Réseaux de professionnels de santé agréés

Publié le 26 février 2013

Kalivia n'a pas enfreint les règles de concurrence lors la mise en place de son réseau d'opticiens agréés

L'Autorité de la concurrence a été saisie par une organisation professionnelle d'opticiens (le SynOpE) et deux fabricants de verres ophtalmiques (Optiswiss et Balou Holding) de pratiques mises en œuvre par la société Kalivia dans la constitution d'un réseau d'opticiens agréés pour le compte de deux organismes complémentaires d'assurance maladie (OCAM).

Ce n'est pas la première fois que l'Autorité de concurrence étudie la problématique des réseaux de soins agréés. Dans son avis 09-A-46, elle avait précisé les conditions dans lesquelles le développement des réseaux de professions de santé agréés pouvait être favorable à la concurrence et aux intérêts des patients. Dans cet avis, l'Autorité avait examiné la sélection des professionnels membres de ce type de réseaux. Dans la décision rendue aujourd'hui, elle se penche sur la sélection des fournisseurs dont les produits peuvent être vendus par les professionnels membres aux assurés des OCAM ayant constitué un réseau.

Le développement des réseaux de professionnels de santé agréés

Afin de répondre au double objectif d'une meilleure régulation des dépenses de santé et d'une amélioration de la prise en chargé des assurés, les OCAM que sont les mutuelles, les sociétés d'assurance et les instituts de prévoyance, développent depuis quelques années des réseaux agréés de professionnels de santé : opticiens, dentistes, audioprothésistes, etc. Ces partenariats reposent sur la combinaison d'engagements réciproques : les professionnels de santé agréés s'engagent à fournir un certain niveau de qualité dans les services rendus aux

assurés, à mettre en place le tiers payant et à respecter une certaine modération tarifaire. En contrepartie, les assurés des OCAM concernés sont orientés vers les professionnels membres du réseau, avec pour objectif d'assurer à ces derniers un flux de clientèle régulier.

Mis en place en juin 2010 pour une période de 2,5 ans, le réseau d'opticiens Kalivia est né d'un partenariat entre Malakoff-Médéric et l'Union Harmonie Mutuelles. Pendant la période concernée, ce réseau était constitué d'environ 2 300 opticiens partenaires qui se sont engagés à respecter une certaine modération tarifaire ainsi que certaines règles concernant les services et les produits fournis aux assurés bénéficiaires dans le cadre du réseau. Dans ce cadre, Kalivia a opéré une sélection des fournisseurs dont les produits seraient référencés et pourraient être vendus à ces bénéficiaires.

Les saisissants dénonçaient le processus de sélection mis en œuvre par Kalivia en vue du référencement des fournisseurs

Les saisissants reprochaient à Kalivia le caractère opaque et discriminatoire du processus de sélection des fournisseurs de verres ophtalmiques et le manque d'objectivité des critères retenus pour opérer cette sélection, à savoir la détention d'une part de marché significative et le fait de disposer d'un laboratoire de conception et d'un site de production.

Compte tenu du poids très limité des ventes de verres aux assurés bénéficiaires du réseau Kalivia, le processus de sélection ne pouvait pas engendrer de problèmes de concurrence

L'Autorité considère qu'il est légitime que les gestionnaires de réseaux, qui prennent en charge une part substantielle du financement des biens concernés, sélectionnent les fournisseurs du réseau afin de proposer aux assurés des produits et services de qualité à prix compétitifs. L'Autorité rappelle les principes affirmés dans son avis 09-A-46 et notamment l'importance d'un processus de sélection qui repose sur une concurrence par les mérites, grâce à l'application de critères objectifs, transparents et non discriminatoires.

En l'espèce, si les critères retenus pouvaient apparaître imprécis ou inadaptés au vu des spécificités du secteur (le critère de la détention d'une « part de marché significative » est flou, et les parts de marché délicates à décompter dans ce secteur, le critère de la « détention d'une usine de production » s'est également révélé inadapté au vu de la diversité des circuits de fabrication dans ce secteur), l'Autorité constate néanmoins que, du fait de l'importance très limitée, du réseau Kalivia (moins de 5 % des verres vendus en France pendant la période concernée), aucun effet restrictif de concurrence – tel qu'un verrouillage du marché – n'était susceptible de se produire.

Ainsi, l'absence de référencement par Kalivia d'un fournisseur n'était pas susceptible de constituer un obstacle significatif à son accès ou à son développement sur le marché de la fourniture de verres ophtalmiques. De plus, certains fournisseurs non référencés dans un premier temps l'ont été par la suite, de sorte que fin 2012, les produits de la quasi-totalité des fournisseurs présents sur le marché pouvaient être vendus par les opticiens partenaires. Enfin, le réseau Kalivia avait été mis en place pour une période limitée (de 2,5 ans) et, dans le cadre du renouvellement de son réseau début 2013 Kalivia a revu sa procédure et ses critères de référencement des fournisseurs. Kalivia a lancé un appel à référencement à destination des fournisseurs et abandonné les critères relatifs aux parts de marché ou à la détention d'un laboratoire de conception et d'un site de production. La totalité des fournisseurs qui ont répondu à l'appel à concurrence ont été référencés, ce qui représente la quasi-totalité des fournisseurs de verres ophtalmiques.

Par ailleurs, l'Autorité souligne que la politique tarifaire de Kalivia, également mise en cause par le SynOpE, était conforme aux règles de la concurrence. Le mécanisme tarifaire mis en œuvre par Kalivia n'était pas constitutif de prix imposés, les tarifs du réseau étant des prix maxima déterminés pour la plupart par les opticiens eux-mêmes dans le cadre de l'appel à concurrence d'adhésion au réseau.

13-D-05 DU 26 FÉVRIER 2013

relative à des pratiques mises en œuvre par la société Kalivia dans le secteur de l'optique-lunetterie

Consulter le texte intégral

Contact(s)

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