

Madame Neelie Kroes  
Commissaire européenne chargée de la concurrence.

Par courrier électronique : [comp-greffe-antitrust@ec.europa.eu](mailto:comp-greffe-antitrust@ec.europa.eu)

[http://ec.europa.eu/competition/consultations/2009\\_vertical\\_agreements/index.html](http://ec.europa.eu/competition/consultations/2009_vertical_agreements/index.html)

Dans le cadre de la Consultation publique initiée par la Commission relative à la révision des règles de concurrence applicables au secteur de la distribution, L'Oréal, membre du COLIPA, de la FEBEA, de l'AFEP et du MEDEF, s'associe pleinement aux commentaires apportés par ces associations sur le projet de Règlement concernant l'application de l'article 81, paragraphe 3 du traité à des catégories d'accords verticaux et de pratiques concertées (C(2009) 5365/3) et sur le projet de Communication de la Commission « *Lignes Directrices sur les restrictions verticales* » (SEC(2009) 946/3).

L'Oréal, acteur important du secteur cosmétique et de la parfumerie, propose aux consommateurs ses différentes gammes de produits *via* un large éventail de canaux de distribution, de la grande distribution (notamment marques L'Oréal Paris, Gemey Maybelline, Garnier), en passant par la distribution sélective en parfumeries (par exemple, Lancôme, Giorgio Armani, Ralph Lauren et Cacharel) et en pharmacies (La Roche Posay, Vichy).

Grâce à ce large éventail de modes de distribution, le consommateur se voit offrir le choix le plus large possible, tant en termes de produits proposés que de gammes de prix ou encore de conseil délivré.

En ce qui concerne plus particulièrement les produits de sa Division Luxe, L'Oréal remercie la Commission d'avoir édicté dès 1999 une réglementation qui a permis le plein développement de la distribution sélective en Europe.

En effet, la distribution sélective notamment en parfumeries est synonyme de produits innovants, proposés aux consommateurs dans un environnement de marque qualitatif, concurrentiel et de proximité, notamment grâce à un maillage territorial très dense (plus de 17.000 points de vente physiques en Europe pour les marques en sélectif du groupe L'Oréal) et à un conseil personnalisé délivré par des conseillères de beauté spécialement formées.

Par ailleurs, L'Oréal tient à souligner son attachement au plein essor des ventes sur internet tout en rappelant l'impératif de concilier un plein développement de la vente sur internet en harmonie mais aussi en cohérence avec la distribution sélective « physique » qui porte le développement de tout un secteur, celui de la parfumerie de luxe. A ce titre, et sous réserves des précisions préconisées par les associations précitées, L'Oréal se félicite des orientations prises par la Commission sur ce sujet.

Ainsi, L'Oréal, comme les associations précitées, constate avec plaisir que les projets de Règlement d'exemption et de Lignes directrices de 2009 confirment la confiance des institutions communautaires dans ce mode de distribution consacré depuis plus de dix ans.

L'Oréal remercie par avance la Commission de s'assurer que les demandes des associations soient prises en compte dans la version définitive du Règlement d'exemption et des Lignes directrices car, si ces demandes sont limitées à des points techniques précis, ces derniers sont cruciaux pour le maintien et le plein essor de la distribution sélective.

Je vous prie de bien vouloir agréer Madame la Commissaire, mes salutations respectueuses.

Mr Loïc Armand  
Directeur Général Relations Extérieures Groupe L'Oréal  
Senior Vice-President of External Affairs l'Oréal