

**CONSEIL DE LA CONCURRENCE**

**Décision n° 99-D-77 du 7 décembre 1999**

**relative à une saisine de la société Télésélection  
à l'encontre des sociétés M6, M6 Interactions et Téléshopping**

---

**Le Conseil de la concurrence (section II),**

**Vu la lettre enregistrée le 23 novembre 1995 sous le numéro F 817, par laquelle la société Télésélection a saisi le Conseil de la concurrence de pratiques mises en œuvre par les sociétés M6, M6 Interactions et Téléshopping ;**

**Vu l'ordonnance n° 86-1243 du 1<sup>er</sup> décembre 1986 modifiée, relative à la liberté des prix et de la concurrence et décret n° 86-1309 du 29 décembre 1986 modifié, pris pour son application ;**

**Vu les observations présentées par le commissaire du Gouvernement ;**

**Vu les autres pièces du dossier ;**

**Le rapporteur, le rapporteur général, le commissaire du Gouvernement entendus, le représentant de la société Telesélection ayant été régulièrement convoqué ;**

**Après en avoir délibéré hors la présence du rapporteur et du rapporteur général ;**

**Adopte la décision fondée sur les constatations (I) et sur les motifs (II) ci-après exposés :**

## **I. - Constatations**

### **A. - Le secteur**

#### **1. Le téléachat**

**Le secteur concerné par les pratiques dénoncées par la société Télésélection est celui de la distribution de produits divers, ayant comme caractéristique d'avoir été présentés dans des émissions télévisées de téléachat. Le téléachat est défini par le décret n° 95-77 du 24 janvier 1995 comme " *une émission consacrée en tout ou partie à la présentation et à la promotion de biens ou de services offerts directement à la vente* ".**

Lors de son apparition en France à la fin des années 80, plusieurs émissions de téléachat ont été créées sur les chaînes hertziennes puis ont rapidement disparu. En 1995, à l'époque des faits concernés par la présente décision, subsistaient une émission diffusée par TF1, intitulée " Téléshopping ", et une émission diffusée sur M6 intitulée, " M6 Boutique ".

Pour la réalisation de son émission, M6, via sa filiale M6 Interactions, était en 1995 associée au groupe suédois Kinnevik, ainsi qu'à la société PBRK (Pierre Bellemarre et Roland Kluger) et à Lyonnaise Communications. Leur filiale commune, la société Home Shopping Service (Kinnevik, 56 % ; PBRK, 13,5 % ; Lyonnaise Communications, 13,5 % ; M6 interactions, 17 %), réalisait également une émission de téléachat diffusée sur la chaîne câblée Paris Première, à laquelle s'est ajoutée depuis une émission de téléachat diffusée sur la chaîne câblée Teva. De son côté, TF1 a créé une filiale, Téléshopping, chargée de la réalisation de l'émission " Téléshopping ", dont la société PBRK détenait 15 % du capital en 1995. Aujourd'hui, M6 et TF1 contrôlent en totalité le capital de leur filiale spécialisée dans le téléachat.

Par ailleurs, en 1995, deux chaînes câblées étaient dédiées au téléachat. La première, " Club Téléachat ", associait la société PBRK, le groupe Kinnevik, M6 et Lyonnaise Communications et a depuis été reprise par la société Home Shopping Service. La seconde, " Télé Achat ", avait été lancée par la société Plaisance Films et le groupe Générale des Eaux. Elle a cessé d'émettre en 1997.

Plus récemment, plusieurs chaînes de téléachat ont été lancées sur les bouquets satellite par les grandes chaînes hertziennes. Canal Plus diffuse depuis 1996 " Spectacle ", une chaîne d'informations culturelles et de téléachat de produits culturels, sur Canal Satellite. La chaîne " Club Téléachat " est émise en continu depuis 1998 sur TPS et la société Téléshopping a créé la même année la chaîne " Shopping Avenue ", diffusée également sur TPS.

Ces émissions proposent divers produits : électroménager, produits d'entretien et de décoration, bricolage, hifi-vidéo, ustensiles de cuisine, bijoux, produits alimentaires, etc. Il est possible de trouver certains de ces produits dans d'autres circuits de distribution, comme les grandes surfaces ou la vente par correspondance.

