

**Décision n° 17-D-15 du 9 août 2017  
relative à des pratiques mises en œuvre par Reed Expositions France  
dans le secteur de l'organisation des foires et salons**

L'Autorité de la concurrence (Commission permanente),

Vu la lettre enregistrée le 8 février 2017 sous les numéros 17/0112 F et 17/0113 M, par laquelle la Fédération des Industries Nautiques a saisi l'Autorité de la concurrence de pratiques mises en œuvre par la société Reed Expositions France ;

Vu les décisions de secret des affaires n° 17-DSA-98 du 2 mars 2017, n° 17-DSA-145 du 30 mars 2017, n° 17-DSA-149 et n° 17-DSA-151 du 3 avril 2017, n° 17-DSA-182 du 2 mai 2017 et n° 17-DSA-221 du 23 mai 2017, n° 17-DEC-216 du 22 mai 2017, n° 17-DEC-246 du 7 juin 2017, n° 17-DEC-248 du 8 juin 2017 ;

Vu le livre IV du code de commerce ;

Vu les autres pièces du dossier ;

Vu les observations présentées par la Fédération des Industries Nautiques et la société Reed Expositions France ;

Les rapporteurs, le rapporteur général adjoint, le commissaire du Gouvernement et les représentants de la Fédération des Industries Nautiques et de la société Reed Expositions France entendus lors de la séance du 14 juin 2017 ;

Adopte la décision suivante :

## Résumé<sup>1</sup>

*La Fédération des Industries Nautiques (« la FIN ») a saisi l'Autorité de pratiques mises en œuvre par la société Reed Expositions France (« REF ») constitutives, selon la saisissante, d'un abus de dépendance économique sur le marché de l'organisation des foires et salons et sur celui de la construction des bateaux de plaisance. La FIN estime avoir été placée dans une situation de dépendance économique vis-à-vis de son partenaire commercial, REF, dont celui-ci aurait abusé.*

*Entre 1998 et 2016, la FIN a concédé à REF, par trois contrats successifs, l'organisation technique du Festival International de Plaisance de Cannes (« le Yachting »). Elle dénonce la présence dans le contrat de 2011 d'une clause d'exclusivité post-contractuelle accordant à REF « l'exploitation pleine et entière » du Yachting pour une durée de vingt ans en cas de non-renouvellement du contrat ou de résiliation de ce dernier. Cette clause est entrée en vigueur en 2016, à la suite de la résiliation anticipée du contrat.*

*La FIN a déposé, en complément de sa saisine, une demande de mesures conservatoires visant à faire cesser immédiatement les comportements allégués.*

*Toutefois, l'Autorité a considéré que les éléments présents au dossier ne démontrent pas que les faits allégués, tels que présentés par la saisissante, relèvent de pratiques anti-concurrentielles. En particulier, il n'est pas établi que le marché de l'organisation des foires et salons serait affecté par le seul fait que REF assure désormais l'organisation pleine et entière du Yachting. Il n'est pas davantage établi que l'organisation de ce salon par REF aurait un effet anticoncurrentiel sur le marché de la construction des bateaux de plaisance.*

*La saisine et la demande de mesures conservatoires de la FIN sont donc rejetées.*

*Ce résumé a un caractère strictement informatif. Seuls font foi les motifs de la décision numérotés ci-après.*

---

<sup>1</sup> Ce résumé a un caractère strictement informatif. Seuls font foi les motifs de la décision numérotés ci-après

## SOMMAIRE

<b>I. Constatations .....</b>	<b>4</b>
A. LA SAISINE.....	4
B. LES ENTREPRISES CONCERNÉES.....	5
1. LA FÉDÉRATION DES INDUSTRIES NAUTIQUES .....	5
2. REED EXPOSITIONS FRANCE .....	5
C. LES SECTEURS D'ACTIVITÉ CONCERNÉS .....	6
1. LE MARCHÉ DE L'ORGANISATION DES FOIRES ET SALONS.....	6
2. LE MARCHÉ DE LA CONSTRUCTION DE BATEAUX DE PLAISANCE.....	6
D. L'HISTORIQUE DES RELATIONS CONTRACTUELLES ENTRE LA FIN ET REF ET LES PRATIQUES ALLÉGUÉES .....	7
1. LE CONTENU DES CONTRATS.....	7
a) Le contrat du 5 mars 1998.....	7
b) Le contrat du 31 juillet 2007 .....	8
c) Le contrat du 15 novembre 2011.....	9
2. LA RÉSILIATION DU CONTRAT DE 2011.....	9
<b>II. Discussion.....</b>	<b>10</b>
A. LES MARCHÉS PERTINENTS CONCERNÉS PAR LA PRATIQUE.....	10
1. LE MARCHÉ DE L'ORGANISATION DES FOIRES ET SALONS.....	10
a) Le marché de biens et services .....	10
b) Le marché géographique .....	10
c) Le segment de l'organisation de salons nautiques.....	11
2. LE MARCHÉ DE LA CONSTRUCTION DE BATEAUX DE PLAISANCE.....	11
a) Le marché de biens et services .....	11
b) Le marché géographique .....	11
B. LES PRATIQUES ALLÉGUÉES.....	12
1. LES PRINCIPES APPLICABLES .....	12
2. APPLICATION AU CAS D'ESPÈCE .....	12
a) Sur l'affectation du marché de l'organisation des foires et salons .....	12
b) Sur l'affectation du marché de la construction de bateaux de plaisance.....	13
<b>III. Conclusion.....</b>	<b>14</b>
<b>DÉCISION .....</b>	<b>15</b>

