

CONSEIL DE LA CONCURRENCE

Décision n° 00-D-85 du 20 mars 2001 relative à des pratiques mises en œuvre dans le secteur de la distribution du chlorate de soude

Le Conseil de la concurrence (section III),

Vu la lettre enregistrée le 17 avril 1996 sous le numéro F 867, par laquelle le ministre délégué aux finances et au commerce extérieur a saisi le Conseil de la concurrence de pratiques mises en œuvre dans le secteur des désherbants et plus précisément dans la distribution du chlorate de soude ;

Vu le livre IV du code de commerce et le décret n° 86-1309 du 29 décembre 1986 modifié, pris pour l'application de l'ordonnance n° 86-1243 du 1^{er} décembre 1986 ;

Vu les observations présentées par les sociétés Celloplast, dénommée société Mayenne de produits chimiques à compter du 28 juillet 2000, De Sangosse, à titre personnel, ainsi que pour les sociétés Somagri Magri et Orchidis Jardin dont elle a repris les activités, Société des produits chimiques de Pontivy (SPCP), Multi-Appros, Dispagri, J. Gysel, CDP Garros, Cocipa, ainsi que par l'UNCAA (Union nationale des coopératives agricoles d'approvisionnement) et les sociétés Auchan, Carrefour France, Centrale internationale de marchandises, Galec, Marchandises générales international (ITM), anciennement dénommée Bricomarchandises France puis Bricomarchandises-International, Leroy Merlin, Gamm Vert et Castorama ;

Vu les observations présentées par le commissaire du Gouvernement ;

Vu les autres pièces du dossier ;

Le rapporteur, le rapporteur général, le commissaire du Gouvernement et les représentants des sociétés Mayenne de produits chimiques (ex. Celloplast), SPCP (Société des produits chimiques de Pontivy), Dispagri, De Sangosse, Multi-Appros, CDP Garros, Cocipa, l'UNCAA (Union nationale des coopératives agricoles d'approvisionnement), Auchan, Carrefour France, Centrale internationale de marchandises, Marchandises générales international (ITM), puis Bricomarchandises-International, Leroy Merlin, Truffaut, Tripode, (dénommée Jardiland depuis le 1^{er} janvier 2000), Gamm Vert, entendus au cours de la séance du 12 décembre 2000, les sociétés Galec et J. Gysel ayant été régulièrement convoqués ;

Adopte la décision fondée sur les constatations (I) et sur les motifs (II) ci-après exposés :

I. - Constatations

a. - les caractéristiques générales du secteur des désherbants

Les produits

La famille des herbicides comprend des produits de nature très différente, en fonction des molécules chimiques qui les composent. On distingue généralement ces produits selon leur action sur les végétaux :

- les désherbants totaux qui détruisent tous les végétaux à leur contact ;
- les désherbants sélectifs qui épargnent certaines plantes.

Ces deux catégories de produits répondent à des usages spécifiques et ne sont pas substituables. La famille des désherbants totaux comprend le chlorate de soude et un certain nombre de produits à base de glyphosates, d'aminotriazole, de diuron ou d'atrazine, vendus sous différentes marques (Fertiligène KB, SEM, Round'up de Monsanto, etc.).

Les désherbants sont commercialisés pour l'essentiel au stade du détail par les grandes surfaces à dominante alimentaire, par les grandes surfaces spécialisées et par les coopératives agricoles.

La société Elf-Atochem est le principal fabricant français de chlorate de soude, produit principalement utilisé pour le blanchiment du papier.

La distribution du chlorate de soude fabriqué par Elf-Atochem est effectuée par la société Celloplast, filiale à 100 % d'Atochem. En 1993, la société Celloplast, ne disposant pas d'un réseau de vente directe, a élaboré une politique commerciale qui s'appuie essentiellement sur une régionalisation de la distribution par l'intermédiaire d'une dizaine de grossistes-distributeurs de proximité, qui ont notamment pour fonction d'effectuer le stockage du produit : en effet, la transcription en droit français des directives communautaires relatives aux conditions de stockage et de transport des produits phytosanitaires, dont le chlorate de soude soumis aux normes " Seveso ", ont nécessité la mise en conformité des installations de stockage des grossistes intervenant dans ce secteur. Les plates-formes de distribution appartenant aux grandes enseignes de la distribution au détail n'ont pas, pour la plupart d'entre elles, suivi ces mutations.

Les grossistes sont tenus informés des référencements obtenus par la société Celloplast auprès des centrales d'achat et sont destinataires des commandes des magasins affiliés à ces centrales. Ils distribuent, en outre, le chlorate de soude Elf-Atochem dans les autres circuits de distribution. Ils assurent la facturation des quantités qu'ils livrent aux divers distributeurs, à l'exception des clients livrés directement par la société Celloplast, tel l'UNCAA, mais y compris la facturation des livraisons effectuées par d'autres grossistes dans leur zone géographique d'intervention.

Les distributeurs de proximité sélectionnés par la société Celloplast, à l'époque des faits, sont les sociétés :

Orchidis Jardin, SPCP, De Sangosse, Somagri/Magi France, Cocipa, J. Gysel, Sane/Dagril, Dispagri, CDP Garros.

En dehors de ce réseau de grossistes-distributeurs de proximité, la société Celloplast approvisionne également quelques autres grossistes : les facturations sont alors effectuées par les grossistes-distributeurs de proximité.

S'agissant de la grande distribution, la société Celloplast négocie directement avec les acheteurs les conditions de référencement de son produit et les conditions différées qu'elle accorde sur la base de ses propres prix de vente.

B. - Les pratiques relevées

Les pratiques tarifaires

a) Les relations commerciales de la société Celloplast avec les grossistes distributeurs de proximité

La société Celloplast élabore et diffuse des tarifs de revente du chlorate de soude, dits "*tarifs de base CP9x*" (CP, pour campagne printemps et l'année de la saison à venir). Elle diffuse son tarif à l'ensemble de sa clientèle de revendeurs-distributeurs de proximité, autres grossistes ou sociétés d'approvisionnement et de services et coopératives. Il est joint aux courriers confirmant ses conditions commerciales ; il détermine le niveau du prix d'achat de ceux-ci, calculé en déduisant de ce tarif de base les remises consenties.

L'accord de distribution mis en place à l'occasion de la saison "*jardin 1993*" par la société Celloplast est explicite quant à la définition qu'elle donne des prix de revente minimum qui seront facturés par les distributeurs-grossistes de proximité :

" Revente/Refacturation

La refacturation minimum est de :

Base CP 93 (colonne + 5 pal) - remise pré-saison ou promotion, exemple : 5 kg minimum 46,70 francs - 10 % (JFM) = 42,03 net "

Selon les déclarations des professionnels, les mois de janvier, février et mars (JFM), période de promotion du chlorate de soude, correspondent à la période d'utilisation la plus propice pour obtenir une meilleure efficacité du produit.

