

Produits solaires Ray-Ban : Bausch & Lomb sanctionné pour avoir imposé des prix de vente à son réseau

Publié le 24 juillet 2001

Par une décision du 19 juillet 2001, le Conseil de la concurrence, saisi par la société Casino France, a estimé que la société Bausch & Lomb avait enfreint les dispositions de l'article L. 420-1 du code de commerce en imposant à son réseau de distribution des prix de vente pour les produits solaires Ray-Ban au cours de la période 1995-1998. Il lui a infligé une sanction pécuniaire de 500 000 FF au titre de cette pratique.

La société Bausch & Lomb avait mis en place, à partir de 1995, une politique de distribution sélective pour les produits Ray-Ban, visant à préserver l'image et le prestige de la marque.

Les contrats de distribution sélective contenaient des dispositions en matière de sélection des distributeurs (qualification professionnelle, exigence d'un service après-vente et d'une vitrine sur rue, évaluation du point de vente), ainsi qu'en matière de politique tarifaire (politique promotionnelle très encadrée, discount systématique interdit).

Dans cette affaire, qui mettait en cause le seul droit national, le Conseil s'est inspiré des principes adoptés par la Commission européenne dans son règlement du 22 décembre 1999 sur les restrictions verticales. Selon ces principes, certaines clauses liant les fournisseurs à leurs distributeurs sont de nature à affecter la concurrence et restent prohibées, même lorsque la part de marché de l'entreprise est inférieure à 30 %.

Il en est ainsi notamment des pratiques de prix imposés.

Sur cette base, il a été constaté que la société Bausch & Lomb a utilisé certaines clauses du contrat dans le but d'empêcher les distributeurs de pratiquer des prix inférieurs aux prix conseillés et d'organiser librement leurs promotions, en exerçant sur eux des pressions (menaces, avertissements, sanctions, retards ou suspension de livraison, surveillance des actions promotionnelles).

Cette pratique, qui a eu pour objet et pour effet de faire obstacle au jeu de la concurrence par les prix pour les distributeurs situés dans une même zone de chalandise, constitue une pratique de prix illicite qui justifie une sanction.

En revanche, le Conseil a considéré que les autres clauses incriminées, relatives à la sélection des distributeurs, n'avaient pas, compte tenu de la part de 25 % détenue par Bausch & Lomb sur le marché des lunettes solaires en France, d'objet ou d'effet anticoncurrentiel et, qu'en particulier, elles n'étaient pas destinées à renforcer la politique de contrôle des prix mise en œuvre, par ailleurs, à l'égard des distributeurs.

Cette décision illustre la volonté du Conseil d'intégrer davantage encore les enseignements de l'analyse économique dans l'examen du caractère anticoncurrentiel des pratiques qui lui sont soumises.

DÉCISION 01-D-45 DU 19 JUILLET 2001

relative à une saisine présentée par la société
Casino France

[Consulter la décision](#)

Contact(s)

Yannick Le Dorze
Adjoint à la directrice de la
communication

01 55 04 02 14

[Contacter par mail](#)