# I. Constatations

## A. LA SAISINE

1. Par lettre enregistrée le 8 février 2017 sous les numéros 17/0112 F et 17/0113 M, la Fédération des Industries Nautiques (ci-après, « la FIN ») a saisi l'Autorité de la concurrence de pratiques supposées d'abus de dépendance économique mises en œuvre par la société Reed Expositions France (ci-après « REF »), prohibées par les dispositions du second alinéa de l'article L. 420-2 du code de commerce.
2. Par trois contrats successifs, la FIN a concédé à REF l'organisation technique du Festival International de Plaisance de Cannes (ci-après « *le Yachting* »). Lors de la signature du dernier contrat, le 15 novembre 2011, la FIN estime avoir été contrainte par REF, dans un contexte de crise économique du secteur nautique la plaçant en situation de précarité financière, d'accepter de porter à vingt ans la durée d'application de la clause d'exclusivité post-contractuelle, qui avait été réduite à dix ans par le contrat précédent. Cette clause, qui prévoyait que la FIN concéderait à REF « *l'exploitation pleine et entière* » du Yachting durant vingt ans, en cas de non-reconduction du contrat ou de résiliation anticipée de ce dernier a pris effet en 2016, et ce jusqu'en 2041. Cette pratique constituerait, selon la FIN, un abus de dépendance économique à son égard de la part de REF.
3. La saisine est assortie d'une demande de mesures conservatoires sur le fondement de l'article L. 464-1 du code de commerce. A ce titre, la FIN demande à l'Autorité d'enjoindre à REF de :
  - suspendre l'application des articles 9-2 et 9-3 du contrat conclu entre la FIN et REF le 15 novembre 2011 ;
  - cesser sans délai toute communication et toute démarche de quelque nature que ce soit, à l'égard des tiers, et notamment du salon nautique « *le Yachting* », tendant à laisser croire que REF serait toujours l'organisateur de ce salon ;
  - se dispenser de conclure avec un tiers, de quelque manière et sous quelque forme que ce soit un accord portant sur l'organisation du salon nautique « *le Yachting* » ou la participation à ce salon.
  - publier à ses frais un extrait de la décision de l'Autorité préalablement soumis à l'appréciation de la FIN, à la date indiquée par l'Autorité, dans un quotidien national d'information générale au choix de l'Autorité, ainsi que dans les revues « Moteur Boats », « Voile Magazine » et « Voiles et Voiliers » ;
4. Elle demande également à l'Autorité de prendre toute autre mesure qu'elle jugera utile pour rétablir la situation concurrentielle sur le marché français de l'organisation des salons et foires nautiques.

## B. LES ENTREPRISES CONCERNÉES

### 1. LA FÉDÉRATION DES INDUSTRIES NAUTIQUES

5. La FIN est un syndicat professionnel formé d'entreprises qui « *concourent à la filière nautique* » (cote 141). En 2016, les adhérents de cette association professionnelle réalisaient plus de 80 % du chiffre d'affaires de la filière nautique française. Actuellement, huit métiers de la filière nautique sont représentés au sein du conseil d'administration de la FIN, et notamment : les constructeurs de bateaux, les équipementiers, les motoristes.
6. La FIN a pour mission de défendre et de promouvoir les intérêts de la filière nautique française. Selon l'article 3 de ses statuts (cotes 141 à 148), la FIN « *a pour objet [...] : 1 - Le développement du nautisme par tous moyens appropriés, tels que actions promotionnelles et patronage de toutes manifestations en faveur de l'industrie nautique, de la navigation de plaisance et de commerce ou fluviale et à cet effet, la détention de droits sociaux dans une ou plusieurs entreprises aptes à accomplir les actes nécessaires à la réalisation des objectifs visés tant au présent alinéa qu'aux paragraphes suivants . [...] 10 - La création, la direction et le contrôle de toute organisation d'intérêt professionnel commun.* »
7. La FIN est impliquée dans la tenue des salons nautiques en France. À titre illustratif, elle organise le salon nautique de Paris, dénommé « *Le Nautic* », qui est directement géré par sa filiale « *Nautic Festival SA* ». « *Le Nautic* » est un salon à terre, accueillant essentiellement la petite et la moyenne plaisance, c'est-à-dire des bateaux d'une longueur allant de 5 à 10 mètres. La FIN prend également part à l'organisation du Festival International de la Plaisance de Cannes (« *le Yachting* »), salon à flot, accueillant principalement de la grande plaisance, c'est-à-dire des bateaux d'une longueur allant de 10 à 50 mètres. Selon la FIN, la part des exposants communs aux deux salons serait relativement faible, soit 26 %. De plus, l'origine géographique des visiteurs serait sensiblement différente. En effet, 47 % des visiteurs du Yachting seraient étrangers, contre moins de 10 % pour « *Le Nautic* ». La part des exposants du Yachting par ailleurs adhérents de la FIN serait de l'ordre de 16 % aujourd'hui, contre 21 % environ en 2012.