Les éléments suivants sont relatifs à l'interprétation donnée par les distributeurs aux tarifs diffusés par Celloplast :

- Les déclarations de différents responsables des sociétés grossistes distributeurs de proximité qui reconnaissent appliquer exactement les prix de revente fixés par la société Celloplast, ainsi :
- la société Orchidis : "*Nous recevons nos instructions commerciales de nos principaux fournisseurs, dont MONSANTO, Rhône-Poulenc, Nortère, Elf-Atochem [...] et appliquons leurs conditions qui ont été préalablement négociées en centrales d'achat [...].*

nous nous contentons donc d'appliquer les tarifs communiqués par ces fournisseurs.

Nous n'avons pas de contrat de coopération commerciale avec ces fabricants, mais nous avons des accords sous la forme de courriers confirmant les conditions de notre collaboration, et les taux de remises qui nous sont consentis pour l'année à venir. De fait nous n'avons pas de tarif propre "

- la société Cocipa : "*Concernant nos prix de revente, ces derniers sont établis sur la base des tarifs revendeurs qui nous sont communiqués par les fabricants. A ces tarifs de base s'ajoutent les promotions*

que nous sommes tenus de respecter.

S'agissant de notre fonction de distributeur en chlorate de soude, nous sommes rémunérés sur la base d'une remise de 16 % sur le tarif de base, sur facture, et une remise de fin d'année de 5 %.

Nos prix de revente sont les prix du tarif de base Celloplast-Elf Atochem [...].

nous sommes par ailleurs informés par Celloplast des référencements centrales obtenus et des prix d'achat négociés, hors RFA et autres conditions auxquels nous devons facturer "

- la société De Sangosse : " *nous facturons toujours au tarif fournisseur moins les remises promotionnelles. Nous n'avons pas de conditions de vente propres en ce qui concerne le chlorate de soude "*
- la société Gysel : " *S'agissant de notre tarif de revente, il est pour nos principaux fournisseurs, lorsque nous officions en tant que distributeur, la reproduction des tarifs revendeurs qui nous sont communiqués. Pour ce qui est du chlorate de soude, nous appliquons une remise de 10 % en permanence sur le tarif revendeur "*

Pendant, les facturations effectuées par la société Gysel indiquent que cette remise est calculée sur un tarif propre à cette société et le prix net facturé est, en fin de compte, très exactement celui du tarif de base fourni par la société Celloplast.

- la société SPCP : " *Notre tarif de revente concernant ce produit est la reproduction du tarif de base qui nous est communiqué par Celloplast "*
- la société CDP Garros : " *S'agissant de Celloplast, nous avons un accord de distribution pour le chlorate de soude, signé en octobre 1992.*

Nous appliquons les conditions prévues par ce contrat et le tarif qui nous est communiqué par Celloplast "

- la société Dispagri : " *S'agissant par exemple du chlorate de soude, notre prix de revente est le prix tarif revendeur qui nous est communiqué par Celloplast, notre fournisseur "*

- Les termes de la télécopie adressée le 12 novembre 1992, par la société Celloplast à cette dernière :

" nous sommes à ce jour certains de plusieurs référencements nationaux auprès des centrales listées ci-dessous.

Toutes ces enseignes sont à facturer aux conditions 1993 [...] c'est—à-dire :

base colonne 5 palettes et + : - 10 % de pré-saison janvier-février-mars 93 "

- Un courrier en date du 29 octobre 1993, adressé par la société Celloplast, à la Société d'approvisionnement du Plateau central Rouergue-Auvergne-Gévaudan-Tarnais (Ragt) grossiste, concernant des conditions de vente du chlorate de soude pour l'année 1994 :

*" Les conditions B (conditions activité gros Toulouse Balma) s'entendent avec **un respect total des conditions de***

revente, à savoir :

tarif net CP 94 moins remises du plan de promotion

exemple : 5 kg net 46,70 francs

promo 1^{er} trimestre - 10 %

net minimum 42,03 francs "

Soit un prix TTC de 42,03 F x 1,1860 = 49,90 F, correspondant aux prix figurant dans les différents catalogues diffusés au public par les distributeurs pour la campagne promotionnelle 1994.

- Les recommandations de la société Celloplast, qui concernent les remises susceptibles d'être accordées aux revendeurs et qui accompagnent la communication du prix de revente minimum :

" Tous les accords centrales seront négociés et pris en charge par Celloplast, et nous vous encourageons à confirmer vos accords RFA (remises fin d'année) particuliers avec le libellé : HORS DESHERBANT TOTAL CHLORATE DE SOUDE ELF-ATOCHEM "

b) Les relations commerciales de la société Celloplast avec les centrales d'achat et de référencement

- Les courriers adressés aux différentes centrales d'achat, chaque année, pour confirmer les conditions commerciales qui sont consenties par la société Celloplast, comportent systématiquement une mention du prix de vente au détail, en période de promotion, du chlorate de soude, en conditionnement de cinq kg, sous la forme d'une référence à un prix de vente public couramment constaté pour la boîte de cinq kg de chlorate de soude Elf-Atochem. Cette mention est toujours précédée d'une formule qui rappelle une demande préalable formulée par la centrale d'achat :

- " Comme vous me l'avez demandé, je vous confirme que le prix de vente couramment constaté du 5 kg est de 49,90 francs en période de promotion " en ce qui concerne les conditions établies pour l'année 1994.

- " comme vous me l'avez demandé, le prix de vente public couramment constaté du 5 kg est de 45,00 francs TTC en période de promotion " en ce qui concerne les courriers qui confirment les conditions relatives à l'année 1995.

- Le fax adressé par la société Celloplast à la société Carrefour-France, le 22 novembre 1994, ayant pour objet : " Collection 1995 " comporte les précisions suivantes :

" comme vous me l'avez demandé le prix de vente public du 5 kg est de 45 francs TTC en période de promotion. Le prix de cession est de 37,95 francs HT magasin. Tous nos accords différés sont basés sur un respect de notre politique commerciale pour le 5 kg "

La somme de 45 F TTC correspond bien au prix de vente au public de la boîte de cinq kg de chlorate de soude figurant dans les catalogues de la campagne 1995 des différents distributeurs, dont un certain nombre ont été recueillis lors de l'enquête.

- La fiche établie par la société Celloplast intitulée " *CONDITIONS 1994* " " *CHLORATE DE SOUDE* ", précisant le prix de vente du produit :

" **ATTENTION** : Le chlorate de soude est sur le marché un produit sensible. Son prix de vente public devrait être de 49,90 francs pour la boîte de 5 kg.

P.V. PROMO préconisé en saison : 49,90 francs la boîte de 5 kg " .

- Un document à l'en-tête de la société Celloplast, intitulé " *NET CHLORATE 1995 (application du plan promo)* " la ligne cinq kg indique :

" *Base H.T. 50,60 francs,*

janv-févr 37,95 francs,

mars-avril 43,01 francs,

mai-juin-juillet 45,54 francs " .

Le prix fixé pour les deux premiers mois correspond bien aux prix de la période de promotion tels que définis ci-dessus.

