justifient une réduction de la concurrence par les prix au bénéfice d’une concurrence portant sur d’autres éléments que les prix. Les systèmes de

distribution sélective constituent donc, du fait qu'ils visent à atteindre un résultat légitime, qui est de nature à améliorer la concurrence, là où celle-ci ne s'exerce pas seulement sur les prix, un élément de concurrence conforme à l'article 101, paragraphe 1, TFUE (arrêt AEG-Telefunken/Commission, précité, point 33).

41 À cet égard, la Cour a déjà relevé que l'organisation d'un tel réseau ne relève pas de l'interdiction de l'article 101, paragraphe 1, TFUE, pour autant que le choix des revendeurs s'opère 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, que les propriétés du produit en cause nécessitent, pour en préserver la qualité et en assurer le bon usage, un tel réseau de distribution et, enfin, que les critères définis n'aillent pas au-delà de ce qui est nécessaire (arrêts du 25 octobre 1977, Metro SB-Großmärkte/Commission, 26/76, Rec. p. 1875, point 20, ainsi que du 11 décembre 1980, L'Oréal, 31/80, Rec. p. 3775, points 15 et 16).

42 S'il appartient à la juridiction de renvoi d'examiner si la clause contractuelle en cause interdisant de facto toutes les formes de vente par Internet peut être justifiée par un objectif légitime, il revient à la Cour de lui fournir à cet effet les éléments d'interprétation du droit de l'Union qui lui permettent de se prononcer (voir arrêt L'Oréal, précité, point 14).

43 Certes, il est constant que, dans le cadre du réseau de distribution sélective de Pierre Fabre Dermo-Cosmétique, les revendeurs sont choisis sur la base de critères objectifs de caractère qualitatif, qui sont fixés de manière uniforme pour tous les revendeurs potentiels. Toutefois, il convient encore de vérifier si les restrictions de la concurrence poursuivent d'une manière proportionnée les objectifs légitimes conformes aux considérations exposées au point 41 du présent arrêt.

44 À cet égard, il convient de souligner que la Cour n'a pas retenu, au regard des libertés de circulation, les arguments relatifs à la nécessité de fournir un conseil personnalisé au client et d'assurer la protection de celui-ci contre une utilisation incorrecte de produits, dans le cadre de la vente de médicaments qui ne sont pas soumis à prescription médicale et de lentilles de contact, pour justifier une interdiction de vente par Internet (voir, en ce sens, arrêts Deutscher Apothekerverband, précité, points 106, 107 et 112, ainsi que du 2 décembre 2010, Ker-Optika, C-108/09, non encore publié au Recueil, point 76).

45 Pierre Fabre Dermo-Cosmétique se réfère, également, à la nécessité de préserver l'image de prestige des produits en cause.

46 L'objectif de préserver l'image de prestige ne saurait constituer un objectif légitime pour restreindre la concurrence et ne peut ainsi pas justifier qu'une clause contractuelle poursuivant un tel objectif ne relève pas de l'article 101, paragraphe 1, TFUE.

47 Sur la base des considérations qui précèdent, il y a lieu de répondre à la première branche de la question posée que l'article 101, paragraphe 1, TFUE doit être interprété en ce sens qu'une clause contractuelle, dans le cadre d'un système de distribution sélective, exigeant que les ventes de produits cosmétiques et d'hygiène corporelle soient effectuées dans un espace physique en présence obligatoire d'un pharmacien diplômé, ayant pour conséquence l'interdiction de l'utilisation d'Internet pour ces ventes, constitue une restriction par objet au sens de cette disposition si, à la suite d'un examen individuel et concret de la teneur et de l'objectif de cette clause contractuelle et du contexte juridique et économique dans lequel elle s'inscrit, il apparaît que, eu égard aux propriétés des produits en cause, cette clause n'est pas objectivement justifiée.

Sur la possibilité de l'exemption par catégorie ou de l'exemption individuelle

48 Au cas où il serait établi qu'un accord ou une clause contractuelle restreindrait la concurrence au sens de l'article 101, paragraphe 1, TFUE, il appartiendra à la juridiction de renvoi d'examiner si les conditions du paragraphe 3 de cet article sont réunies.

49 La possibilité pour une entreprise de bénéficier, à titre individuel, de l'exception légale prévue à l'article 101, paragraphe 3, TFUE découle directement du traité. Elle n'est contestée dans aucune des observations soumises à la Cour. Cette possibilité est également offerte à la requérante au principal.

50 En revanche, à cet égard, étant donné que la Cour ne dispose pas d'éléments suffisants pour apprécier si le contrat de distribution sélective satisfait aux conditions de l'article 101, paragraphe 3, TFUE, elle ne peut pas fournir d'indications supplémentaires à la juridiction de renvoi.

