



COLLÈGE JURIDIQUE  
franco-roumain d'études européennes

Année Universitaire 2011/2012  
Master

# DROIT DE LA DISTRIBUTION

Cours de M. Xavier LAUREOTE  
Travaux dirigés de Mme. Eleonora UDROIU

---

## Séance n° 1: Règles de droit de la concurrence applicables dans la distribution (I)

### DOCUMENTS FOURNIS

- Document n°1 : Affaire 75/84 Metro c Commission
- Document n°2 : Affaire T-325/01 DaimlerChrysler c Commission (EXTRAIT)

### RESSOURCES ET BIBLIOGRAPHIE COMPLÉMENTAIRES

1. Traité sur le Fonctionnement de l'Union européenne - Article 101;
2. Règlement de la Commission n° 330/2010 sur l'application de l'article 101(3) du TFUE à des catégories d'accords verticaux et de pratiques concertées (Journal Officiel L 102, 23.4.2010, p.1-7);
3. Communication de la Commission - Lignes directrices sur les restrictions verticales (Journal Officiel C 130, 19.05.2010, p.1);
4. Règlement de la Commission n° 461/2010 sur l'application de l'article 101(3) du TFUE à des catégories d'accords verticaux et de pratiques concertées dans le secteur automobile (Journal Officiel n° L 129 du 28/05/2010 p. 0052 - 0057);
5. Lignes directrices supplémentaires sur les restrictions verticales dans les accords de vente et de réparation de véhicules automobiles et de distribution de pièces de rechange de véhicules automobiles (Official Journal C138, 28.5.2010, p.16);

## EXERCICE

### **Cas pratique** (*discussion pendant le TD*)

Vous êtes un avocat. Vous devez conseiller votre client qui est un fournisseur et souhaite insérer des clauses de non-concurrence dans les contrats avec ses distributeurs.

Votre client est un fournisseur dominant sur le marché national d'un bien de consommation d'impulsion, dont la part de marché est de 40 %, vend la majeure partie de sa production (90 %) par le biais de détaillants qui lui sont liés (soit une part de marché liée de 36 %). Les accords obligent les détaillants à ne s'approvisionner qu'après de ce fournisseur dominant pendant au moins quatre ans. Ce dernier est tout particulièrement bien représenté dans les régions les plus densément peuplées, comme la capitale. Ses concurrents, au nombre de dix, dont certains ne sont présents que localement, ont tous des parts de marché beaucoup plus petites (12 % pour le plus grand d'entre eux). Ces dix concurrents approvisionnent ensemble 10 % du marché par le biais de points de vente qui leur sont liés. Sur ce marché, les marques et les produits sont fortement différenciés. Le fournisseur dominant a les marques les plus fortes. Il est le seul à mener régulièrement des campagnes publicitaires nationales. Il fournit aux détaillants qui lui sont liés du mobilier de rangement spécifique pour stocker son produit.

Qu'est-ce que vous conseillerez à votre client?