- La mention portée sur un projet d'accord pour l'année 1993 avec le groupement Edouard Leclerc/Galec : " Les RFA ne seront versées que si le prix de vente de 49,90 francs sur le chlorate 5 kg est respecté lors de la parution du catalogue jardin national " .
- Les déclarations de plusieurs responsables de centrales d'achat interrogés, qui admettent avoir demandé à la société Celloplast des informations concernant le prix de vente au détail en période de promotion de la boîte de cinq kg de chlorate de soude et l'obligation de respect des prix d'où ressort :
- la société Bricomarchandises : " *S'agissant de la référence à un prix couramment constaté reprise sur les conditions 1994 qui nous ont été adressées par Celloplast, ce prix de 49,90 était celui repris sur notre catalogue promotionnel 1993. Ce prix correspond par ailleurs à un prix coûtant, notre prix d'achat facturé par Celloplast, s'il avait été retenu sur notre catalogue aurait été de 42,07 francs [...].*

En 1994, j'ai rencontré monsieur Colin de Celloplast qui m'a présenté les conditions 1995, avec un prix d'achat à la baisse, sans budget publicitaire défini. Ce nouveau prix d'achat majoré de la simple TVA (tel qu'il avait été pratiqué par toute la concurrence l'année précédente) pouvait sous-entendre un prix public sans marge à 45 francs. Ce fut d'ailleurs le cas au vu des catalogues sortis par les concurrents au printemps 1995. Ce prix était un prix public minimum puisqu'il déterminait le seuil de revente à perte " .

- la Centrale internationale de marchandises : " *Celloplast nous a indiqué en 1994 et 1995 le prix du marché de la saison. Celloplast ne souhaite pas que nous descendions en dessous de ce prix, de même, à propos d'une disposition figurant dans les conditions commerciales de la saison 1994 et libellée comme suit :*

" Les remises seront versées avant la fin du 1^{er} semestre 1995, uniquement dans le cadre du respect de la politique commerciale nationale. Nous pouvons envisager une reconfirmation en mars/avril, après parution des catalogues promotionnels "

- la société Tripode : *" S'agissant de la référence dans les conditions Celloplast 1994 à une reconfirmation de la remise de fin d'année après parution du catalogue promotionnel, je pense que cela traduit une crainte de la part de Celloplast que nous pratiquions un prix promotionnel catalogue inférieur au prix coûtant de 49,90 F, en intégrant le montant de la remise de fin d'année "*

Les catalogues promotionnels diffusés par les magasins approvisionnés par les centrales d'achat clientes de la société Celloplast, sur lesquels figure la boîte de cinq kg de chlorate de soude, au prix affiché de 49,90 F pour les campagnes 1993 et 1994, puis de 45 F pour 1995, prix correspondant à ceux indiqués par la société Celloplast dans les courriers adressés aux centrales d'achat, figurent au dossier pour neuf d'entre elles :

Il s'agit des centrales d'achat des sociétés : Carrefour-France, Auchan, Continent dont la centrale d'achat est CIM, Leclerc dont la centrale est la société Galec, Bricomarché dont la centrale d'achat est la société Bricomarchandises international, Leroy Merlin, Truffaut, Jardiland dont la centrale d'achat est la société Tripode, Gamm vert qui s'approvisionne par l'intermédiaire de l'UNCAA.

Certains responsables de centrales d'achat ont précisé à ce sujet qu'un exemplaire de chaque catalogue promotionnel, sur lequel figure bien le produit *" chlorate de soude "*, est transmis à la société Celloplast afin d'obtenir le versement de la participation publicitaire.

c) Le contrôle sur les prix exercé par la société Celloplast

- Le courrier adressé le 17 octobre 1994 par la société Celloplast à la société Magri-France :

" Ci-joint le stock " Olé olé " de Somagri, surveiller les ventes... et les RFA aux enseignes "

- Le fax du 22 décembre 1994 adressé à la société Celloplast par un de ces chefs de région :

" Lutin Vert propose systématiquement 3 % de RFA aux points de vente pour l'ensemble du CA et donc des marques (chlorate compris). Quel sera notre discours en 95 ? As-tu eu Gueuriot en ligne ? Oui, il m'a juré que pas de RFA !! "

- Le fax émis le 2 janvier 1995 par la société Celloplast :

*" **SURVEILLER** et coincer Lutin Vert Balma, des preuves écrites qu'ils versent des RFA su Na Cl "*

- L'intervention téléphonique de la société Celloplast auprès de la société Ragt, lorsque par un fax de la société Dispagri du 2 août 1993, elle a été informée que la société Ragt proposait un prix de 44,36 F hors taxe, alors que le tarif communiqué par la société Celloplast était de 46,70 F hors taxes, révélée par la réponse de cette dernière par un courrier du 10 août 1993 :

" Suite à notre entretien téléphonique de ce jour, nous vous confirmons qu'une erreur collective est à l'origine du dérapage tarifaire survenu cette dernière semaine, dans l'application des conditions 1993.

Nous le regrettons bien sûr vivement, et vous confirmons que nous avons pris nos dispositions pour que cela ne se reproduise pas ".

- Le courrier de la société Celloplast adressé à la société Castorama, daté du 17 septembre 1992 libellé comme suit :

" Je profite de ce courrier pour vous rappeler que le prix de vente public TTC de 5 kg se confirme à 49,90 fr en période promotionnelle ".

- La photocopie du "*projet d'accord fournisseur 93*", du 24 mai 1993, du groupement Edouard Leclerc-SC Galec, qui comporte en bas de page, dans le cadre "*observations générales*", la précision suivante :

" Les RFA ne seront versées que si le prix de vente de 49,90 francs sur le chlorate 5 kg est respecté lors de la parution du catalogue jardin national ".

- Les courriers de la société Celloplast confirmant les conditions négociées avec les centrales d'achat, en ce qui concerne la mention d'un prix public, qui font référence de manière quasiment systématique à la possibilité d'une reconfirmation des remises de fin d'année, après parution des catalogues promotionnels, liant leur attribution définitive au respect de la politique commerciale de la société Celloplast.
- Les déclarations relatées ci-dessous indiquant que cette remise en question est directement liée à la pratique des prix préconisés :

- A propos de la mention figurant dans les conditions commerciales pour la saison 1994 : "*Ces remises seront versées avant la fin du 1^{er} semestre 1995, uniquement dans le cadre du respect de la politique commerciale nationale. Nous pouvons envisager une reconfirmation en mars/avril, après parution des catalogues promotionnels*". La société Tripode a déclaré : "*S'agissant de la référence dans les conditions Celloplast 1994, à une reconfirmation de la remise de fin d'année après parution du catalogue promotionnel, je pense que cela traduit une crainte de la part de Celloplast, que nous pratiquions un prix promotionnel catalogue inférieur au prix coûtant de 49,90 en intégrant le montant de la remise de fin d'année*".
- La déclaration de la société Dispagri : "*je ne peux me permettre de pratiquer un prix inférieur, auprès d'un Leclerc ou indépendant, l'information remonterait auprès du fabricant et cela pourrait être une cause de rupture de contrat*".
- La déclaration de l'acheteur de la société Auchan évoquant la communication publicitaire : "*Si nous pratiquions un prix légalement inférieur au prix public pour le chlorate Celloplast, notre fournisseur ne paierait pas sa participation publicitaire*".