51 En ce qui concerne la possibilité pour le contrat de distribution sélective de bénéficier de l'exemption par catégorie du règlement n° 2790/1999, il convient de relever que les catégories d'accords verticaux qui peuvent en bénéficier ont été définies par la Commission dans ledit règlement, sur le fondement de l'autorisation du Conseil contenue dans le règlement n° 19/65/CEE du Conseil, du 2 mars 1965, concernant l'application de l'article [81] paragraphe 3 du traité à des catégories d'accords et de pratiques concertées (JO 1965, 36, p. 533).

52 En vertu des articles 2 et 3 du règlement n° 2790/1999, un fournisseur, dans le cadre d'un système de distribution sélective, peut, en principe, bénéficier d'une exemption, lorsque sa part de marché ne dépasse pas 30 %. Il ressort du dossier soumis à la Cour que la part de marché de Pierre Fabre Dermo-Cosmétique ne dépasse pas ce seuil. En revanche, ce règlement, en application de l'article 2 du règlement n° 19/65, a exclu certains types de restrictions ayant des effets anticoncurrentiels graves, indépendamment de la part de marché des entreprises concernées.

53 Ainsi, il résulte de l'article 4, sous c), du règlement n° 2790/1999 que l'exemption ne s'applique pas aux accords verticaux, directement ou indirectement, isolément ou cumulés avec d'autres facteurs, sous le contrôle des parties, qui ont pour objet la restriction des ventes actives ou des ventes passives aux utilisateurs finals par les membres d'un système de distribution sélective qui opèrent en tant que détaillants sur le marché, sans préjudice de la possibilité d'interdire à un membre du système d'opérer à partir d'un lieu d'établissement non autorisé.

54 Une clause contractuelle, telle que celle en cause au principal, interdisant de facto Internet comme mode de commercialisation a, à tout le moins, pour objet de restreindre les ventes passives aux utilisateurs finals désireux d'acheter par Internet et localisés en dehors de la zone de chalandise physique du membre concerné du système de distribution sélective.

55 Selon Pierre Fabre Dermo-Cosmétique, l'interdiction de vendre les produits contractuels par Internet équivaut toutefois à une interdiction d'opérer à partir d'un lieu d'établissement non autorisé. Étant donné que, ainsi, les conditions de l'exemption prévues par la disposition in fine, citée au point 53, sont remplies, ledit article 4 ne lui serait pas applicable.

56 Il convient de constater que l'article 4, sous c), du règlement n° 2790/1999, en mentionnant « un lieu d'établissement », ne vise que des points de vente où des ventes directes se pratiquent. La question qui se pose est celle de savoir si ce terme peut être étendu, par une interprétation large, au lieu à partir duquel les services de vente par Internet sont fournis.

57 En ce qui concerne cette question, il convient de relever que, une entreprise ayant la faculté, en toutes circonstances, de soulever, à titre individuel, l'applicabilité de l'exception légale de l'article 101, paragraphe 3, TFUE, ses droits pouvant ainsi être protégés, il n'y a pas lieu de donner une interprétation large aux dispositions qui font entrer les accords ou les pratiques dans l'exemption par catégorie.

58 Ainsi, une clause contractuelle, telle que celle en cause au principal, interdisant de facto Internet comme mode de commercialisation ne saurait être considérée comme une clause interdisant aux membres du système de distribution sélective concerné d'opérer à partir d'un lieu d'établissement non autorisé au sens de l'article 4, sous c), du règlement n° 2790/1999.

59 Compte tenu des considérations qui précèdent, il convient de répondre aux deuxième et troisième branches de la question posée que l'article 4, sous c), du règlement n° 2790/1999 doit être interprété en ce sens que l'exemption par catégorie prévue à l'article 2 dudit règlement ne s'applique pas à un contrat de distribution sélective qui comporte une clause interdisant de facto Internet comme mode de commercialisation des produits contractuels. En revanche, un tel contrat peut bénéficier, à titre individuel, de l'applicabilité de l'exception légale de l'article 101, paragraphe 3, TFUE si les conditions de cette disposition sont réunies.

(...) DECISION

Par ces motifs, la Cour (troisième chambre) dit pour droit :

L'article 101, paragraphe 1, TFUE doit être interprété en ce sens qu'une clause contractuelle, dans le cadre d'un système de distribution sélective, exigeant que les ventes de produits cosmétiques et d'hygiène corporelle soient effectuées dans un espace physique en présence obligatoire d'un pharmacien diplômé, ayant pour conséquence l'interdiction de l'utilisation d'Internet pour ces ventes, constitue une restriction par objet au sens de cette disposition si, à la suite d'un examen individuel et concret de la teneur et de l'objectif de cette clause contractuelle et du contexte juridique et économique dans lequel elle s'inscrit, il apparaît que, eu égard aux propriétés des produits en cause, cette clause n'est pas objectivement justifiée.