### 2. REED EXPOSITIONS FRANCE

8. REF est la filiale française de Reed Exhibitions, leader mondial de l'organisation de foires et salons qui détient environ 10 % de parts de marché au niveau mondial (Étude Xerfi, Les foires et salons, Code 7COM11, Février 2017) et qui appartient au groupe anglo-néerlandais RELX.
9. REF est spécialisée dans « *la conception, la promotion et l'organisation* » de foires et salons à destination des professionnels et du grand public. En outre, REF développe des plateformes internet destinées à l'information des entreprises, telles que « *l'observatoire de la franchise* ».
10. L'entreprise organise une cinquantaine d'événements en France (cotes 2915 à 3245), et représente près de vingt secteurs différents. À titre d'exemple, REF organise des salons tels que la Fiac dans le secteur de l'art, le Pullotec dans le secteur de l'environnement et le SITL dans le secteur des transports.

11. REF compte parmi les trois plus importants acteurs du marché français de l'organisation de foires et salons, les deux autres leaders étant les sociétés Comexposium et GL Events (voir la décision de l'Autorité de la concurrence n° [15-DCC-82](#) du 8 juillet 2015 relative à la prise de contrôle conjoint de Comexposium Holding SA par Watling Street Capital Partners LLP et la Chambre de Commerce et d'Industrie de Région Paris-Île-de-France).
12. En 2015, REF a réalisé un chiffre d'affaires de 147,6 millions d'euros, pour un taux de résultat net de 11,6 %.

## C. LES SECTEURS D'ACTIVITÉ CONCERNÉS

### 1. LE MARCHÉ DE L'ORGANISATION DES FOIRES ET SALONS

13. Le premier alinéa de l'article L. 762-2 du code de commerce définit un salon professionnel comme « *une manifestation commerciale consacrée à la promotion d'un ensemble d'activités professionnelles réservée à des visiteurs justifiant d'un titre d'accès payant ou gratuit. Il ne propose à la vente sur place que des marchandises destinées à l'usage personnel de l'acquéreur, dont la valeur n'excède pas un plafond fixé par décret* ».
14. Les foires et salons rassemblent des exposants et des visiteurs dans l'optique de générer des ventes, contrairement aux congrès, qui réunissent des professionnels d'un même secteur dans le but de favoriser des échanges essentiellement intellectuels. Cette finalité différente n'implique pas le même mode d'organisation, notamment s'agissant du choix du type de site devant accueillir l'évènement.
15. Les foires et salons sont particulièrement importants tant pour la notoriété que pour le dynamisme commercial des petites entreprises. En effet, la plupart des exposants sont des entreprises employant moins de cinquante salariés et réalisant un chiffre d'affaires annuel ne dépassant pas 4 millions d'euros. La majorité des exposants renouvelle sa participation à un salon d'une année sur l'autre.
16. Les organisateurs de foires et salons peuvent être des organismes publics, semi-publics ou privés, généralistes ou spécialistes. La mise en place d'un salon nécessite, pour l'organisateur, de faire appel à un gestionnaire de site ainsi qu'à des prestataires de services ayant pour mission, notamment, d'installer les stands et de prendre en charge la communication.
17. Les recettes des organisateurs de foires et salons sont générées principalement par la location des stands aux exposants et par le paiement d'un droit d'entrée par les visiteurs. Les principaux coûts associés à l'organisation d'un tel évènement sont la location du site, la communication et la sous-traitance de diverses prestations telles que l'installation générale, la sécurité et la restauration.

