Le Conseil de la concurrence enjoint à Pierre Fabre Dermo-cosmétique de modifier ses contrats pour autoriser ses distributeurs à vendre en ligne ses produits

Publié le 29 octobre 2008

Le Conseil vient de rendre une décision par laquelle il estime contraire au droit de la concurrence l'interdiction faite par la société Pierre Fabre Dermo-cosmétique, à ses distributeurs agréés, de vendre des produits des marques Klorane, Avène, Ducray et Galénic sur Internet.

Le contexte de l'affaire et les pratiques reprochées à Pierre Fabre Dermo-cosmétique

La société Pierre Fabre Dermo-cosmétique, comme la plupart des sociétés du secteur, a opté pour un système de distribution sélective : ses produits sont vendus par l'intermédiaire de distributeurs agréés (officines, parapharmacies…) sélectionnés en fonction de la qualité de leur point de vente, du niveau de qualification de leur personnel et de leur engagement à garantir la présence d'un pharmacien, jugée nécessaire lors de la délivrance des produits.

Sans remettre en cause le principe de la distribution sélective, le Conseil de la concurrence, avait, après s'être autosaisi en 2006, exprimé des préoccupations de concurrence vis-à-vis du principe d'interdiction de vente en ligne imposé aux distributeurs agréés. C'est pourquoi dix sociétés s'étaient engagées devant le Conseil à modifier leurs contrats afin de concilier le respect de leur image, la garantie de la qualité de leurs produits et l'accès des distributeurs agréés à ce canal de distribution dynamique. La procédure avait alors été close à leur encontre au mois de mars 2007 (voir le communiqué de presse du 8 mars 2007).

En prohibant la vente en ligne de ses produits, Pierre Fabre Dermo-cosmétique a limité de manière excessive la liberté commerciale de ses distributeurs, et ce, au détriment des consommateurs

Statuant à présent sur le cas de Pierre Fabre, qui n'avait pas souhaité s'engager dans la voie suivie par les autres sociétés, et sans être lié par sa précédente décision qui n'a procédé à aucune qualification juridique des faits, le Conseil de la concurrence a estimé que la société Pierre Fabre Dermo-cosmétique, en prohibant la vente en ligne de ses produits, a enfreint les règles de concurrence : cette pratique équivaut en effet à une interdiction de vente active et passive et n'est exemptable ni collectivement au regard du règlement européen de 1999 qui encadre les accords verticaux, ni individuellement au titre des dispositions du droit national et communautaire qui permettent de tenir compte de la contribution de l'accord au progrès économique.

Pierre Fabre DC a porté atteinte aux intérêts des consommateurs en privant ces derniers des effets pro-concurrentiels qui peuvent être attendus de la vente en ligne des produits distribués par un réseau sélectif et a limité la liberté commerciale de ses distributeurs agréés en les privant d'un mode de commercialisation au fort potentiel de croissance.

Ce mode de distribution permet non seulement aux consommateurs de comparer plus facilement les prix, mais leur offre également des services que la vente dans les magasins physiques ne permet pas d'apporter. La livraison à domicile, la mise à disposition en temps réel, dans n'importe quel lieu, d'une documentation spécifique au produit stimule la concurrence par les prix tout en incitant les distributeurs à fournir plus de services pour attirer ou fidéliser leur clientèle.

Le Conseil estime qu'un réseau de distribution sélective offre les garanties suffisantes à une marque soucieuse de son prestige et de sa notoriété

Le Conseil rappelle que les produits parapharmaceutiques ne sont pas des médicaments et que l'organisation sélective de la distribution, en réseaux spécialisés, suffit à garantir le respect de la qualité des produits.

Il estime également que les critères de sélection du système de distribution sélective définis par Pierre Fabre DC et destinés à mettre en valeur ses produits peuvent être adaptés aux sites Internet.

Le Conseil a privilégié le rétablissement rapide de la concurrence et a enjoint à la société Pierre Fabre Dermo-cosmétique de supprimer, dans ses contrats de distribution sélective, toutes les mentions équivalant à une interdiction de vente sur Internet de ses produits cosmétiques et d'hygiène corporelle. L'ensemble des points de vente devront être informés de cette modification, qui interviendra dans un délai de trois mois.

Compte tenu des circonstances de l'espèce et de l'effet attendu des injonctions prononcées, le Conseil a limité à 17 000 euros la sanction imposée à Pierre Fabre Dermo-cosmétique.

DÉCISION 08-D-25 DU 29 OCTOBRE 2008

relative à des pratiques mises en œuvre dans le secteur de la distribution de produits cosmétiques et d'hygiène corporelle vendus sur conseils pharmaceutiques

Consulter le texte intégral

Contact(s)

Yannick Le Dorze

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