Distribution sélective de matériels Hi-fi et Home cinéma : Bose, Focal JM Lab et Triangle s'engagent à permettre à leurs distributeurs agréés de vendre sur Internet

Publié le 06 octobre 2006

Compte tenu des engagements pris par les sociétés Bose, Focal JM Lab et Triangle, le Conseil de la concurrence, par décision du 5 octobre 2006, a accepté de clore la procédure contentieuse ouverte à l'encontre de ces sociétés. Cette dernière se poursuit, cependant, à l'égard de la société Bang & Olufsen, dont le cas a été disjoint.

Cette procédure avait été ouverte en 2002 sur saisine du ministre de l'économie et des finances, à la suite d'une enquête menée par les services de la DGCCRF dans le secteur de la distribution de matériel Hi-Fi et Home cinéma.

Les préoccupations de concurrence

L'instruction conduite par le Conseil a confirmé que la société Triangle exerçait un contrôle excessif sur les échanges au sein de son réseau de distribution sélective en contraignant les distributeurs des produits de sa marque à lui communiquer la comptabilité détaillée de toutes leurs livraisons intra réseau en cas de « présomption d'une violation des règles de vente propres au réseau ».

Par ailleurs, l'interdiction totale de la vente sur Internet des produits Focal JM Lab et Triangle imposée aux distributeurs agréés de ces deux marques était injustifiée alors que les restrictions posées à cette forme de vente doivent être proportionnelles à l'objectif visé et comparables avec celles qui s'appliquent dans le point de vente physique du distributeur agréé. De même, les conditions

restrictives imposées par Bose à ces distributeurs pour l'exercice de la vente par Internet excédaient ce qui pouvait être jugé nécessaire à la préservation de l'image de marque de ses produits et de l'intégrité de son réseau.

Les trois sociétés ont proposé de modifier leurs contrats de distribution sélective dans le cadre de la procédure d'engagements prévue au I de l'article L. 464-2 du code de commerce.

Les proposions d'engagements des sociétés, accompagnées d'un communiqué de procédure, ont été publiées sur le site Internet du Conseil afin de recueillir les observations des tiers intéressés.

Les engagements pris par Bose, Focal JM Lab et Triangle

Les sociétés Bose, Focal JM Lab et Triangle se sont engagées à modifier leurs contrats de distribution sélective ou à rédiger un avenant spécifique afin d'autoriser leurs distributeurs agréés, dans des conditions non restrictives, à vendre leurs produits sur Internet. La société Triangle s'est engagée à supprimer les obligations excessives imposées à ses distributeurs s'agissant des échanges à l'intérieur du réseau.

La portée des engagements

Le Conseil a estimé que les engagements proposés par les sociétés Bose et Triangle apportent une réponse satisfaisante aux préoccupations de concurrence identifiées. S'agissant de la vente sur Internet, ils permettent de concilier le respect de l'image de marque et de la haute technicité des produits avec l'accès des distributeurs agréés à ce canal de distribution dynamique de nature à favoriser tant la concurrence intramarque qu'intermaque, au bénéfice du consommateur. L'engagement pris par la société Triangle supprime une restriction injustifiée au commerce à l'intérieur de son réseau de distribution sélective.

En revanche, le Conseil n'a pas accepté, dans un premier temps, les engagements proposés par la société Focal JM Lab car ces derniers excluaient par principe de la vente en ligne deux gammes de produits de la marque. Le Conseil a donc demandé à la société Focal JM Lab de modifier ses propositions

d'engagements. Ces deux gammes de produits seront donc désormais proposées à la vente en ligne mais ne seront vendus qu'aux clients qui pourront attester d'une écoute préalable de ces produits chez un distributeur agréé et du bénéfice de conseils personnalisés pour leur installation, le non respect de ces conditions pouvant constituer une cause de résiliation du contrat de distributeur. Ces conditions s'expliquent par le fait que les produits visés sont d'une haute technicité et que leur achat et leur installation sans les conseils de professionnels ne permettent pas au client de tirer tous les avantages des produits et peuvent de ce fait nuire à l'image de marque de la société.

DÉCISION 06-D-28 DU 5 OCTOBRE 2006

relative à des pratiques mises en œuvre dans le secteur de la distribution sélective de matériels Hi-fi et Home cinéma

Consulter le texte intégral

Contact(s)

Yannick Le Dorze
Adjoint à la directrice de la communication
01 55 04 02 14
Contacter par mail