### 2. LE MARCHÉ DE LA CONSTRUCTION DE BATEAUX DE PLAISANCE

18. Les bateaux de plaisance sont définis comme « *des navires destinés à des usages récréatifs et sportifs. Trois grandes catégories peuvent être distinguées : les bateaux à moteur, les voiliers et les bateaux de plaisance avec d'autres modes de propulsion* » (cotes 4020 à 4268).

19. Trois types d'acteurs sont présents sur ce marché : les constructeurs de bateaux, les équipementiers, les distributeurs d'embarcations et de matériels de navigations.
20. Les constructeurs de bateaux rassemblent les chantiers navals et des fabricants d'autres embarcations tels que les kayaks. La France est particulièrement positionnée sur le segment des voiliers haut de gamme, avec des leaders du marché comme les sociétés Bénéteau et, dans une moindre mesure, Fontaine Pajot et Dufour Yachts. Les salons nautiques constituent une vitrine privilégiée pour les constructeurs, soucieux de faire découvrir et de vendre leur nouvelle production, parallèlement aux canaux de diffusion usuels que sont les concessionnaires et succursalistes.
21. Les équipementiers sont des fabricants d'accastillage et de divers autres équipements tels les pièces de rechange, vendus aux constructeurs de bateaux et aux propriétaires. Parmi les grands équipementiers figurent les sociétés Wichard et NV Equipment.
22. Les distributeurs d'embarcations et de matériel de navigation disposent de réseaux tels que les concessionnaires, les succursalistes et les brokers, qui assurent la vente au consommateur final. Les sociétés Yamaha et Sunseeker sont d'importants distributeurs mais de nombreux acteurs locaux sont également présents sur ce marché.
23. Entre 1995-2007, la demande de construction de bateaux de plaisance en France a connu une forte croissance liée à la démocratisation des loisirs nautiques, au « *papy-boom* » et au développement d'une classe moyenne dans les pays émergents.
24. Après 2008, ce secteur a rencontré d'importantes difficultés économiques. En effet, entre 2008 et 2009, la production française de bateaux de plaisance a chuté de plus de 40 %, tandis que le taux de défaillance d'entreprises augmentait sensiblement.
25. Depuis 2015, l'activité reprend. En 2016, la production française de bateaux de plus de 12 mètres et des yachts de luxe a augmenté de 15 %, en raison de la demande à l'exportation et de l'augmentation du prix des bateaux. Une nouvelle hausse d'environ 10 % est à prévoir pour l'année 2017.

#### **D. L'HISTORIQUE DES RELATIONS CONTRACTUELLES ENTRE LA FIN ET REF ET LES PRATIQUES ALLÉGUÉES**

##### **1. LE CONTENU DES CONTRATS**

26. Trois contrats successifs ont été conclus entre la FIN et REF pour l'organisation du *Nautic* et du *Yachting*, respectivement en date du 5 mars 1998, du 31 juillet 2007 et du 15 novembre 2011.

##### **a) Le contrat du 5 mars 1998**

27. A compter de 1996, la FIN a concédé l'organisation technique du salon Nautique International de Paris à la société Reed OIP. Par convention du 5 mars 1998, la FIN a concédé à cette société l'organisation technique et la gestion du 38<sup>ème</sup> Salon Nautique International de Paris qui s'est déroulé du 4 au 14 décembre 1998. L'article 6 du contrat prévoyait, en contrepartie de cette concession, le versement à la FIN d'une redevance égale à l'excédent net du compte d'exploitation du salon.

28. Selon l'article 2 du contrat, REF était chargée « *des opérations relatives à la location des halls d'expositions, aux inscriptions des exposants, aux installations techniques et aux aménagements des Salons, à la souscription des assurances nécessaires, au recouvrement des loyers et à la perception des droits d'entrée. L'Organisateur Technique assume, en outre, la responsabilité incombant au Commissariat des Salons, en ce qui concerne notamment le personnel d'accueil, la police de la manifestation et les mesures de sécurité* ».
29. L'article 3 imposait à REF de se conformer aux directives de la FIN en ce qui concerne notamment la politique générale du Salon et les objectifs de la manifestation, le lieu, l'époque et la durée du Salon, l'admission des exposants, l'attribution des surfaces et des emplacements, les tarifs de location des stands, des droits d'entrée du public et les remises accordées aux exposants.
30. Par un avenant du 8 octobre 1998, la FIN a concédé dans les mêmes conditions à Reed OIP qui venait d'acquérir la totalité des parts de la société SEPA, organisatrice du Yachting, l'exploitation du *Nautic* et du *Yachting* pour une durée de cinq ans, qui a été prolongée automatiquement de 5 années supplémentaires. Selon le préambule de cet avenant, la volonté des deux parties était de « *poursuivre des relations satisfaisantes : afin de permettre à Reed OIP d'amortir sur une durée suffisamment longue l'effort financier consenti par elle pour l'acquisition de la société SEPA et pour que la FIN soit justement rémunérée de l'accord donné à Reed d'organiser le Festival International de Plaisance de Cannes* ». Dans le cadre de cet avenant, REF garantissait à la FIN une redevance minimum de 7 millions de francs hors taxe, qui devait être versée sauf si le nombre de m<sup>2</sup> loués globalement pour les deux salons de Paris et de Cannes baissait de plus de 15 % par rapport à une année de référence.
31. L'article 4 de cet avenant stipulait qu'en cas de non-renouvellement du contrat ou de l'avenant aux mêmes conditions entre la FIN et Reed OIP, la FIN concéderait à Reed OIP et à sa filiale SEPA pour une durée de vingt ans à compter de la date de fin du contrat, l'exploitation pleine et entière du *Yachting* en contrepartie d'une redevance de 5 % calculée sur le montant hors taxe de toutes les recettes encaissées au titre de cette manifestation.