L'article 4, sous c), du règlement (CE) n° 2790/1999 de la Commission, du 22 décembre 1999, concernant l'application de l'article 81, paragraphe 3, du traité à des catégories d'accords verticaux et de pratiques concertées, doit être interprété en ce sens que l'exemption par catégorie prévue à l'article 2 dudit règlement ne s'applique pas à un contrat de distribution sélective qui comporte une clause interdisant de facto Internet comme mode de commercialisation des produits contractuels. En revanche, un tel contrat peut bénéficier, à titre individuel, de l'applicabilité de l'exception légale de l'article 101, paragraphe 3, TFUE si les conditions de cette disposition sont réunies.

CJUE, 6 décembre 2017, aff. C-230/16, « affaire Coty II »

1 La demande de décision préjudicielle porte sur l'interprétation de l'article 101, paragraphe 1, TFUE, ainsi que de l'article 4, sous b) et c), du règlement (UE) n° 330/2010 de la Commission, du 20 avril 2010, 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 (JO 2010, L 102, p. 1).

2 Cette demande a été présentée dans le cadre d'un litige opposant Coty Germany GmbH, un fournisseur de produits cosmétiques de luxe établi en Allemagne, à Parfümerie Akzente GmbH, un distributeur agréé desdits produits, au sujet de l'interdiction imposée à celui-ci, dans le cadre d'un contrat de distribution sélective entre Coty Germany et ses distributeurs agréés, d'avoir recours de façon visible à des entreprises tierces pour les ventes par Internet des produits contractuels.

Le cadre juridique (...)

Le litige au principal et les questions préjudicielles

8 Coty Germany vend des produits cosmétiques de luxe en Allemagne. Elle commercialise certaines marques de ce secteur par l'intermédiaire d'un réseau de distribution sélective, sur la base d'un contrat de distribution sélective également utilisé par les entreprises qui lui sont affiliées. Ce contrat est complété par différents contrats spéciaux dont l'objet est d'organiser ledit réseau.

9 Parfümerie Akzente distribue depuis de nombreuses années les produits de Coty Germany, en tant que distributeur agréé, aussi bien dans ses points de vente physiques que sur Internet. La vente par Internet se fait en partie par l'intermédiaire de sa propre boutique en ligne et en partie par l'intermédiaire de la plateforme « amazon.de ».

10 Il ressort de la décision de renvoi que, dans son contrat de distribution sélective, Coty Germany justifie son système de distribution sélective en ces termes : « la nature des marques de Coty Prestige exige une distribution sélective destinée à préserver l'image de luxe attachée à ces marques ».

11 À cet égard, s'agissant du commerce physique, le contrat de distribution sélective prévoit que chaque point de vente du distributeur doit être agréé par Coty Germany, ce qui suppose le respect d'un certain nombre d'exigences, énumérées à l'article 2 dudit contrat, en termes d'environnement, d'aménagement et d'agencement de ces points de vente.

12 En particulier, aux termes de l'article 2, paragraphe 1, point 3, de ce contrat, « l'aménagement et l'agencement du point de vente, l'offre de produits, la publicité et la présentation des produits à la vente doivent valoriser et conforter le caractère luxueux des marques Coty Prestige. Il est tenu compte en particulier, pour l'appréciation de ce critère, des façades, de l'aménagement intérieur, des sols, murs et plafonds, du mobilier ainsi que de la surface de vente et de l'éclairage, et enfin de l'impression générale d'ordre et de propreté ».

13 L'article 2, paragraphe 1, point 6, dudit contrat précise que « l'identification du point de vente, par le nom de l'entreprise ou par l'ajout d'éléments ou du slogan de l'entreprise, ne peut donner l'impression d'un choix limité de produits, d'un aménagement de qualité médiocre ou de l'absence de conseils et doit en tout état de cause être apposée de manière à ne pas couvrir les éléments de décoration et les surfaces d'exposition du dépositaire ».

14 Par ailleurs, le cadre contractuel qui lie les parties comporte un avenant concernant la vente par Internet, dont l'article 1^{er}, paragraphe 3, prévoit que « le dépositaire n'est pas autorisé à utiliser un autre nom ou à faire appel à une entreprise tierce qui n'a pas été agréée ».

15 À la suite de l'entrée en vigueur du règlement n° 330/2010, Coty Germany a modifié les contrats du réseau régissant la distribution sélective ainsi que cet avenant, en prévoyant à la clause I, paragraphe 1, premier alinéa, de celui-ci que « le dépositaire est autorisé à proposer et à vendre les produits sur Internet, à la condition toutefois que cette activité de vente par Internet

soit réalisée par l'intermédiaire d'une "vitrine électronique" du magasin agréé et que le caractère luxueux des produits soit préservé ». En outre, la clause I, paragraphe 1, point 3, dudit avenant interdit expressément l'usage d'une autre dénomination commerciale ainsi que l'intervention visible d'une entreprise tierce qui n'est pas un dépositaire agréé de Coty Prestige.

16 Parfümerie Akzente a refusé de signer les modifications apportées au contrat de distribution sélective. Coty Germany a introduit un recours devant la juridiction nationale de première instance afin que celle-ci interdise à la défenderesse au principal, en application de ladite clause I, paragraphe 1, point 3, de distribuer les produits de la marque litigieuse par l'intermédiaire de la plateforme « amazon.de ».