- Le courrier adressé, par télécopie le 16 mars 1993, par la société Celloplast à la Coopérative Agricole de Mayenne (CAM), exploitante des magasins à l'enseigne Gamm Vert :

" comme convenu, je suis passé le lundi 15 mars [...].

je vous rappelle qu'à ce jour toutes les enseignes et non des moindres ont communiqué avec un prix sur le 5 kg de 49,90 fr TTC.

En positionnant la boîte de 5 kg à 49,00 francs TTC et encore la boîte de 10 kg à 98,00 francs TTC, vous n'avez pas choisi de faire de marge raisonnable sur ce produit, à l'heure où le marché s'assainit. Compte tenu du potentiel que vous avez, cela semble regrettable.

En souhaitant que ces prix soient revus légèrement à la hausse, je vous prie [...]".

- *L'intervention de la société Celloplast pour faire rectifier des différences de prix constatées, ainsi que l'atteste un responsable de la société Auchan : " J'ai constaté un accident chez un concurrent au printemps 1995, j'en ai avisé M. Cotteverte qui est intervenu auprès de ce distributeur pour lui faire rectifier son erreur, ce qui a été fait ".*
- *Le fax adressé le 22 novembre 1994 par la société Celloplast à la société Carrefour-France, avec mention " urgent " ayant pour objet " Collection 1995 " : " La fiche de la sélection catalogue comporte une **ENORME erreur** de prix sur le 5 kg.*

Nous avons convenu d'un prix attractif sur le 10 kg et non sur le 5 kg (pvp). comme vous me l'avez demandé, le prix de vente public du 5 kg est de 45 fr TTC en période de promotion. Le prix de cession est de 37,95 fr TTC HT magasin. Tous nos accords différés sont basés sur un respect de notre politique commerciale pour le 5 kg. J'aimerais m'entretenir avec vous par téléphone de ces prix qui apparaissent sur cette fiche catalogue ".

- *La consigne donnée par la société Celloplast dans les courriers adressés aux responsables commerciaux des sociétés grossistes distributeurs de proximité :*

" tous les catalogues printemps 1993 nous confirment un prix à 49,90 fr TTC pour les 5 kg et si vous entendez des informations contraires, merci de me tenir au courant ".

- *Le compte rendu de visite rédigé par le chef de région de la société Celloplast et télécopié à sa direction le 27 septembre 1994, suite à une entrevue avec la SA Bricomarchandises-France : " M. Lancien m'a juré que le pv catalogue ne serait pas à 39,90 mais méfiance. Confirmation du chlorate de soude Elf-Ato à 45,00 fr [...]. Il faut être méfiant sur le pv public du Elf-Ato si nous livrons les BCM (vouloir être le moins cher) ".*
- *Le rapport d'activité rédigé par cette même personne, relatif à la semaine du 14 au 18 mars 1994, suite à sa visite au magasin Carrefour de Saran : " Client ayant 1 tg chlorate 5 kg = présence au rayon mais pv 49,80 fr fais rectifier à 49,90 (bonne vente) ".*

Par ailleurs, il est relevé que certains responsables de centrales d'achat se chargent de veiller à son respect en signalant à la société Celloplast toutes les discordances qui pourraient être constatées, ainsi la société Auchan : " A cet égard j'ai constaté un accident chez un concurrent au printemps 1995, j'en ai avisé M. Cotteverte qui est intervenu auprès de ce distributeur pour lui faire rectifier son erreur, ce qui a été fait ".

c) Les actions menées à l'encontre de la société Parcour

La SARL Parcour a conclu un contrat d'approvisionnement avec la société Quadrimex, agent en France de la société Fimish-Cheminal, producteur finlandais, et distribue du chlorate de soude depuis 1994. Bénéficiant de prix attractifs auprès de son fournisseur, la société Parcour a développé son produit à un prix compétitif.

La centrale d'achat Bricomarchandises a interrompu le référencement du chlorate de soude Elf-Atochem au profit du produit commercialisé par la société Parcours.

La société Celloplast a, alors, sollicité son réseau de grossistes-distributeurs de proximité par un courrier du 4 novembre 1994 :

" envoi à tous les DP - Faire relais svp - pression Maxi (pas Cello) "

"CONFIDENTIEL : NE PAS DIFFUSER AUX FORCES DE VENTE

je vous confirme que le chlorate de soude Elf-Ato n'est plus référencé à la centrale BCM France, la dégradation de nos rapports avec BCM s'établit comme suit [...].

nous ne sommes donc plus liés avec cette centrale à un respect de politique commerciale car nous avons refusé de livrer les plates-formes BCM en direct et de vous court-circuiter.

VOUS ÊTES DONC LIBRES DE MENER CHEZ BCM magasin par magasin la politique que vous voulez en fonction des enjeux stratégiques de votre zone géographique.

Les extrêmes sont : votre prix d'achat et le tarif de base... toute opération doit être menée de manière discrète et réfléchie :

Avoir séparé sur la base - 25 % (37,95 HT net facture), Marchandise gratuite, Reprise d'invendus (sans risque sur le chlorate).

Afin de vous aider et de participer à la démarche, nous avons prévu une RFA de 4 % pour le CA BCM 1995, si vous montez une opération sur votre zone géographique nous participerons à hauteur de 4 %, sachant que notre souhait est que vous participiez au minimum d'autant dans la démarche.

Le minimum jouable 50,60 - 25 = facture

C'est votre décision - 8 (4 Cello 4 vous) Avoir séparé OU...

soit 34,91 francs

Merci de diffuser à vos forces de vente une feuille promo ou une note d'information personnalisée à entête de votre entreprise. Celloplast ne doit pas apparaître dans cette démarche. Il faut démarrer cette opération dès que possible avant que les magasins ne s'engagent sur leur opération 20 jours de février 95 pour laquelle ils ont retenu la société PARCOUR !! (Vous pouvez par exemple évoquer un ancien stock) "

Seule la société Sane/Dagrill a coopéré avec la société Celloplast en diffusant à ses agents commerciaux une correspondance, en date du 17 novembre 1994 : " Bricomarché a retenu la société Parcours pour faire le catalogue printemps (et le restant de l'année) en chlorate. Le prix du 5 kg Bricomarché/Parcours, en palette de 206, serait de l'ordre de 33,95 F pour 6 palettes.

Nous pouvons essayer de " piquer " les commandes en proposant sur la gamme Elf-Ato 25 % de remises pour toutes les commandes prises avant le 1^{er} février et livrables jusqu'à fin avril. En outre, sur le 5 kg, en box ou par palette, nous accordons un budget publicitaire de 4 francs, soit :

pour 1 box 120 F x 4 480 F

pour 1 palette 216 F x 4 864 F

[...] Cette opération ne concerne que Bricomarché, [...] "

Cette démarche n'a donné lieu qu'à deux commandes de cent vingt boîtes de cinq kg de chlorate de soude Elf-Atochem, dont l'une sans l'octroi de conditions particulières.

d) Les actions menées à l'encontre de la société Biodis

La société Biodis s'estime victime d'une action de dénigrement menée par la société Celloplast :

" en 1993, nous avons lancé un chlorate de soude liquide. Nous avons été attaqués en justice par Celloplast, nouveau distributeur de chlorate d'Elf-Atochem, qui mettait en cause l'homologation de notre produit et son efficacité [...].