#### **b) Le contrat du 31 juillet 2007**

32. Un nouveau contrat a été signé entre la FIN et REF, anciennement Reed OIP, le 31 juillet 2007, dans un contexte de pleine croissance du secteur nautique.
33. A cette période, *le Yachting* continuait de se développer et *le Nautic* connaissait toujours un grand succès. La redevance perçue par la FIN au titre du *Nautic* était deux fois supérieure à celle que lui versait REF au titre du *Yachting*. Entre 2000 et 2008, les recettes de ces deux salons ont augmenté fortement, passant d'un peu plus de 10 millions d'euros en 2000 à près de 25 millions d'euros en 2008.
34. La concession de l'organisation technique des salons de Paris et de Cannes a été renouvelée dans les mêmes conditions que précédemment, et ce à compter de 2008, pour une durée de dix ans et étendue au Salon « *Maritima* » pour la même durée. La redevance minimale a été fixée à 2,5 millions d'euros.
35. La clause d'exclusivité post-contractuelle stipulée à l'article 4 de l'avenant au contrat du 5 mars 1998 a été reprise aux articles 9.2 et 9.3 du contrat du 31 juillet 2007. Ces clauses



ne s'appliquent qu'au Yachting et englobent l'hypothèse d'une résiliation du contrat par la FIN. En outre, la durée d'application de ces clauses a été réduite à dix ans.

### **c) Le contrat du 15 novembre 2011**

36. Le 15 novembre 2011, la FIN et REF ont renégocié les termes du contrat du 31 juillet 2007, dans un contexte de crise du secteur nautique, ayant entraîné une forte baisse des deux sources principales de recettes de la FIN.
37. En effet, la redevance perçue par la FIN au titre des salons et les cotisations des adhérents, qui représentent respectivement environ 65 % et 30 % des recettes totales de l'association, ont diminué de plus de 30 % sur la période 2008-2011 (cotes 4541 et 5212). *Le Nautic* a été particulièrement affecté par la crise. Toutefois, jusqu'en 2012, les redevances perçues par la FIN au titre de ce salon ont été plus importantes que celles du Yachting (cote 4945).
38. Parmi les modifications apportées au contrat de 2007 figurent :
  - l'abaissement du seuil au-delà duquel le minimum garanti n'est plus dû à la FIN : la référence pour le calcul de la baisse de 15 % des m<sup>2</sup> loués n'est plus l'édition de 2007 (116 789 m<sup>2</sup>) mais celle de 2011 (91 040 m<sup>2</sup>) ;
  - l'abaissement du montant de la redevance minimum : elle passe de 2,5 millions d'euros à 1,35 million d'euros ;
  - l'allongement de la période d'exclusivité post-contractuelle : elle passe de 10 à 20 ans.
39. Ces nouvelles dispositions ont permis d'enrayer la baisse du montant perçu par la FIN au titre des salons puisque, grâce à l'abaissement du seuil de déclenchement de la redevance minimum, la FIN peut à nouveau percevoir le minimum garanti, soit 1,35 million d'euros.

## **2. LA RÉSILIATION DU CONTRAT DE 2011**

40. Les contrats successifs conclus entre la FIN et REF l'ont été en « considération expresse » de la personne de M. X..., alors directeur général de pôle au sein de REF. Une procédure d'agrément par la FIN du nouveau directeur général de Pôle était prévue en cas de cessation de fonctions de M. X... pour quelque cause que ce soit.
41. En 2016, le départ de M. X... suivi de l'échec de la procédure d'agrément de son successeur a conduit la FIN à résilier le contrat.
42. En conséquence, du fait de la résiliation anticipée du contrat et conformément à ses stipulations, l'exploitation du *Yachting* a été confiée à REF jusqu'en 2041, en contrepartie d'une redevance annuelle de 5 % des recettes du salon reversée à la FIN. En outre, la FIN assure seule, dorénavant, l'organisation technique du *Nautic*.
43. C'est dans ce nouveau contexte post-contractuel que la FIN a saisi l'Autorité.