17 Cette juridiction a, par un jugement en date du 31 juillet 2014, rejeté ce recours, au motif que la clause contractuelle litigieuse était contraire à l'article 1^{er} du Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen (loi contre les restrictions de concurrence) ou à l'article 101, paragraphe 1, TFUE. Elle a estimé que l'objectif tenant à la préservation d'une image de prestige de la marque ne pouvait justifier, conformément à l'arrêt du 13 octobre 2011, Pierre Fabre Dermo-Cosmétique (C-439/09, EU:C:2011:649), l'instauration d'un système de distribution sélective, par principe restrictif de la concurrence. Cette clause constituait également, selon ladite juridiction, une restriction caractérisée, au sens de l'article 4, sous c), du règlement n° 330/2010.

18 En outre, la juridiction nationale de première instance a considéré que ladite clause ne remplissait pas davantage les conditions lui permettant de bénéficier d'une exemption individuelle, dès lors qu'il n'avait pas été démontré que l'interdiction générale de la vente par Internet par l'intermédiaire des plateformes tierces qu'elle prévoit générerait des gains d'efficacité de nature à compenser les inconvénients pour la concurrence qui résultaient de la restriction des modes de commercialisation. En tout état de cause, cette juridiction a estimé qu'une telle interdiction générale n'était pas nécessaire, car il existait d'autres moyens également appropriés, mais moins restrictifs de la concurrence, tels que l'application de critères qualitatifs spécifiques pour les plateformes tierces.

19 Coty Germany a interjeté appel du jugement rendu par la juridiction nationale de première instance devant l'Oberlandesgericht Frankfurt am Main (tribunal régional supérieur de Frankfort-sur-le-Main, Allemagne). Dans ce cadre, cette juridiction s'interroge sur la licéité, au regard du droit de l'Union de la concurrence, du dispositif contractuel existant entre les deux parties en litige.

20 Dans ces conditions, l'Oberlandesgericht Frankfurt am Main (tribunal régional supérieur de Frankfort-sur-le-Main) a décidé de surseoir à statuer et de poser à la Cour les questions préjudicielles suivantes :

« [...]

2) En cas de réponse affirmative à la première question, l'interdiction absolue, faite aux membres d'un système de distribution sélective qui opèrent en tant que détaillants sur le marché, d'avoir recours de façon visible à des entreprises tierces pour les ventes par Internet, sans considération de la question de savoir s'il est concrètement porté atteinte aux exigences légitimes du fabricant en termes de qualité, peut-elle être considérée comme un élément de concurrence conforme à l'article 101, paragraphe 1, TFUE ? [...]

3) L'article 4, sous b), du règlement n° 330/2010 doit-il être interprété en ce sens que l'interdiction faite aux membres d'un système de distribution sélective, qui opèrent en tant que détaillants sur le marché, d'avoir recours de façon visible à des entreprises tierces pour les ventes par Internet constitue une restriction par objet de la clientèle du détaillant ?

4) L'article 4, sous c), du règlement n° 330/2010 doit-il être interprété en ce sens que l'interdiction faite aux membres d'un système de distribution sélective, qui opèrent en tant que détaillants sur le marché, d'avoir recours de façon visible à des entreprises tierces pour les

ventes par Internet constitue une restriction par objet des ventes passives aux utilisateurs finals ? »

Sur les questions préjudicielles

Sur la deuxième question

37 Par sa deuxième question, la juridiction de renvoi demande, en substance, si l'article 101, paragraphe 1, TFUE doit être interprété en ce sens qu'il s'oppose à une clause contractuelle, telle que celle en cause au principal, qui interdit aux distributeurs agréés d'un système de distribution sélective de produits de luxe visant, à titre principal, à préserver l'image de luxe de ces produits de recourir de manière visible à des plateformes tierces pour la vente sur Internet des produits contractuels.

38 Cette question concerne la licéité, au regard de l'article 101, paragraphe 1, TFUE, d'une clause particulière d'un système de distribution sélective de produits de luxe et de prestige.

39 À titre liminaire, il convient de rappeler que, ainsi qu'il ressort des appréciations effectuées dans le cadre de la première question, eu égard à la nature et aux caractéristiques propres de ces produits, l'objectif consistant à préserver leur image de luxe est de nature à justifier l'organisation d'un système de distribution sélective desdits produits.

40 Dans le contexte d'un tel système, une clause contractuelle particulière visant à préserver l'image de luxe des produits concernés est licite au regard de l'article 101, paragraphe 1, TFUE, pour autant qu'elle remplit les conditions énoncées au point 36 du présent arrêt.

41 S'il appartient à la juridiction de renvoi de vérifier si une clause contractuelle, telle que celle en cause au principal, qui prohibe le recours à des plateformes tierces pour la vente en ligne des produits contractuels, remplit ces conditions, il revient toutefois à la Cour de lui fournir à cet effet tous les éléments d'interprétation du droit de l'Union qui lui permettront de se prononcer (voir, en ce sens, arrêt du 11 décembre 1980, L'Oréal, 31/80, EU:C:1980:289, point 14).

