



Les grands magasins se mobilisent pour défendre la distribution sélective

LES GALERIES LAFAYETTE.

L'enjeu du maintien ou non du système de la distribution sélective en vigueur en Europe est si considérable que, pour la première fois, des grands magasins français, britanniques, irlandais, italiens et néerlandais ont rédigé un communiqué commun, pour faire valoir la nécessité non seulement de conserver le règlement actuel, mais même de le renforcer en exigeant que les sites de vente en ligne de produits de luxe soient la prolongation d'un réseau de vente physique.

Sicphane de Sakutin / Afp





LES grands magasins français et européens ont tiré la sonnette d'alarme une semaine avant la fin de la consultation lancée par la Commission européenne sur le sujet. Mais d'autres familles du commerce en France surveillent ce dossier-là de près depuis un bon moment. «*Cela fait trois ans que nous travaillons sur ce projet de nouvelle version du règlement communautaire d'exemption sur les restrictions verticales*», indique Katia Halich, la responsable des affaires juridiques et européennes à la Fédération des enseignes du commerce associé (*Intermarché, Leclerc, Super U, Intersport, Sport 2000, Pantashop, Garant Schuh+mode*, etc). *C'est un texte de première importance pour nous, comme il l'était déjà dans sa version actuelle.* C'est ce règlement, adopté fin 1999 et qui expirera en mai 2010, qui permet à des entreprises d'échapper (par catégories ou à titre individuel), sous certaines conditions, à l'interdiction des ententes verticales prévue par le Traité de Rome.

Cette réactualisation du texte, rendue nécessaire par l'explosion «*des ventes sur Internet*» et par «*l'augmentation constante de la puissance d'achat de la grande distribution*», selon les termes de la Commission européenne, vise tous ceux qui ont du poids sur leur marché (le seuil est fixé à 30%). Les fournisseurs ne sont plus les seuls concernés mais aussi, selon le projet de règlement, les acheteurs, donc les distributeurs. «*On pense à la grande distribution alimentaire*, dit Gaëlle Toussaint-David, avocate chez *Simon associés*, mais également aux grandes surfaces de parfums tout autant qu'à de petits dis-

tributeurs qui opèrent sur un marché géographiquement limité. Les réseaux de franchise sont concernés au premier chef. Et donc les grands magasins, qui n'ont pas pour habitude de faire front commun, au moins publiquement, en Europe. «*Le sujet le justifie*», affirme Claude Boulle, président exécutif de l'Union de commerce de centre-ville (*Ucv*), l'organisme qui les représente en France.

Parasitisme

Dans un communiqué commun – première historique –, les français *Galleries Lafayette-Bhv, Printemps* et *Bon Marché*, les britanniques *Selfridges* et *Harvey Nichols*, l'irlandais *Brown Thomas*, l'italien *Rinascente*, le néerlandais *Bijenkorf* et l'espagnol *El Corte Inglés* «*rappellent les bénéfices économiques de la réglementation actuelle et soulignent la nécessité, afin de protéger les marques de luxe, de maintenir l'exigence de points de vente physiques. La vente en ligne ne doit pas se traduire par une dégradation de la qualité du produit ou du service rendu aux consommateurs. Les fournisseurs doivent être en droit d'exiger que le site Internet soit la prolongation du réseau de vente physique et garantisse le même niveau de qualité*». Bref, pas question, pour les grands magasins signataires de cet appel de toucher à la distribution sélective, très utilisée dans la mode et la parfumerie-cosmétique, un système «*menacé par le développement sans restriction de la vente en ligne*». Ces enseignes, qui vendent elles aussi en ligne (certaines), disent craindre «*le parasitisme de certains sites, qui vendraient à prix cassés des produits dont le*

prestige a été établi par des investissements coûteux dans des réseaux de distribution traditionnels». Selon leur porte-parole en France, «*nous ne sommes pas opposés à la distribution multicanal, mais tout cela fait partie d'un capital à préserver.*»

Les groupements de commerçants ont eux aussi saisi la commissaire européenne à la Concurrence, Nelly Kroes. Avec le soutien de l'*Ugal*, leur porte-voix au niveau européen. «*Ce texte nous satisfait*, déclare Katia Halich (*Fca*). *Il y a une très belle avancée pour nous dans la proposition de modification des lignes directrices, avec la possibilité de faire des prix fixes pendant des opérations de courte durée (de deux à six semaines), comme le fait aujourd'hui le commerce intégré*». Cette demande déjà ancienne était restée sans suite en 1999.

Reste que seul le nouveau règlement sera normatif, pas ses lignes directrices. En revanche, le lobby n'a pas réussi pour l'instant à relever le seuil des 50 millions d'€ de chiffre d'affaires (seuil propre à cette famille de commerçants) que les membres d'un groupement (la majorité d'entre eux) ne peuvent dépasser sous peine de voir le groupement privé du bénéfice des exemptions. Dans la franchise aussi, le nouveau calcul du seuil de parts de marché (les 30%) risque d'avoir des conséquences. Plus précisément dans le cas d'une master-franchise, selon Gaëlle Toussaint-David (cabinet *Simon associés*). Dans le projet de règlement, l'avocate relève également des changements dans la durée des obligations de non-concurrence et dans la revente sur Internet.

VINCENT LEPERCQ ●