De même Celloplast exercerait des pressions sur les centrales d'achat, en dénigrant mon produit, et en prétendant qu'il n'est pas efficace, qu'il n'est pas homologué [...].

en 1994, constatant que mon produit continuait d'être dénigré auprès de mes clients, j'ai décidé de ressortir du chlorate de soude pur à 99 %, en le destinant aux clients qui avaient perdu confiance, à tort selon moi, en mon produit "

Plusieurs courriers, émanant de clients, sont fournis à l'appui de ces propos :

La lettre datée du 27 octobre 1993 de la société Desgrange Frères, grossiste :

" Depuis quelques semaines - JARDITEC - (salon des professionnels du commerce des produits de jardin) des bruits concernant le chlorate de soude BIOSOL circulent dans la nature. Nos clients s'inquiètent et s'interrogent sur le bien-fondé de ces rumeurs : efficacité du produit, conformité des boîtes... Il est indispensable de mettre fin à ces ragots "

Le courrier de la société Provence Europagro, daté du 15 novembre 1993 :

" en cette période de prise de commande de hors saison, nous avons beaucoup de questions sur la formulation de votre chlorate à 80 % de matière active ; nous souhaiterions savoir quelle est l'efficacité de ce produit comparée à celle du chlorate 100 % ? sa conformité ? les conditions de stockage ?.

Le Biosol liquide soulève aussi beaucoup d'interrogations "

Le courrier, daté du 25 octobre 1993, des établissement Lacherez :

" A plusieurs reprises des clients nous ont fait état que le chlorate Biosol ne serait pas efficace par rapport aux produits concurrents et que les boîtes ne seraient pas conformes. Ces informations diffusées sur le terrain perturbent beaucoup nos clients ".

Le courrier de la société MFR, daté du 4 octobre 1993 :

" La société Celloplast, distributrice de chlorate de soude Atochem, nous précise que nos emballages ne sont certainement pas aux normes ONU.

Ils nous conseillent vivement d'y voir d'urgence car nous risquerions d'avoir des problèmes avec les services officiels ? Venant de leur part, nous considérons cela comme une menace car ils disent que leur rôle est de protéger le marché.

En ce qui concerne cette norme ONU, veuillez nous dire de quoi il s'agit exactement ".

La déclaration d'un responsable de la société CIM complète ces éléments :

" La présentation du produit par Celloplast a été faite de la façon suivante : le chlorate de soude Elf-Atochem est le seul produit aux normes et nous prenions des risques inconsidérés en travaillant avec des sociétés contre lesquelles des procédures ont été engagée ".

c. - les griefs notifiés

Sur la base des pratiques décrites ci-dessus, ont été notifiés les griefs suivants sur le fondement des articles L. 420-1 et L. 420-2 du livre IV du code de commerce :

A la société Celloplast :

- d'avoir mis en place, dans son réseau de distribution, une politique tarifaire concernant le chlorate de soude Elf-Atochem qu'elle distribue (boîtes de cinq kg), comportant, en période de promotion de ce produit, un prix uniforme dans l'ensemble des magasins, en grande distribution, grands magasins spécialisés et autres ;
- d'avoir fixé les prix de revente des grossistes-distributeur de proximité en leur imposant l'application de son tarif public ;
- d'avoir empêché, pour ce faire, la répercussion des remises de principe acquis qu'elle consent à ses grossistes-distributeur de proximité, supprimant toute concurrence par les prix entre eux ;
- d'avoir consenti de manière confidentielle des remises discriminatoires au bénéfice des magasins Bricomarché, dans le but de les dissuader de s'approvisionner en chlorate de soude auprès d'autres sociétés ;

en outre, mises en œuvre par une entreprise en situation de position dominante, elles constituent une exploitation abusive de cette position et sont, par suite, prohibées par les dispositions de l'article L. 420-2 du livre IV du code de commerce.

- d'avoir discrédité un produit substituable commercialisé par la société Biodis, afin d'empêcher celle-ci d'accéder au marché.

Aux sociétés Orchidis Jardin (région Normandie), Orchidis Jardin (région Centre), SPCP (Société des produits chimiques de Pontivy), Dispagri, De Sangosse, à titre personnel, et De Sangosse pour le compte de la société Somagri Magri France aux obligations et droits de laquelle elle se trouve, suite à la fusion absorption du 31 août 1998, cette société étant devenue un établissement secondaire, sous la dénomination " SA De Sangosse-Somagri ", de la nouvelle société constituée, Sane/Dagril, J. Gysel Paris, J. Gysel Sud-Est, CDP Garros, Cocipa, UNCAA (Union nationale des coopératives agricoles d'approvisionnement) :

- d'avoir participé à l'entente mise en place pour l'application des prix de revente fixés par la société Celloplast faisant ainsi obstacle au libre jeu de la concurrence par les prix.

A la société Sane/Dagril :

- de s'être entendue avec la société Celloplast pour octroyer des remises supplémentaires discriminatoires pour évincer un concurrent de cette dernière.

Aux sociétés Auchan, Carrefour France, Centrale internationale de marchandises, Galec (Groupement d'achat Leclerc), Bricomarchandises-International (anciennement dénommée Bricomarchandises France), Leroy Merlin, Tripode, Truffaut (Établissements Horticoles Georges Truffaut) Gamm Vert :

- d'avoir participé à l'entente mise en place par la société Celloplast pour pratiquer un prix de vente unique, en période de promotion du chlorate de soude Elf-Atochem, période où se réalisent plus de la moitié des ventes de l'année de ce produit.

II - Sur la base des constatations qui précèdent, le Conseil,

Sur la prescription

Considérant que, s'appuyant sur le fait que la saisine ministérielle, bien qu'enregistrée au Conseil de la concurrence le 17 avril 1996, est datée du 5 avril 1996 et que la notification de griefs a été adressée aux sociétés en cause le 7 avril 1999, les sociétés mises en cause font valoir que plus de trois années se sont écoulées sans qu'aucun acte interruptif de prescription ne soit intervenu ; que les faits sont donc prescrits et que, par conséquent, il n'y a pas lieu de poursuivre la procédure ;

