

Contrat de distribution sélective

Par la distribution sélective, un fournisseur choisit de réserver la commercialisation de ses produits à des revendeurs qu'il sélectionne en fonction de critères qualitatifs liés à leur compétence, l'aménagement du point de vente, sa localisation...

Ceux-ci s'engagent pour leur part à rendre des services aux consommateurs.

Ils sont également tenus, en général, d'acquérir certaines quantités de produits, de réaliser un chiffre d'affaires minimal, de participer aux actions de promotion de la marque...

Cette formule peut être adoptée si, compte tenu de la nature des produits concernés, la sélection des revendeurs est propre à améliorer les conditions de la vente aux consommateurs.

Tel est le cas des produits de luxe ou de haute technologie, voire des produits qui, sans être véritablement de luxe, font partie du « *haut de gamme* ».

Pour être licite, la distribution sélective doit remplir certaines conditions, notamment :

- le choix des revendeurs doit s'effectuer selon des critères objectifs de caractère qualitatif, n'allant pas au-delà de ce qui est nécessaire pour commercialiser de façon optimale les produits en cause,
- ces critères devront être appliqués de façon non discriminatoire.

Tous les revendeurs remplissant les conditions précisées par le fournisseur doivent, en principe, être admis dans le réseau ; la sélection quantitative n'est donc pas autorisée et, lorsqu'elle existe, tombe sous le coup des règles de concurrence.

Un revendeur qui remplit les conditions pour être sélectionné et qui se heurte à un refus peut donc invoquer la prohibition des pratiques discriminatoires.

Le contrat ne doit pas comporter des exigences excessives de la part du fournisseur qui porteraient atteinte à la concurrence :

- les rétrocessions de produits entre revendeurs du réseau ne peuvent être interdites ;
- l'obligation d'acquérir un montant minimum de produits ou de réaliser un certain chiffre d'affaires doit être raisonnable ;
- les importations parallèles doivent être acceptées ;
- le revendeur doit rester maître de sa politique commerciale et il n'est pas possible de lui imposer des prix de revente même s'il est possible de conseiller des prix.

Ce contrat doit notamment comporter :

- la liste des produits faisant l'objet du contrat ;
- un cahier des charges précisant notamment :
 - les formes, modèles et emplacements de l'enseigne sur le point de vente et les documents commerciaux du Distributeur agréé ;
 - les préconisations en matière de publicité et d'animation dans le point de vente ;
 - l'obligation du Distributeur agréé de présenter dans ses vitrines une exposition permanente des produits et du matériel publicitaire du Fournisseur ;
 - l'obligation du Distributeur agréé de participer à la demande du Fournisseur aux foires et expositions dans son secteur, avec la qualité de Distributeur agréé.

Législation applicable

Droit communautaire de la concurrence et droit français – Pour une large part, le régime juridique de la distribution sélective est dicté par le droit de la concurrence.

Or en cette matière, le droit communautaire a vocation à s'appliquer parallèlement au droit national, chaque fois que ses conditions d'application sont également réunies.

Droit français– Sont susceptibles d'être appliqués à la mise en place de la distribution sélective et aux litiges soulevés par la mise en oeuvre de la distribution sélective, les principaux textes suivants :

- – Code civil et plus particulièrement les articles relatifs au droit des contrats ; articles 1101 et suivant du Code Civil
- – Code de commerce (art. L. 420-1 et s., L. 442-1 et s.).

Patricia Roy-Thermes (Paris)
2006