

Etudes de cas :

Droit de la distribution
et du marketing

Cas n °1 : distribution sur internet

- Quelles sont les contraintes juridiques pour la distribution de produits de luxe sur internet ?

Position du problème :

- La Commission européenne doit se prononcer prochainement sur la validité de la clause par laquelle le fournisseur de produits vendus dans un réseau de distribution sélective interdit à son distributeur de commercialiser les produits à distance, en particulier sur Internet. Cette clause figure en effet dans un accord notifié à la Commission que celle-ci analyse pour la première fois au titre du règlement sur les restrictions verticales de décembre 1999 (voir ci-après « EURO NEWS »).
- La Commission exige la suppression des restrictions relatives à ce canal de distribution, qui ne semblent ni proportionnées ni nécessaires.

Position des juges des référés

- Une décision du juge des référés a interdit la vente de parfums par Internet par la société Parfumnet.
- Devant le nombre important de procédures engagées à son encontre, le site d'origine espagnol Parfumsnet a pris la double décision de cesser l'activité de son site français et d'interdire la vente de produits aux consommateurs français par son site espagnol.
- Parfumsnet ne renonce cependant pas à son activité mais envisage aujourd'hui d'obtenir la définition de critères objectifs et qualitatifs de distribution sur Internet.

Cas n° 3 : origine des produits

- L'appellation “montagne” est-elle également une appellation protégée dont l'utilisation est restreinte sur les produits ?

Le droit applicable :

- Un décret du 15 décembre 2000 vient préciser les règles de fond et la procédure d'autorisation préfectorale que doivent suivre les fabricants de produits originaires de France (les produits originaires d'un Etat membre de l'UE ne sont pas concernés) pour pouvoir apposer la mention « montagne » sur leurs produits.

Cas n^o 4 : la langue

- La langue nationale est-elle obligatoire pour les mentions figurant sur les emballages ou le produit vendu ?

Exemple : Fruit of loom France

- La Cour de cassation a, par arrêt du 14 novembre 2000, confirmé la condamnation de la société Fruit of the Loom France pour violation de la loi du 4 août 1994 relative à l'emploi de la langue française caractérisée par la commercialisation de vêtements fabriqués en Irlande et porteurs d'étiquettes d'entretien rédigées exclusivement en anglais.
- La Cour a notamment considéré que si l'obligation de rédiger un mode d'utilisation du produit en français devait constituer une mesure d'effet équivalent à une restriction quantitative à l'importation, celle-ci était justifiée en l'espèce par la protection du consommateur, le mode d'utilisation constituant une mise en garde indispensable.

Cas n° 5

- Quelle différence existe-t-il entre une prime et une remise ?

Affaire EDF

- Une association professionnelle a poursuivi EDF pour vente avec prime illicite parce que cette dernière offrait aux consommateurs quatre mois de chauffage gratuit à tout client décidant de remplacer, avant une certaine date, sa chaudière au fioul ou au propane par une chaudière au gaz naturel.
- Dans un arrêt du 24 octobre 2000, la Cour de cassation a rejeté l'action de l'association en considérant que la prime offerte, correspondant à la somme forfaitaire de 1 500 francs, s'analysait non comme une prime mais comme une réduction de prix licite à valoir sur le montant de la prochaine facture de gaz adressé au consommateur concerné.