## II. Discussion

44. L'article L. 462-8 du code de commerce prévoit que l'Autorité de la concurrence peut : « *rejeter la saisine par décision motivée lorsque les faits invoqués ne sont pas appuyés d'éléments suffisamment probants* ». En outre, l'article R. 464-1 du même code dispose que : « *la demande de mesures conservatoires mentionnée à l'article L. 464-1 ne peut être formée qu'accessoirement à une saisine au fond de l'Autorité de la concurrence.* ».

### A. LES MARCHÉS PERTINENTS CONCERNÉS PAR LA PRATIQUE

45. Deux marchés, sur lesquels la FIN intervient directement ou indirectement, peuvent être distingués : le marché de l'organisation des salons nautiques et le marché de la construction de bateaux de plaisance.

#### 1. LE MARCHÉ DE L'ORGANISATION DES FOIRES ET SALONS

##### a) Le marché de biens et services

46. Dans sa décision n° [15-DCC-82](#) du 8 juillet 2015, l'Autorité a distingué le marché de l'organisation des foires et salons de celui de l'organisation d'autres événements tels que les congrès, les expositions, les colloques ou les conventions. Elle a relevé que les foires et les salons répondaient à la demande d'un groupement d'entreprises, éventuellement représentées par une fédération professionnelle, tandis que les congrès ciblaient plutôt les besoins d'une seule organisation telle qu'une société savante, un organisme public ou parapublic, un centre de recherche ou une entreprise spécifique. L'Autorité a par ailleurs constaté que les entreprises prestataires étaient spécialisées dans l'une ou l'autre de ces deux activités qui requièrent des savoir-faire assez différents.
47. En outre, l'Autorité a exclu certaines segmentations supplémentaires du marché. En particulier, elle a refusé de distinguer l'organisation des foires de celle des salons, et de tenir compte de la composition des publics ou de la taille de la manifestation.
48. Il n'y a pas lieu de remettre en cause cette définition de marché en l'espèce.
49. En France, en 2015, les foires et salons ont généré un chiffre d'affaires de 30,5 milliards d'euros. Le marché français est un marché mature, marqué par une croissance modérée (cotes 2915 à 3245). Il est constitué, à plus de 90 %, de très petites entreprises, ces dernières réalisant moins de 50 % du chiffre d'affaires total. Le marché est dominé par trois entreprises privées généralistes : GL Events, REF et Comexposium.
50. Il est à noter que depuis 2017, la FIN intervient directement sur ce marché au travers de sa filiale, Nautic Festival SA, dédiée à l'organisation du *Nautic*.

##### b) Le marché géographique

51. Dans sa décision n° 15-DCC-82, l'Autorité a relevé « *qu'une implantation nationale était essentielle pour toucher les organisations professionnelles clientes des organisateurs de foires et salons* ». L'Autorité y retient une dimension nationale du marché de l'organisation de

foires et salons, même si les organisateurs étrangers exercent une concurrence potentielle sur les acteurs nationaux.

52. Il n'y a pas lieu de remettre en cause la délimitation nationale au cas d'espèce.

### **c) Le segment de l'organisation de salons nautiques**

53. Selon la FIN, il existerait un segment de marché dédié à l'organisation des salons nautiques.

54. Du côté de la demande, la participation aux salons nautiques constitue, selon la FIN, le canal de distribution privilégié pour un constructeur de bateaux de plaisance et un investissement significatif pouvant s'élever jusqu'à 5 % de son chiffre d'affaires (coût de déplacement des bateaux, logement, etc.) (cote 4514). Ces éléments expliqueraient l'implication fréquente des fédérations nautiques dans l'organisation des salons nautiques, en France comme en Europe.

55. REF estime que, du côté de l'offre, un organisateur généraliste dispose de toutes les compétences requises pour prendre en charge ce type d'évènement. En pratique, on recense effectivement en Europe aussi bien des salons nautiques organisés par des organismes généralistes, privés (Reed, Informa) et publics (Messe Düsseldorf GmbH), que par des organismes spécialisés (association Grand Pavois).

56. En conclusion, pour les besoins du présent cas et conformément à la pratique décisionnelle, un marché de l'organisation des foires et salons, de dimension nationale, peut être retenu, tout en reconnaissant qu'il est possible que ce dernier contienne un segment plus restreint dédié à l'organisation des salons nautiques, auquel une attention particulière pourrait être accordée dans le cadre de l'analyse d'effets potentiels sur la concurrence.