Mais considérant que, d'une part, la cour d'appel de Paris a, dans son arrêt " *société Concurrence* " en date du 19 mars 1999, estimé que, si une entreprise, partie saisissante, était dans l'impossibilité de faire exécuter un acte interruptif devant le Conseil de la concurrence, le délai de prescription se trouvait suspendu à son égard : " *Considérant qu'en l'espèce aucun des actes énumérés à l'article 27 [...] n'ayant été accompli depuis le 24 février 1992, la prescription s'est trouvée suspendue dès le 24 avril suivant à l'égard de la société concurrente qui, par une circonstance indépendante de sa volonté a été mise dans l'impossibilité d'agir dans la procédure en cours devant le Conseil* " et, d'autre part, que dans son arrêt du 12 octobre 1999 " *secteur de l'expertise des objets d'arts et de collection* ", elle a appliqué cette jurisprudence également au ministre chargé de l'économie lorsqu'il est partie saisissante : " *Considérant que, comme le soutient à juste titre le ministre, le délai de prescription [...]*

s'est trouvé suspendu à son égard dans la mesure où, partie saisissante en application de l'article 11 de l'ordonnance, le directeur général de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes n'ayant pas été chargé d'une enquête par le Conseil dans les conditions prévues par l'article 50 de l'ordonnance, il a été mis dans l'impossibilité d'agir pour faire exécuter un acte interruptif dans la procédure en cours devant le Conseil " ; qu'en conséquence, l'absence d'acte d'instruction pendant les trois années qui ont suivi la saisine ministérielle n'a pu avoir pour effet de suspendre la prescription, quelle que soit la date retenue comme point de départ du délai de trois ans ; que le moyen doit être écarté ;

Sur la durée de la procédure

Considérant que la société Carrefour soutient que le caractère anormalement long de la procédure est constitutif d'une atteinte aux droits de la défense au sens de l'article 6 de la Convention européenne de sauvegarde des droits de l'homme ;

Mais considérant que la sanction qui s'attache à un délai anormalement long est le versement d'une indemnité en réparation du préjudice subi et non la nullité de la procédure, celle-ci n'étant susceptible d'être encourue qu'en cas d'atteinte aux droits de la défense qui résulterait de la durée de la procédure ; que la société Carrefour n'apporte aucun élément qui démontre que la durée de la procédure aurait porté atteinte à sa capacité de se défendre ; que le moyen doit être écarté ;

Sur la régularité des procès-verbaux

Considérant que la société Carrefour soutient que les procès-verbaux dressés à l'issue des auditions de responsables de la société Carrefour et des autres parties seraient nuls, au motif que l'objet précis et réel de l'enquête en cours n'est pas mentionné ;

Mais considérant, d'une part, que le procès-verbal de MM. Garcia et Bancel, de la société Carrefour, est rédigé comme suit " ... nous avons... indiqué à MM. Garcia et Bancel que l'objet de notre enquête concerne l'application des dispositions des titres III et IV de l'ordonnance n° 86-1243 du 1^{er} décembre 1986 dans le secteur des produits de jardin " ; que le procès-verbal de déclaration et d'inventaire de documents communiqués signé par MM. Garcia et Bancel commence par ces termes : " Celloplast, en chlorate de soude représente environ 10 % de notre chiffre d'affaires en produits désherbants " ; qu'il ne peut être valablement soutenu que les représentants de la société Carrefour aient pu se méprendre sur l'objet de l'enquête ; que, s'agissant des procès-verbaux des personnes n'appartenant pas à la société Carrefour, ces personnes n'ayant formulé aucune observation sur ce point, la société Carrefour n'est pas recevable à invoquer cet argument à leur place ; que ce moyen doit être écarté ;

Sur la délimitation du marché

Considérant que, pour définir le marché pertinent, il convient de prendre en considération les caractéristiques intrinsèques du produit et les conditions de formation de la demande ;

Considérant, en premier lieu, que l'ingénieur en chef d'agronomie, chef du bureau de la protection des cultures, dépendant du ministère de l'Agriculture, a défini comme suit les propriétés des différentes catégories d'herbicides à partir des molécules chimiques spécifiques qui les composent :

" Ainsi l'atrazine et la simazine peuvent s'employer dans des conditions analogues (en période de pré-levée), mais ne garantissent pas un désherbage total du fait de la résistance à ces molécules de certaines plantes ; en outre, leur persistance d'action peut s'avérer un inconvénient dans la mesure où elles peuvent migrer vers l'eau, et de plus le coût d'utilisation est plus élevé.

Il existe par ailleurs de nombreux autres désherbants de post-levée stricte, composés de matières actives telles que le paraquat et le diquat qui brûlent les plantes touchées sans pour autant les détruire car elles sont sans effet sur les systèmes racinaires.

D'autres désherbants, type aminotriazole ou glyphosate détruisent les mauvaises herbes en altérant souvent de façon irréversible le système racinaire.

Enfin, les désherbants à base d'hormones ont des usages plus spécifiques, toujours en post-levée "

Considérant que, s'agissant des caractéristiques spécifiques du chlorate de soude, il en a souligné les particularités techniques et chimiques : le chlorate de soude est principalement utilisé pour " l'entretien des allées et des zones non enherbées " et " le chlorate de soude se distingue de nombre d'autres désherbants en ce qu'il peut s'utiliser en période de prélevée des mauvaises herbes avec un effet plus global que les autres substances actives [...] Il se dissout dans l'eau des sols en chlorures de sodium, éléments qui y sont présents à l'état naturel, ce qui confère à ce produit l'image d'une certaine innocuité que n'ont pas d'autres herbicides " ;

Considérant, par ailleurs, qu'il ressort des déclarations de divers intermédiaires du commerce intervenant sur le marché des herbicides, dont certaines sont citées ci-après, qu'ils s'accordent à considérer ce produit comme incontournable et devant obligatoirement figurer dans leur gamme de produits phytosanitaires destinés aux jardiniers amateurs : " le chlorate de soude est un produit leader sur le marché des désherbants totaux destinés à la clientèle des particuliers. Nous ne pouvons en conséquence nous passer de ce produit. Elf-Atochem a repris il y a trois ans la distribution de ce produit. Il est le leader sur ce marché "

" Le chlorate de soude étant un produit très ancien, il se vend toujours autant, de génération en génération et est le désherbant leader sur son marché. L'image du seau vert a un très fort impact sur le consommateur. C'est d'ailleurs suite à une demande pressante de nos clients que nous avons décidé de distribuer ce produit "

" Le chlorate de soude est le plus vieux désherbant de jardin. En outre il n'est pas dangereux, ne se fixe pas dans le sol, est donc non rémérorant [...]. Le chlorate de soude bénéficie d'une très grande notoriété auprès du grand public et des jardiniers amateurs "

" C'est un produit biodégradable qui à travers les campagnes publicitaires télévisées véhicules une image écologique, ce qui n'est pas le cas des autres désherbants "

" S'agissant du chlorate de soude Elf-Ato, produit pur à 99 %, c'est un désherbant total qui nettoie tout, et pour lequel il n'existe pas de produit substituable "

" nous ne mettons pas en concurrence les offres qui peuvent nous être faites par les fabricants de désherbants en général et les fournisseurs de chlorate de soude, dans la mesure où il ne s'agit pas des mêmes matières actives, qu'elles n'ont pas les mêmes effets, et pas les mêmes prix [...]. A ce jour, le chlorate de soude dans l'esprit des

gens reste le produit dés herbant idéal. Il ne peut se substituer à d'autres produits identiques. C'est le produit qui a une notoriété spontanée auprès du grand public. C'est de ce fait un produit incontournable, dont nous ne pourrions nous passer "