42 À cet égard, il est constant que la clause contractuelle en cause au principal a pour objectif de préserver l'image de luxe et de prestige des produits concernés. Par ailleurs, il ressort du dossier soumis à la Cour que la juridiction de renvoi considère que cette clause est objective et uniforme et qu'elle s'applique sans discrimination à l'égard de tous les distributeurs agréés.

43 Dès lors, il convient de vérifier si, dans des circonstances telles que celles en cause au principal, l'interdiction faite par un fournisseur à ses distributeurs agréés de recourir de façon visible à des plateformes tierces pour la vente sur Internet des produits de luxe concernés est proportionnée au regard de l'objectif poursuivi, c'est-à-dire si une telle interdiction est appropriée pour préserver l'image de luxe de ces produits et si elle ne va pas au-delà de ce qui est nécessaire pour atteindre cet objectif.

44 S'agissant, en premier lieu, du caractère approprié de l'interdiction en cause au principal au regard de l'objectif poursuivi, il convient d'observer, premièrement, que l'obligation imposée aux distributeurs agréés de ne vendre sur Internet les produits contractuels que par l'intermédiaire de leurs propres boutiques en ligne et l'interdiction faite auxdits distributeurs de faire usage d'une autre dénomination commerciale ainsi que de recourir de façon visible à des plateformes tierces garantissent d'emblée au fournisseur que, dans le cadre du commerce électronique de ces produits, ces derniers sont rattachés exclusivement aux distributeurs agréés.

45 Or, un tel rattachement étant précisément l'un des buts recherchés lorsqu'il est fait recours à un tel système, il apparaît que l'interdiction en cause au principal comporte une limitation cohérente au regard des caractéristiques propres du système de distribution sélective.

46 Par conséquent, si, ainsi qu'il ressort de la jurisprudence de la Cour, ces caractéristiques font du système de distribution sélective un moyen adéquat pour préserver l'image de luxe des produits de luxe, et contribuent donc au maintien de la qualité de ces produits (voir, en ce sens,

arrêt du 23 avril 2009, Copad, C-59/08, EU:C:2009:260, points 28 et 29 ainsi que jurisprudence citée), une limitation, telle que celle résultant de l'interdiction en cause au principal, dont le résultat est inhérent auxdites caractéristiques, doit également être considérée comme étant de nature à préserver la qualité et l'image de luxe desdits produits.

47 Deuxièmement, l'interdiction en cause au principal permet au fournisseur de produits de luxe de contrôler que ses produits seront vendus en ligne dans un environnement qui correspond aux conditions qualitatives qu'il a convenues avec ses distributeurs agréés.

48 En effet, le non-respect par un distributeur des conditions de qualité fixées par le fournisseur permet à celui-ci de se retourner contre ce distributeur, sur le fondement du lien contractuel existant entre ces deux parties. L'absence de relation contractuelle entre le fournisseur et les plateformes tierces fait toutefois obstacle à ce que celui-ci puisse, sur un tel fondement, exiger de ces plateformes le respect des conditions de qualité qu'il a imposées à ses distributeurs agréés.

49 Or, une vente en ligne de produits de luxe par des plateformes qui n'appartiennent pas au système de distribution sélective de ces produits, dans le cadre de laquelle le fournisseur n'a pas la possibilité de contrôler les conditions de vente de ses produits, comporte le risque d'une détérioration dans la présentation desdits produits sur Internet, qui est de nature à porter atteinte à leur image de luxe et, partant, à leur nature même.

50 Troisièmement, compte tenu du fait que ces plateformes constituent un canal de vente pour tout type de produit, le fait que les produits de luxe ne soient pas vendus par l'intermédiaire de telles plateformes, et que leur vente en ligne s'effectue uniquement dans les boutiques en ligne des distributeurs agréés contribue à cette image de luxe auprès des consommateurs et, de ce fait, au maintien de l'une des caractéristiques principales de ces produits recherchées par les consommateurs.

51 Dès lors, l'interdiction faite par un fournisseur de produits de luxe à ses distributeurs agréés de recourir de façon visible à des plateformes tierces pour la vente sur Internet de ces produits, est appropriée pour préserver l'image de luxe desdits produits.

52 S'agissant, en second lieu, du point de savoir si l'interdiction en cause au principal dépasse ce qui est nécessaire pour atteindre l'objectif poursuivi, il convient de relever, d'une part, que, à la différence de la clause visée dans l'affaire ayant donné lieu à l'arrêt du 13 octobre 2011, Pierre Fabre Dermo-Cosmétique (C-439/09, EU:C:2011:649), la clause en cause au principal n'interdit pas de manière absolue aux distributeurs agréés de vendre sur Internet les produits contractuels. En effet, en application de cette clause seule est prohibée la vente en ligne des produits contractuels par l'intermédiaire de plateformes tierces qui opèrent de façon visible à l'égard des consommateurs.