## **2. LE MARCHÉ DE LA CONSTRUCTION DE BATEAUX DE PLAISANCE**

### **a) Le marché de biens et services**

57. Selon la FIN, il existerait un marché de la construction des bateaux de plaisance.

58. Une délimitation plus fine de ce marché, selon le type, la taille ou le prix des bateaux ne peut à ce stade être exclue. Néanmoins, au cas d'espèce, une segmentation de ce type ne semble pas utile, dans la mesure où les effets des pratiques sont allégués sans plus de précisions à l'encontre des bateaux présents sur *le Yachting*.

59. En conséquence, au cas d'espèce, le marché affecté par les pratiques serait celui de la construction de bateau de plaisance, et à l'intérieur de celui-ci l'activité relative à l'ensemble des bateaux présents sur *le Yachting*, c'est-à-dire les bateaux de plaisance de tous types tels les monocoques, les multicoques et les bateaux à moteurs, d'une taille pouvant aller jusqu'à 50 mètres et dont le prix est situé en milieu ou haut de gamme.

### **b) Le marché géographique**

60. Les constructeurs de bateaux de plaisance réalisent plus de la moitié de leur chiffre d'affaires grâce aux exportations.

61. En outre, les salons nautiques, qui sont un canal de distribution important pour les constructeurs, et *le Yachting* en particulier, présentent un caractère international marqué.

En effet, la part des exposants étrangers sur *le Yachting* est en croissance constante sur la période récente. Elle est ainsi passée d'environ 46 % en 2010 à près de 60 % en 2016. De plus, les exposants du Yachting participent à d'autres salons nautiques situés non seulement en Europe mais aussi dans le reste du monde (cote 1250).

62. Il existe donc une concurrence internationale entre les salons nautiques afin d'attirer les exposants, bien que certains salons aient un périmètre géographique plus restreint.
63. De plus, si l'origine géographique des visiteurs est plus incertaine, REF estime toutefois, à partir d'un échantillon, qu'environ 50 % des visiteurs du Yachting proviennent d'Europe ou du reste du monde (cote 4388).
64. En conséquence, le marché de la construction de bateaux de plaisance peut être considéré comme étant de dimension internationale.

## **B. LES PRATIQUES ALLÉGUÉES**

### **1. LES PRINCIPES APPLICABLES**

65. Le second alinéa de l'article L. 420-2 du code de commerce dispose qu'« *est en outre prohibée, dès lors qu'elle est susceptible d'affecter le fonctionnement ou la structure de la concurrence, l'exploitation abusive par une entreprise ou un groupe d'entreprises de l'état de dépendance économique dans lequel se trouve à son égard une entreprise cliente ou fournisseur. Ces abus peuvent notamment consister en refus de vente, en ventes liées ou pratiques discriminatoires visées à l'article L. 442-6 ou en accord de gamme* ».
66. L'abus de dépendance économique suppose donc la réunion de trois conditions cumulatives : l'existence d'une situation de dépendance économique d'une entreprise à l'égard d'une autre, une exploitation abusive de cette situation et une affectation, réelle ou potentielle du fonctionnement ou de la structure de la concurrence sur le ou les marchés considérés. En l'absence de l'une de ces trois conditions, l'abus de dépendance économique allégué n'est pas établi.

### **2. APPLICATION AU CAS D'ESPÈCE**

67. La FIN estime que REF aurait exploité abusivement l'état de dépendance économique dans lequel elle se trouvait vis-à-vis de ce dernier. Elle considère que cette situation serait de nature à affecter le marché de l'organisation des foires et salons, celui de la construction de bateaux de plaisance et, de manière plus générale, l'ensemble de la filière nautique française.

#### **a) Sur l'affectation du marché de l'organisation des foires et salons**

68. Selon la FIN, les clauses d'exclusivité post-contractuelles introduites dans le contrat du 15 novembre 2011 auraient une incidence sur le marché de l'organisation des foires et salons, en privant les concurrents de REF, et en particulier la FIN, de toute possibilité d'organiser *le Yachting* jusqu'en 2041.
69. Néanmoins, il ne ressort pas des pièces du dossier que la concurrence sur le marché de l'organisation des foires et salons serait affectée par le seul fait que REF assure désormais

l'organisation pleine et entière du *Yachting*, conformément à la clause d'exclusivité post-contractuelle prévue au contrat signé avec la FIN.

70. De plus, les organisateurs de foires et salons sont, pour l'essentiel, des opérateurs généralistes qui disposent d'un portefeuille diversifié de clients et d'événements. Aussi, la circonstance que REF assure désormais la pleine et entière l'organisation du *Yachting*, fusse pour une période particulièrement longue, est sans incidence notable sur leur capacité à demeurer des acteurs de ce marché.
71. Enfin, la très forte notoriété internationale du *Yachting* n'interdit pas pour autant la création d'un nouvel événement par un organisateur de salons, à l'image du lancement en 2017 du salon de Viareggio en Italie.
72. Il résulte de ce qui précède qu'aucun impact sur la concurrence induit par la pratique alléguée n'est démontré s'agissant du marché de l'organisation des foires et salons.