" nous pourrions nous passer éventuellement de la marque Elf-Atochem, mais certainement pas du produit lui-même qui est incontournable "

" je suis dans l'obligation commerciale de détenir ce produit qui est un 20/80 des ventes (20 % des références font 80 % des ventes) "

" S'agissant du chlorate de soude, nous ne pouvons nous passer de ce produit "

" Le chlorate de soude est le produit dés herbant de référence pour le grand public. Il a une forte image chez les amateurs [...], le fait de ne pas avoir ce produit nous a sans doute fait perdre des parts de marché dans la famille dés herbants. Nous avons en conséquence décidé de communiquer sur le chlorate de soude en 1994 et 1995 "

" Dans nos magasins, nous avons besoin d'un chlorate de soude qui est un produit incontournable en tant que dés herbant (première part de marché national des dés herbants avec environ 50 % de ce marché) "

" Il n'y a pas aujourd'hui un magasin ou une enseigne qui puisse se passer du chlorate de soude. C'est un produit incontournable. Il existe par ailleurs des dés herbants totaux moins chers, mais le chlorate de soude bénéficie d'une meilleure image, celle d'un produit ancien ayant fait ses preuves "

Considérant, s'agissant du rapport qualité/prix, que celui-ci est également en faveur du chlorate de soude, cet avantage du chlorate de soude ayant été souligné par plusieurs professionnels :

" Dans le créneau de marché indiqué, le chlorate de soude s'avère être le produit qui offre le meilleur rapport qualité-prix. Il s'avère par ailleurs d'une facilité d'emploi sans égale. A ces deux titres, (auxquels il faut ajouter la polyvalence) il continue à bénéficier d'une importante notoriété auprès du grand public "

" C'est [...] un des dés herbants les moins chers. Le rapport prix-surface traitée est sans doute le moins cher du marché "

" Le chlorate de soude est certainement le dés herbant le moins cher du marché, le rapport surface traitée/prix est environ de 1 à 2. C'est l'aspect efficacité/prix qui convient aux clients acheteurs de ce produit "

" C'est un produit qui vendu en promotion n'est pas cher à l'utilisation "

" Le Round'up de Monsanto est la version moderne du chlorate de soude mais se positionne à un prix nettement supérieur. Il (le chlorate de soude) est le moins cher des dés herbants totaux "

" C'est le dés herbant le moins cher que l'on trouve actuellement sur le marché, même s'il est désormais concurrencé par des glyphosates importés "

" Le chlorate de soude est un produit efficace qui a ses adeptes, notamment en raison de son faible prix par

rapport aux autres herbicides disponibles sur le marché, tels que les désherbants totaux élaborés à partir d'autres matières actives. A surface égale, la différence de coût est de 1 à 5 environ ".

" Le chlorate de soude en tant que désherbant [...] se caractérise par un rapport qualité/prix, en faisant le moins cher des désherbants totaux, et par une notoriété très grande auprès du grand public " ;

Considérant que le chlorate de soude possède des qualités particulières (techniques, chimiques, notoriété, rapport qualité/prix) qui le distinguent des autres désherbants totaux ; que le chlorate de soude est une molécule et est présenté comme telle, alors que les autres désherbants totaux sont des produits composites ; que les autres désherbants totaux ont une durée d'action plus courte que le chlorate de soude ;

Considérant que le chlorate de soude fait l'objet d'une demande manifestement spécifique de la part de certains consommateurs ; qu'en effet, en premier lieu, il ressort des déclarations de détaillants que la présence de chlorate de soude sur leurs linéaires est indispensable ; que ce constat ne signifie pas, contrairement à ce qui a été soutenu en défense, que le produit vendu par Celloplast bénéficierait d'une " marque notoire ", puisque c'est le chlorate de soude en général, et non le chlorate de soude de Celloplast, qui est considéré comme incontournable ; qu'en deuxième lieu, les emballages de désherbants totaux produits en séance par Celloplast comportent la mention en gros caractères du nom de la marque et de la nature du produit (désherbant total et désherbant pour trottoir et allées), la composition chimique n'étant pas lisible à distance ; que la seule exception concerne le chlorate de soude de Celloplast pour lequel les plus gros caractères étaient employés pour la mention " chlorate de soude ", le nom de la marque étant écrit en caractère nettement plus petits ; que, les mentions étant portées sur les emballages en vue de l'information des consommateurs qui choisissent les produits sur les linéaires, les différences susmentionnées traduisent le fait que les consommateurs du chlorate de soude s'intéressent à la nature chimique de ce produit ; qu'en troisième lieu, les pratiques relevées concernant l'entrée sur le marché des produits des sociétés Parcour et Biodis montrent que la société Celloplast réagissait spécifiquement à la concurrence exercée par d'autres produits à base de chlorate de soude, ce qui traduit le fait que ce n'est que lorsque de tels produits étaient présents qu'elle craignait que les consommateurs se détournent du sien ;

Considérant que les sociétés Celloplast, CIM, Tripode, Gamm Vert et l'UNCAA, Orchidis Jardin, SPCP, Cocipa, Sane/Dagril et Gysel, distributeurs, présentent divers arguments visant à démontrer la substituabilité du chlorate de soude et des autres désherbants totaux, notamment l'identité des fonctions de ces produits, la faible différence de coût rapporté à la superficie à désherber, la diminution de la part relative du chlorate de soude sur le marché des désherbants et le caractère incontournable du Round'up pour cinq distributeurs.

Mais considérant que, même en admettant que les fonctions intrinsèques du chlorate de soude ne soient pas objectivement très différentes de celles des autres désherbants et que son coût d'usage ne constitue pas, pour un certain nombre d'utilisations, un avantage décisif, il est constant que les consommateurs, dans leur majorité, considèrent, comme le soulignent les nombreux distributeurs, que le chlorate de soude n'est pas substituable aux autres désherbants totaux ; que la demande exprimée ne peut donc être satisfaite que par le chlorate de soude ; que tous ces éléments conduisent à considérer, qu'au moins à l'époque des faits, il existait un marché du chlorate de soude ;

Sur la position dominante de Celloplast sur le marché du chlorate de soude

Considérant que la société Elf-Atochem a produit, en 1994, 6613 tonnes de chlorate de soude à usage de désherbant qui ont été commercialisées en 1994 par sa filiale à 100 % Celloplast, sous la marque Elf-Atochem ;

elf-atochem.....	4164,5	74,5%	4537	68,9 %	4623	66,5 %	4912	70,1 %
biodis.....	541,5	9,7 %	900	13,7 %	751,5	10,8 %	594	8,5 %
c.e.f.....	271	4,8 %	576	8,8 %	300,5	4,3 %	119	1,7 %
parcour.....	***	***	***	***	***	***	876,5	12,5 %
*Autres Chlorates de soude.....	610	11 %	576,5	8,6 %	1279	18,4 %	508,5	7,3 %
Total.....	5587	100 %	6589,5	100 %	6954	100 %	7010	100 %

(* La ligne " Autres chlorates " intègre les quantités vendues par la société MFR).