53 Partant, les distributeurs agréés sont autorisés à vendre en ligne les produits contractuels par l'intermédiaire tant de leurs propres sites Internet, dès lors qu'ils disposent d'une vitrine électronique du magasin agréé et que le caractère luxueux des produits est préservé, que de plateformes tierces non agréées lorsque l'intervention de ces dernières n'est pas visible pour le consommateur.

54 D'autre part, il convient de souligner que, ainsi qu'il ressort des résultats provisoires de l'enquête sectorielle sur le commerce électronique menée par la Commission, au titre de l'article 17 du règlement (CE) n° 1/2003 du Conseil, du 16 décembre 2002, relatif à la mise en œuvre des règles de concurrence prévues aux articles [101 et 102 TFUE] (JO 2003, L 1, p. 1), adoptés le 15 septembre 2016, nonobstant l'importance croissante des plateformes tierces dans la commercialisation des produits des distributeurs, le canal de distribution le plus important, dans le cadre de la distribution sur Internet, est toutefois constitué par les boutiques en ligne propres aux distributeurs, lesquelles sont exploitées par plus de 90 % des distributeurs interrogés. Cette circonstance a été confirmée dans le rapport final concernant cette enquête, en date du 10 mai 2017.

55 Ces éléments permettent de considérer qu'une interdiction, telle que celle faite par la requérante au principal à ses distributeurs agréés, de recourir de façon visible à des plateformes tierces pour la vente sur Internet de produits de luxe ne va pas au-delà de ce qui est nécessaire pour préserver l'image de luxe desdits produits.

56 En particulier, eu égard à l'absence de relation contractuelle entre le fournisseur et les plateformes tierces lui permettant d'exiger de ces plateformes le respect des conditions de qualité qu'il a imposées à ses distributeurs agréés, ne saurait être considérée comme étant aussi efficace que l'interdiction en cause au principal l'autorisation accordée auxdits distributeurs de recourir à de telles plateformes sous la condition que ces dernières répondent à des exigences de qualité prédéfinies.

57 Il en résulte que, sous réserve des vérifications qu'il appartient à la juridiction de renvoi d'effectuer, une telle interdiction apparaît licite au regard de l'article 101, paragraphe 1, TFUE.

58 Eu égard aux considérations qui précèdent, il convient de répondre à la deuxième question que l'article 101, paragraphe 1, TFUE doit être interprété en ce sens qu'il ne s'oppose pas à une clause contractuelle, telle que celle en cause au principal, qui interdit aux distributeurs agréés d'un système de distribution sélective de produits de luxe visant, à titre principal, à préserver l'image de luxe de ces produits de recourir de manière visible à des plateformes tierces pour la vente sur Internet des produits contractuels, dès lors que cette clause vise à préserver l'image de luxe desdits produits, qu'elle est fixée d'une manière uniforme et appliquée d'une façon non discriminatoire, et qu'elle est proportionnée au regard de l'objectif poursuivi, ce qu'il appartient à la juridiction de renvoi de vérifier.

Sur les troisième et quatrième questions

[...]

Sur l'interprétation de l'article 4, sous b) et c), du règlement n° 330/2010

62 Par ses troisième et quatrième questions, qu'il convient d'examiner ensemble, la juridiction de renvoi demande, en substance, si l'article 4 du règlement n° 330/2010 doit être interprété en ce sens que, dans des circonstances telles que celles en cause au principal, l'interdiction faite aux membres d'un système de distribution sélective de produits de luxe, qui opèrent en tant que distributeurs sur le marché, d'avoir recours de façon visible à des entreprises tierces pour les ventes par Internet, constitue une restriction de la clientèle, au sens de l'article 4, sous b), de ce règlement ou une restriction des ventes passives aux utilisateurs finals, au sens de l'article 4, sous c), dudit règlement.

63 Conformément à l'article 4, sous b) et c), du règlement n° 330/2010, l'exemption prévue à l'article 2 de celui-ci ne s'applique pas aux accords verticaux qui ont pour objet soit de restreindre le territoire sur lequel, ou la clientèle à laquelle, un acheteur, partie à l'accord, peut vendre les biens ou les services contractuels, soit de restreindre les ventes actives ou les ventes passives aux utilisateurs finals par les membres d'un système de distribution sélective qui agissent en tant que détaillants sur le marché.

64 Il convient donc de vérifier si une clause contractuelle telle que celle en cause au principal restreint la clientèle à laquelle les distributeurs agréés peuvent vendre les produits de luxe concernés ou si elle restreint les ventes passives des distributeurs agréés aux utilisateurs finals.

65 À cet égard, tout d'abord, il convient de rappeler que, à la différence de la clause visée dans l'affaire ayant donné lieu à l'arrêt du 13 octobre 2011, *Pierre Fabre Dermo-Cosmétique* (C-439/09, EU:C:2011:649), la clause en cause dans la présente affaire ne prohibe pas le recours à Internet comme mode de commercialisation des produits contractuels, ainsi que cela a été exposé aux points 52 et 53 du présent arrêt.