La distribution de ces produits est en outre assurée par un réseau de six boutiques exploitées directement par M6 sous l'enseigne " M6 Club ", implantées dans les villes de Lille, Nancy, Bordeaux, Grenoble, Rennes et Lyon. Ces boutiques offrent à la vente des produits présentés dans l'émission de téléachat " M6 Boutique ", avec le support de téléviseurs diffusant l'émission en continu. TF1 a également ouvert un réseau de boutiques sous l'enseigne " Téléshopping " qui fonctionnent sur le même mode.

## **B. - Les faits**

### **1. Le réseau Télé Sélection et le contrat de distribution conclu avec la société Mediashop**

La SA Téléselection, créée par M. Jean Roger Richard le 30 juin 1995, a racheté à la SA Financière Inforter, dont M. Richard était le PDG, l'activité de distribution de produits " vus dans des émissions

de téléachat " créée par celle-ci quelques mois auparavant, ainsi que la marque " Télé Sélection ". Début 1995, la société Financière Inforter avait constitué un réseau de boutiques offrant à la vente des produits vus dans des émissions de téléachat. Elle avait notamment diffusé dans l'ICF Commerce de janvier, magazine spécialisé dans la franchise, un dossier publicitaire vantant les avantages de la vente directe en magasin par rapport à la commande par téléphone au cours de l'émission de téléachat. Le réseau Télé Sélection reposait sur un contrat de concession et d'assistance par lequel la société Financière Inforter concédait à ces magasins le droit d'utiliser " le concept Télé Sélection " et de s'identifier par l'enseigne Télé Sélection. Elle-même était chargée d'assurer l'approvisionnement de ces magasins en produits " vus dans des émissions de téléachat " et négociait à cette fin avec les fournisseurs sélectionnés.

Le fournisseur à titre principal était Mediashop, une société de droit luxembourgeois, créée par le groupe suédois Kinnevik et la société PBRK (Pierre Bellemarre et Roland Kluger), pour la réalisation d'émissions de téléachat dans des pays non francophones, ainsi que l'achat et la vente des produits qui y sont présentés.

La société Financière Inforter avait signé le 27 janvier 1995 avec Mediashop un contrat de distribution qui concédait à celle-ci l'exclusivité de la vente des produits présentés dans l'émission " M6 Boutique ", hormis dans les villes où existait une boutique " M6 Club ". De son côté, la société Financière Inforter s'engageait à s'approvisionner exclusivement auprès de la société Mediashop, ou de tout fournisseur désigné par elle, pour tous les produits figurant en annexe du contrat. Pour chaque produit sélectionné, il était prévu que la société Mediashop remette à Financière Inforter un master de la cassette vidéo du film de présentation du produit, que Financière Inforter était autorisée à reproduire pour satisfaire aux besoins des concessionnaires Télé Sélection. Selon M. Oudet, directeur général de la société Home Shopping Service, ce contrat a été passé avec Mediashop, et non avec Home Shopping Service, chargée de la commercialisation des produits proposés dans l'émission de téléachat " M6 Boutique ", parce que les statuts de cette dernière ne lui permettaient pas de vendre à un réseau de distribution classique.

Le réseau Télé Sélection a connu, selon M. Richard, un développement rapide puisqu'à l'été 1995, huit magasins à l'enseigne Télé Sélection étaient ouverts et huit autres étaient en projet. Les produits distribués dans ces magasins étaient pour la plupart commandés à la société Mediashop ou aux fournisseurs indiqués par cette dernière. Selon M. Richard, la société Télé Sélection s'efforçait de développer des relations commerciales avec d'autres fournisseurs et avait approché TF1 afin de négocier un contrat lui permettant d'être approvisionnée en produits vus dans l'émission " Téléshopping ", similaire à celui relatif aux produits de l'émission " M6 Boutique ".

Selon les déclarations de M. Richard, des problèmes seraient rapidement apparus dans l'exécution du contrat de distribution passé avec la société Mediashop, les délais de livraison prévus n'ayant jamais été respectés. A partir de juillet 1995, les livraisons auraient été de plus en plus mal assurées et les relations avec la société Home Shopping Service se seraient dégradées. M. Richard assure qu'un responsable de la société Home Shopping Service lui aurait communiqué la liste des fournisseurs en lui conseillant de s'adresser directement à eux. Il soutient que beaucoup de ces fournisseurs ont cependant refusé de le livrer en objectant qu'il ne faisait pas partie du réseau M6.