### **b) Sur l'affectation du marché de la construction de bateaux de plaisance**

73. La FIN, syndicat professionnel représentant ses membres, n'est pas un acteur direct du marché de la construction des bateaux de plaisance. La FIN fait cependant état de plusieurs risques pour ses membres, liés aux nouvelles orientations stratégiques envisagées par REF à la suite de la résiliation du contrat et en exécution de sa clause d'exclusivité. En particulier, elle craint que REF ne rehausse substantiellement ses tarifs pour les exposants et délocalise la petite et moyenne plaisance dans un port moins accessible au public, en l'occurrence le Port Canto, ce qui contribuerait à la marginaliser du salon (cote 1051).
74. Toutefois, les risques allégués par la FIN au préjudice de ses membres ne sont étayés d'aucun élément factuel précis produit à l'appui de sa saisine, si ce n'est le constat d'un changement possible de stratégie commerciale de REF dans l'organisation à venir du *Yachting*. En effet, le rapport d'analyse économique produit par la FIN se borne à constater, sans plus de précision, que « *la politique d'ores et déjà envisagée par Reed, (...), diffère ainsi considérablement de celle appliquée par la FIN jusqu'à présent. La mise en œuvre de ce nouveau modèle nécessitera plusieurs réaménagements dans l'organisation du salon, susceptibles de porter atteinte à la filière nautique française* » (cote 133).
75. Il n'appartient pas, à ce stade, à l'Autorité de se prononcer sur la pertinence de toute nouvelle stratégie qui serait mise en œuvre par REF pour organiser *le Yachting*, sauf à démontrer la réalité de pratiques ayant un effet anticoncurrentiel, consistant par exemple à fixer, en l'absence de contrepouvoir des clients, des prix abusivement élevés ou à discriminer sans justification objective des constructeurs nautiques se trouvant pourtant dans une situation similaire.
76. À cet égard, la saisissante n'apporte aucun élément de nature à établir de tels effets. Elle ne précise notamment pas si les pratiques qu'elle dénonce conduiraient à affecter spécifiquement les membres de la filière nautique française, les constructeurs de bateaux de plaisance ou les autres métiers de la filière, les constructeurs français ou les constructeurs étrangers, les petits ou les gros acteurs, les fabricants de voiliers ou les fabricants de bateaux à moteur ou encore les acteurs ayant un positionnement haut de gamme ou les autres acteurs.
77. Or, l'examen de l'importance relative du *Yachting* pour l'activité d'un constructeur de bateaux de plaisance, et celle des alternatives à ce salon s'offrant à lui, pourrait être différent selon le type de bateaux qu'il propose et selon son positionnement de gamme.

78. Il résulte de ce qui précède, et sans qu'il soit besoin de se prononcer sur l'existence d'un état de dépendance économique de la FIN vis-à-vis de REF ou d'une exploitation abusive de cet état par REF, qu'aucune affectation de la concurrence sur le marché de la construction des bateaux de plaisance n'est démontrée en l'état actuel du dossier.

### **III. Conclusion**

79. Il résulte de l'ensemble de ce qui précède que les faits invoqués par la FIN dans le cadre de la présente saisine ne sont appuyés d'aucun élément suffisamment probant de nature à démontrer l'existence de pratiques anti-concurrentielles.
80. Cette conclusion ne préjuge pas de l'analyse à laquelle pourrait se livrer l'Autorité si de nouveaux éléments relatifs au comportement de REF vis-à-vis d'acteurs de la filière nautique ou bien d'organismes de foires et salons étaient portés à sa connaissance.
81. Il convient donc, en l'état du dossier, de faire application des dispositions de l'article L. 462-8 du code de commerce et de rejeter la saisine enregistrée sous le numéro 17/0112 F et, par voie de conséquence, la demande de mesures conservatoires enregistrée sous le numéro 17/0113 M.

## DÉCISION

**Article 1<sup>er</sup>** : La saisine enregistrée sous le numéro 17/0112 F est rejetée.

**Article 2** : La demande de mesures conservatoires enregistrée sous le numéro 17/0113 M est rejetée.

Délibéré sur le rapport oral de Mme Lucile Fournereau et de M. Edouard Leduc, rapporteurs, et l'intervention de M. Umberto Berkani, rapporteur général adjoint, par M. Emmanuel Combe, vice-président, président de séance, Mme Claire Favre et M. Thierry Dahan, vice-présidents.

La secrétaire de séance,

Le président de séance,

Claire Villeval

Emmanuel Combe

---

© Autorité de la concurrence