66 Ensuite, il ressort du dossier soumis à la Cour qu'il ne paraît pas possible de délimiter, au sein du groupe des acheteurs en ligne, les clients de plateformes tierces.

67 Enfin, il ressort également du dossier dont dispose la Cour que le contrat de distribution sélective en cause au principal autorise, sous certaines conditions, les distributeurs agréés à faire de la publicité par l'intermédiaire d'Internet sur des plateformes tierces et l'utilisation des moteurs de recherche en ligne, de telle sorte que, ainsi que l'a relevé M. l'avocat général au point 147 de ses conclusions, les clients sont normalement en mesure de trouver l'offre Internet des distributeurs agréés, en utilisant de tels moteurs.

68 Dans ces conditions, même si elle restreint une forme particulière de vente sur Internet, une interdiction telle que celle en cause au principal ne constitue pas une restriction de la clientèle des distributeurs, au sens de l'article 4, sous b), du règlement n° 330/2010, ni une restriction des ventes passives des distributeurs agréés aux utilisateurs finals, au sens de l'article 4, sous c), de ce règlement.

69 Eu égard aux considérations qui précèdent, il y a lieu de répondre aux troisième et quatrième questions que l'article 4 du règlement n° 330/2010 doit être interprété en ce sens que, dans des circonstances telles que celles en cause au principal, l'interdiction faite aux membres d'un système de distribution sélective de produits de luxe, qui opèrent en tant que distributeurs sur le marché, d'avoir recours de façon visible à des entreprises tierces pour les ventes par Internet, ne constitue pas une restriction de la clientèle, au sens de l'article 4, sous b), de ce règlement, ni une restriction des ventes passives aux utilisateurs finals, au sens de l'article 4, sous c), dudit règlement.

Par ces motifs, la Cour (première chambre) dit pour droit :

[...]

2) L'article 101, paragraphe 1, TFUE doit être interprété en ce sens qu'il ne s'oppose pas à une clause contractuelle, telle que celle en cause au principal, qui interdit aux distributeurs agréés d'un système de distribution sélective de produits de luxe visant, à titre principal, à préserver l'image de luxe de ces produits de recourir de manière visible à des plateformes tierces pour la vente sur Internet des produits contractuels, dès lors que cette clause vise à préserver l'image de luxe desdits produits, qu'elle est fixée d'une manière uniforme et appliquée d'une façon non discriminatoire, et qu'elle est proportionnée au regard de l'objectif poursuivi, ce qu'il appartient à la juridiction de renvoi de vérifier.

3) L'article 4 du règlement (UE) n° 330/2010 de la Commission, du 20 avril 2010, 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, doit être interprété en ce sens que, dans des circonstances telles que celles en cause au principal, l'interdiction faite aux membres d'un système de distribution sélective de produits de luxe, qui opèrent en tant que distributeurs sur le marché, d'avoir recours de façon visible à des entreprises tierces pour les ventes par Internet, ne constitue pas une restriction de la clientèle, au sens de l'article 4, sous b), de ce règlement, ni une restriction des ventes passives aux utilisateurs finals, au sens de l'article 4, sous c), dudit règlement.

Séance 7 : CONTRAT DE FRANCHISE : FORMATION

Résoudre le cas pratique suivant :

La société ASSURIS envisage l'exploitation sur le territoire de l'Hérault d'un concept, « révolutionnaire » selon ses dires, associant l'assurance et le crédit à la consommation. Entre 2016 et 2018, elle a conclu des contrats de franchise en vue d'assurer la distribution de ses produits avec des professionnels implantés sur le département.

Un premier contrat de franchise est conclu, en janvier 2016, avec la société ALPHA qui exerce, à Montpellier, une activité de courtage en produits bancaires et assurances depuis de nombreuses années. Ce contrat comporte une clause intitulée « savoir-faire », qui stipule : « *le franchisé reconnaît avoir été informé de l'absence d'exploitation préalable du savoir-faire. C'est en toute connaissance de cause qu'il accepte de participer à l'expérimentation du savoir-faire dont la transmission fait l'objet du présent contrat* ».

Un deuxième contrat de franchise est conclu, en novembre 2017, avec la société BETA, nouvellement créée par M. et Mme PIERRE qui ont acquis une solide expérience professionnelle, lui dans le domaine de l'assurance, elle dans le secteur du crédit à Béziers. Le contrat précise que le franchisé « *déclare avoir effectué sous sa propre responsabilité une appréciation de l'état local du marché des produits contractuels ainsi que des perspectives de développement de ce marché dans la zone de recherche* » et qu'il « *assume la responsabilité de ses analyses et du choix de son point de vente s'il n'en dispose pas déjà d'un* ».