**La société Mediashop a ensuite dénoncé en septembre 1995 le contrat de distribution passé avec Télésélection. M. Oudet explique cette dénonciation par le fait que la gérante de la boutique M6 Club à Bordeaux a constaté que la boutique Télé Sélection de l'agglomération bordelaise diffusait en boucle sur des moniteurs vidéo, non seulement le film de présentation du produit, fourni par la société Mediashop conformément au contrat, mais aussi des enregistrements de l'émission " M6 Boutique " diffusée sur M6, sur lesquels apparaissaient clairement les logos M6 et M6 Boutique et les animateurs de l'émission. Considérant que cette utilisation des émissions " M6 Boutique " était tout à fait contraire à l'esprit du contrat de distribution, la société Mediashop a rompu ses relations commerciales avec Télésélection et les sociétés Métropole Télévision M6 et M6 Interactions ont engagé des poursuites contre cette société.**

## **2. Les actions en justice engagées par les sociétés Métropole Télévision M6 et M6 Interactions**

**Au cours du mois de septembre 1995, à la demande de M6 et de M6 Interactions, des huissiers se sont rendus dans sept magasins à l'enseigne Télé Sélection. Le 29 septembre 1995, une perquisition effectuée au siège de la société Télésélection, à la demande de M6 et de M6 Interaction, a permis à l'huissier de conclure que certaines cassettes vidéo diffusées dans ces boutiques contenaient des enregistrements de l'émission " M6 Boutique " et que les prix pratiqués par le réseau Télé Sélection étaient les mêmes que celui annoncé dans cette émission. M6 et M6 Interaction ont ensuite, le 19 octobre 1995, assigné la société Télésélection et les concessionnaires du réseau devant le tribunal de grande instance de Toulon pour contrefaçon de marque et concurrence déloyale et parasitaire. Ces sociétés constataient de plus que Télésélection dénigrait le téléachat dans la publicité destinée à recruter de nouveaux concessionnaires.**

**Par jugement du 4 novembre 1996, le président du tribunal de grande instance de Toulon, à la demande de la société Télésélection, a sursis à statuer en attendant la décision du Conseil de la concurrence.**

**Au vu des poursuites engagées par M6, les concessionnaires du réseau se sont retournés contre Télésélection en protestant que cette société leur avait assuré avoir le soutien de la chaîne de télévision. Ils ont refusé de payer les droits prévus par le contrat de concession, entraînant la cessation d'activité de la société Télésélection.**

## **3. Le litige opposant la société Télésélection et la société Télésopping**

**Le 5 octobre 1995, la société Télésopping a assigné la société Financière Inforter devant le tribunal de grande instance de Nanterre en contrefaçon de marques et concurrence déloyale et parasitaire ; ayant ensuite appris que la société Financière Inforter avait cédé sa branche d'activité de développement de réseau de vente, elle a, les 13, 14, 15, 20 février et 1<sup>er</sup> mars 1996, assigné la société Télésélection, avec d'autres entreprises, devant la même juridiction et aux mêmes fins que la société Financière Inforter ; la société Télésélection a demandé reconventionnellement l'allocation de dommages et intérêts pour procédure abusive ;**

**Le tribunal de grande instance de Nanterre a débouté les deux parties le 7 septembre 1998 :**

**la société Téléshopping, au motif que " celle-ci, à l'audience de plaidoiries, ne versait aux débats aucun dossier, aucune pièce à l'appui de ses prétentions ",**

**la société Téléselection, au motif qu'elle n'établissait pas que " la procédure aurait eu pour seul but de lui interdire d'exister sur le marché et qu'elle aurait subi un préjudice de 2.000.000 francs, que ce préjudice n'est démontré par aucun document, aucun moindre commencement de preuve ; que par ailleurs elle ne prouve pas que la procédure aurait été engagée de façon abusive et qu'il n'y a lieu à dommage et intérêts de ce chef " ;**

