
LA LETTRE DU FRANCHISE

Contrat de distribution et vente des produits sur internet

Par un arrêt rendu le **6 décembre 2017**, la Cour de Justice de l'Union européenne a estimé que la **clause par laquelle un fournisseur de produits de luxe interdit à ses distributeurs agréés de vendre les produits sur une plateforme internet extérieure au réseau ne constitue pas une pratique illicite au regard du droit de la concurrence de l'Union**. La clause est donc validée par la Cour.

Dans cette affaire, la société **Coty Germany**, fournisseur de produits cosmétiques de luxe en Allemagne, avait interdit à ses distributeurs de vendre ses produits par l'intermédiaire de plates-formes tierces opérant de façon visible à l'égard des consommateurs, dans le but de préserver son image de marque.

Un distributeur agréé, **Parfümerie Akzente** avait violé cette clause en distribuant les produits sur la plateforme « **amazon.de** ». La société Coty Germany a alors introduit un recours devant les juridictions allemandes afin qu'il soit interdit au distributeur de distribuer les produits par l'intermédiaire de cette plateforme. Saisi de cette affaire, le tribunal régional supérieur de Francfort-sur-le-Main a interrogé la Cour de justice de l'Union Européenne afin de savoir si le **système de distribution mis en place et la clause étaient licites au regard de l'interdiction des ententes prévue par le droit communautaire de la concurrence**.

La Cour considère que la distribution par le biais de plateformes visibles du consommateur n'impliquant pas de relation contractuelle entre le fournisseur et la plateforme tierce ne permet pas au fournisseur de contrôler que ses produits seront vendus sur Internet « *dans un environnement correspondant aux conditions qualitatives que le fournisseur a convenues avec ses distributeurs agréés* ». Une telle clause est donc licite.

Cette décision doit être rapprochée de celle rendue le **13 octobre 2011** par la CJUE concernant le franchiseur **Pierre Fabre Dermo-Cosmétique**. La tête de réseau avait interdit à ses distributeurs agréés toute vente par internet de produits cosmétiques au motif que cette vente nécessitait la présence et les conseils d'un pharmacien. Dans cette décision, la Cour avait considéré que la clause d'interdiction absolue de vente en ligne était contraire à **l'article 101, § 1, du TFUE**, car celle-ci avait nécessairement pour objet de restreindre la concurrence. En effet, la clause avait pour effet de réduire considérablement la possibilité pour un distributeur agréé de vendre les produits concernés aux clients situés en dehors de son territoire contractuel ou de sa zone d'activité.

Cette divergence d'appréciation s'explique par une différence dans les faits soumis à la Cour. Dans l'arrêt **Pierre Fabre Dermo-Cosmétique**, la Cour a considéré que la clause interdisant aux distributeurs la vente de produits cosmétiques sur Internet, n'était ni justifiée par la préservation des produits en cause, ni par la nécessité de fournir au client un conseil. Dans la présente affaire, la Cour estime que l'image de luxe est « une des caractéristiques principales de ces produits recherchées par les consommateurs » et que dès lors, une atteinte à cette sensation de luxe est susceptible d'affecter la qualité même de ces produits. La Cour estime que l'atteinte à la liberté du distributeur est justifiée par la nécessité de **protéger l'image de marque**.

Il est donc logique d'en déduire que la portée de cette décision se limite à la vente de produits de produits de luxe.

Ce qu'il faut savoir...

- **Confiture Parisienne**** a ouvert en juillet, à Paris, un nouveau concept, une « confiterie ». L'enseigne s'est installée sur 120 m² avenue Daumesnil, répartis en zone de vente et d'atelier de fabrication sous les yeux du client !
- Le tribunal administratif de Toulouse vient de donner un nouveau coup d'arrêt au projet de centre commercial **Val Tolosa****, en projet depuis une quinzaine d'années. Les juges ont en effet annulé deux arrêtés préfectoraux pour commencer les aménagements de la zone.
- Un an après la reprise de **Tati**** par le dirigeant Philippe Ginestet, l'enseigne prévoit l'installation d'une dizaine de magasins dès 2019 !
- **Big Fernand****, le spécialiste du burger gourmet, a ouvert son dixième restaurant sur Paris, dans le XVII^e arrondissement. **
- La chaîne américaine d'agences immobilières, **Keller Williams****, devrait être installée sur 20 adresses d'ici décembre. D'ici les prochains mois l'agence prendra place à Aix, Nantes, Marseille, Tours.

La franchise en chiffres...

- Ensemble, les franchisés ont réalisé en France un chiffre d'affaire annuel en 2017 de **59, 55 milliards** d'euros* !
- En France, en 2017, on comptait **1976*** réseaux, déployant **74 102*** points de ventes !
- **20,3%** c'est l'incroyable hausse du chiffre d'affaire du groupe italien Calzedonia, sur son exercice 2017, qui s'élevait à 91,2 millions d'euros.
- Ensemble, les franchisés ont réalisé en France un chiffre d'affaire annuel en 2017 de **59, 55 milliards d'euros*** !
- **200 000 euros*** : c'est le montant global moyen de l'investissement pour la création d'une franchise pour 80% des franchisés, en 2017.

* Les données sont issues de l'enquête de la *fédération française de la franchise* de 2018 (<https://www.franchise-fff.com/franchise/les-chiffres-cles>)

** Les données sont issues de *La Correspondance de l'Enseigne*, n°1435, n°1436.

Un document précontractuel d'information incomplet, n'engage pas systématiquement la responsabilité du franchiseur

Les **articles L330-3 et R330-1 du code de commerce** obligent le franchiseur à mettre le franchisé en mesure de s'engager en « *toutes connaissances de cause* », notamment en lui fournissant le fameux document précontractuel d'information. Dans un arrêt du **23 novembre 2017**, la Cour d'Appel de Paris a estimé qu'il faut tenir compte, pour apprécier concrètement les informations que le franchiseur doit transmettre au candidat à la franchise, de son expérience professionnelle dans le secteur concerné, ainsi que des connaissances dont dispose il à la date de signature du contrat. Dans les cas soumis à la Cour, il a été jugé que, compte tenu de l'expérience des franchisés, curriculum vitae à l'appui, les informations transmises étaient suffisantes pour leur permettre de s'engager en toute connaissance de cause.

Cette jurisprudence implique que, selon les situations, le franchiseur peut parfaitement fournir un document d'information précontractuel incomplet, sans pour autant engager sa responsabilité. Tout dépend de l'expérience et des connaissances du candidat à la franchise. Dans ce contexte, on ne peut que conseiller au franchisé d'être particulièrement diligent et de faire réaliser par des professionnels toutes les études nécessaires pour évaluer la viabilité du projet.

BSM AVOCATS

60 Avenue de New York – 75016 PARIS

Tél. : 01 45 25 48 32

– <https://www.bsm-avocats.com/>