Un troisième contrat de franchise est signé, en mai 2018, entre la société ASSURIS et M. PAUL, courtier en assurance depuis une vingtaine d'années à Sète. Pendant une année, M. PAUL a exploité, à titre personnel, la franchise avant de la transférer à une société qu'il a lui-même créée, la société GAMMA. Le transfert du contrat n'a été précédé d'aucune remise de document d'information précontractuelle.

En août 2018, un quatrième contrat est conclu avec la société OMEGA. Les résultats obtenus, très inférieurs aux prévisions transmises par le franchiseur, ont conduit rapidement à la mise en liquidation judiciaire du franchisé. Le document d'information précontractuelle contient néanmoins une clause selon laquelle il reconnaît que les chiffres prévisionnels communiqués n'ont qu'une valeur indicative et qu'il ne pourrait en tirer parti pour engager la responsabilité de la société ASSURIS.

Décus de leurs résultats d'exploitation, les sociétés ALPHA, BETA, GAMMA et OMEGA souhaitent agir contre la société ASSURIS. Conseillez-les.

<p style="text-align: center;">Séance 8 : CONTRAT DE FRANCHISE : EXÉCUTION ET EXTINCTION</p>

Résoudre le cas pratique suivant :

L'enseigne de franchise alimentaire « *Le marché d'à côté* » souhaite réorganiser son réseau de distribution, d'une part, en modifiant son enseigne au profit de la dénomination « *happy market* » avec une nouvelle présentation des points de vente, d'autre part, en développant un réseau parallèle d'épicerie fine sous l'enseigne « *class market* ».

L'un des franchisés historique de l'enseigne s'oppose à cette évolution. Le franchiseur, prenant acte de ce refus, rompt le contrat avant son terme puis démarché la clientèle s'adressant à l'ancien franchisé pour la réorienter sur ses nouvelles enseignes.

Par ailleurs, le franchiseur entend se prévaloir de la clause de non-concurrence post-contractuelle insérée dans le contrat de franchise, ayant une durée d'un an et couvrant un rayon de plusieurs kilomètres autour du point de vente qui correspond à la zone de chalandise du franchisé.

Le franchisé évincé vous consulte sur les actions qu'il pourrait exercer contre son ancien franchiseur.

Séance 9 : INDIVISIBILITÉ DES CONTRATS DANS UN RÉSEAU DE DISTRIBUTION

À consulter pour la réalisation du cas pratique :

- ADLC, avis 10-A-26, 10 déc. 2010, relatif aux contrats d'affiliation de magasins indépendants et les modalités d'acquisition de foncier commercial dans le secteur de la distribution alimentaire. (Disponible sur le site <http://www.autoritedelaconcurrence.fr>).

- S. BROS, « L'interdépendance contractuelle, la Cour de cassation et la réforme du droit des contrats », *D.* 2016, p. 29 et s.

- N. FERRIER, « Les apports de la loi Macron au droit de la distribution », *Montesquieu Law Review*, n° 5, mars 2017, p. 8 et s. (Disponible sur la plateforme Moodle)

Résoudre le cas pratique suivant :

Show-sur, société affiliée à un groupement coopératif, exerce deux types d'activité dans plusieurs magasins dans le département de l'Hérault : la vente au détail de chaussures de luxe et des services de cordonnerie.

Au titre de l'activité de vente, plusieurs contrats ont été conclus entre Show-sur et le groupement :

- Un contrat d'approvisionnement exclusif d'une durée de 3 ans
- Un contrat de mise à disposition de signes distinctifs d'une durée indéterminée
- Un contrat stipulant la réception des colis des commandes passées sur le site Internet du groupement d'une durée de 1 an
- Un contrat de prêt d'une durée de 15 ans est également conclu, pour le magasin de Montpellier, sous condition suspensive de l'achat du local adjacent à celui que possède la société à Montpellier. En effet, le contrat de mise à disposition de signes distinctifs, qui ne s'applique qu'à l'activité de vente, oblige les affiliés au groupement à disposer de locaux de vente d'une taille minimale de 40 m² d'ici 2025. Or, le local de Montpellier ne fait que 25 m².

Au titre de l'activité de cordonnerie, un contrat d'affiliation au groupement d'une durée de 9 ans renouvelable par tacite reconduction et un contrat d'approvisionnement exclusif d'une durée de 3 ans sont conclus entre Show-sur et le groupement.

La société Show-sur fait une offre de d'achat au prix du marché pour l'acquisition du local adjacent à son magasin de Montpellier. Mais le vendeur décide de conclure la vente avec une personne lui ayant fait une meilleure offre.

Sachant qu'elle ne pourra plus exercer l'activité de vente dans le local de Montpellier après 2025, Show-sur aimerait rapidement y développer une nouvelle activité : la vente de chaussettes made in France. La société a en effet eu connaissance d'une nouvelle franchise dans ce secteur. Show-sur aimerait investir ce nouveau secteur d'activité tout en continuant de bénéficier des revenus qu'elle touche de l'exploitation de l'activité de cordonnerie dans son magasin montpelliérain et de l'exploitation de ses autres magasins. Conseillez Show-sur sur cette possibilité.