## **II. - Sur la base des constatations qui précèdent, le Conseil,**

**Considérant que la société Téléselection, dans la saisine déposée devant le Conseil, conteste les accusations de contrefaçon de marque et de concurrence déloyale et parasitaire portées contre elle par les sociétés Téléshopping, M6 et M6 Interactions ; qu'elle soutient que les sociétés Téléshopping, M6 et M6 Interactions, qui détiennent le monopole des émissions de téléachat, ont abusé de leur position dominante sur le marché connexe de la vente de produits ayant fait l'objet d'une émission de téléachat en poursuivant la société Téléselection en justice et en interrompant leurs relations contractuelles avec elle ;**

**Considérant, cependant, que l'accès au juge est un droit fondamental ; que le fait pour une entreprise qui occuperait une position dominante d'intenter une action en justice ne saurait être qualifié de pratique anticoncurrentielle que dans des circonstances tout à fait exceptionnelles, lorsque l'action ne vise manifestement pas à faire valoir ce que l'entreprise peut légitimement considérer comme étant son droit et qu'elle est conçue dans le cadre d'un plan ayant pour but d'éliminer, par ce harcèlement, la concurrence ;**

**Considérant que les sociétés M6 et Téléshopping peuvent raisonnablement estimer être titulaires, sur les marques " M6 ", " M6 Boutique " et " Téléshopping " qu'elles ont déposées à l'INPI, des droits qui leur sont conférés par l'article L 713-2 du code de propriété intellectuelle, et être fondées à les défendre devant les tribunaux compétents ; que, dès lors, et sans qu'il y ait lieu de se prononcer sur le mérite des demandes de ces sociétés, dont l'appréciation relève du seul juge compétent, les actions en justice concernées ne sauraient être analysées comme des abus, peu importants, à cet égard ; qu'il n'est donc pas nécessaire de rechercher si l'une ou l'autre de ces entreprises était, à l'époque des faits, en situation dominante sur un marché pertinent au regard de l'activité exercée par la société Téléselection ;**

**Considérant, par ailleurs, que le fait pour plusieurs entreprises d'agir en justice de concert contre une tierce entreprise ne pourrait également être qualifié de pratique anticoncurrentielle que dans des circonstances tout à fait exceptionnelles ; qu'en tout état de cause, il n'est pas établi que les actions en justice engagées, à quatorze jours d'intervalle, par M6 et M6 Interactions, d'une part, et par Téléshopping, d'autre part, aient fait l'objet d'une concertation, le simple parallélisme de comportement étant, en l'absence d'autres éléments, insuffisant pour établir l'existence d'une**

**entente ; que ce parallélisme peut, en effet, résulter de prises de décisions identiques, mais indépendantes, d'entreprises réagissant dans le même contexte, en l'occurrence la mise en place du réseau de magasins Télé Sélection ;**

**Considérant, de même, qu'aucun élément du dossier ne permet de considérer que la dénonciation, également motivée par la défense du droit de la propriété intellectuelle, par la société Mediashop du contrat de distribution signé avec Téléselection le 27 janvier 1995 aurait eu un objet ou un effet concurrentiel ; qu'en conséquence, la rupture de ce contrat et l'arrêt des livraisons au réseau Téléselection qui en est résulté relèvent d'un litige commercial étranger au champ d'application du titre III de l'ordonnance du 1<sup>er</sup> décembre 1986 susvisée ;**

**Considérant qu'il résulte de ce qui précède que les faits dénoncés ne peuvent être considérés comme des pratiques prohibées par le titre III de l'ordonnance du 1<sup>er</sup> décembre susvisée et qu'il y a donc lieu de faire application des dispositions de l'article 20 de l'ordonnance du 1<sup>er</sup> décembre 1986,**

**Décide :**

**Article unique: Il n'y a pas lieu de poursuivre la procédure.**

**Délibéré, sur le rapport de Mme Mouy, par Mme Hagelsteen, présidente, Mmes Boutard-Labarde, Flüry-Herard, MM. Lasserre, Nasse, Robin, membres.**

Le secrétaire de séance,

La présidente,

Sylvie Grando

Marie-Dominique Hagelsteen