Considérant que les données ci-dessus mettent en évidence la position prééminente de la société Celloplast sur le marché du chlorate de soude, puisque son chiffre d'affaires au cours de chaque période considérée représente toujours une proportion voisine (ou supérieure à) de 70 % des ventes totales en France et que sa part du marché en volume est du même ordre de grandeur ; que la société Biodis, qui occupe la deuxième place, dépasse à peine 12 % sur la période de juillet 1992 à juin 1993 et est supplantée pour la période de juillet 1994 à juin 1995 par la société Parcour nouvellement arrivée sur ce marché ; qu'un article publié dans le journal " *jardineries* " n° 284 du 15 mars 1995, concernant les ventes de chlorate de soude pour l'année 1994, parvient à la même conclusion ;

Considérant que la société Celloplast détenait, à l'époque des faits, au moins deux tiers des parts du marché de chlorate de soude ; que chacun de ses principaux concurrents ne détenait qu'une part modeste du marché ; que, filiale de la société Elf-Atochem, la société Celloplast bénéficiait des avantages liés à l'appartenance à un groupe international ; que l'instruction a révélé que la société Celloplast pratiquait durablement des prix supérieurs à ceux de ses concurrents ; qu'il résulte de tout ce qui précède que la société Celloplast détenait, à l'époque des faits, une position dominante sur le marché du chlorate de soude ;

Sur les pratiques relevées

a) en ce qui concerne les griefs d'abus de position dominante

Considérant que l'accord de distribution proposé par la société Celloplast à ses distributeurs-grossistes pour la saison " *printemps 1993* " précisait un niveau de " *refacturation minimum* " ; qu'il ressort des déclarations des responsables des sociétés Orchidis Jardin, Cocipa, De Sangosse, Gysel, SPCP, CDP Garros et Dispagri que ces grossistes appliquaient le tarif de revente de chlorate de soude fixé par Celloplast ; que cette dernière écrivait, le 29 octobre 1993, à la société d'approvisionnement du Plateau central Rouergue-Auvergne-Gévaudan-Tarnais que ses conditions de vente " *s'entendent avec un respect total des conditions de revente à savoir* " ; que, de même, Celloplast fixait aux centrales d'achat de la grande distribution le niveau de prix de revente au détail qu'elle entendait voir pratiquer ; que les courriers adressés chaque année aux centrales d'achat pour confirmer les conditions de vente comportaient systématiquement la mention du prix de revente au détail pour le conditionnement de cinq kg ; qu'une telle mention figurait également sur d'autres documents ; que ces prix sont également ceux qui figurent dans un certain nombre de catalogues ; que le responsable de la Centrale internationale de marchandises, interrogé au cours de l'enquête, a déclaré " *Celloplast ne souhaite pas que nous descendions en dessous de ce prix* " ;

Considérant que la société Celloplast ne se bornait pas à exprimer son souhait de voir les distributeurs respecter les prix de revente en gros ou au détail qu'elle avait fixés, mais avait adopté des mesures coercitives pour parvenir à ce résultat ; qu'elle organisait une remontée systématique d'informations sur les prix pratiqués ; qu'ainsi, le 2 janvier 1999, la société Celloplast émettait une télécopie énonçant : "*surveiller et coincer Lutin Vert Balma, des preuves écrites qu'ils versent des RFA sur Nacl*" ; qu'en outre, la fixation des niveaux relatifs des prix de cession, des prix de revente et des remises de fin d'année faisait que ces dernières représentaient un élément important de la marge des distributeurs ; qu'il ressort des nombreux documents et déclarations recueillis au cours de l'enquête que ces remises n'étaient versées qu'après examen du catalogue des distributeurs, examen qui permettait de s'assurer du respect des prix de revente ; que cette technique est d'ailleurs explicitée dans certains documents ; qu'ainsi, la photocopie du "*projet d'accord fournisseur 1993*" concernant le groupement Edouard Leclerc/Galec précise : "*Les RFA ne seront versés que si le prix de vente de 49,90 F sur le chlorate 5 kg est respecté lors de la parution du catalogue janvier national*" ; qu'un acheteur de la société Auchan a déclaré "*si nous pratiquions un prix légalement inférieur au prix public pour le chlorate Celloplast, notre fournisseur ne paierait pas sa participation publicitaire*" ; que des courriers adressés par la société Celloplast aux responsables commerciaux des sociétés grossistes-distributeurs de proximité demandaient : "*tous les catalogues printemps 1993 nous confirment un prix de 49,90 F TTC pour les 5 kg et si vous entendez des informations contraires merci de me tenir au courant*" ;

Considérant que de telles pratiques, de la part d'un opérateur en position dominante, aboutissent, d'une part, à interdire toute concurrence par les prix entre les revendeurs et à fixer le prix d'un produit n'ayant pas de substitut à un prix supérieur à ce que serait le prix de marché et, d'autre part, à dissuader les grossistes et détaillants, dont les marges étaient ainsi artificiellement protégées contre les pressions éventuelles de leurs concurrents, de référencer le chlorate de soude proposé par d'autres fabricants ;

Considérant que la société Celloplast a offert de façon discriminatoire aux magasins Bricomarché des remises particulièrement avantageuses au moment où leur centrale d'achat BCM France avait décidé de référencer le chlorate de soude offert par la société Parcour ; que la politique ainsi menée par la société Celloplast ne s'inscrivait nullement dans le cadre de la réaction licite qu'une entreprise, même en position dominante, peut développer face à l'arrivée d'un nouveau concurrent, dès lors que la baisse de prix visait exclusivement les magasins Bricomarché et devait s'effectuer, selon les termes du courrier en date du 4 novembre adressé par la société Celloplast à ses grossistes, "*de manière discrète et réfléchie*" ; que, comme la Commission des Communautés européennes le précisait dans sa décision "*Irish Sugar*" n° 97/624/CE du 14 mai 1997, une politique consistant à définir "*une politique de prix bas à appliquer de manière sélective aux clients potentiels de son concurrent et qu'il ne s'agissait pas de généraliser, même pour les clients les plus importants, est contraire au principe selon lequel une entreprise en position dominante a une responsabilité particulière de ne pas diminuer le degré de concurrence existant encore sur le marché*" ;

Considérant que plusieurs courriers, datés de l'automne 1993, adressés par des distributeurs à la société Biodis, font état de leur inquiétude quant à l'efficacité, à la sécurité et, d'une manière générale, au respect des normes en ce qui concerne le désherbant à base de chlorate de soude vendu par cette société ; que le courrier émanant de la société MFR, en date du 4 octobre 1993, précise que "*la société Celloplast, distributrice de chlorate de soude Atochem, nous précise que nos emballages ne sont certainement pas aux normes ONU. Ils nous conseillent d'y voir d'urgence car nous risquerions d'avoir des problèmes avec les services officiels ? Venant de leur part, nous considérons cela comme une menace car ils disent que leur rôle est de protéger le marché*" ; qu'un responsable de la société CIM a indiqué "*la présentation du produit par Celloplast a été faite de la façon suivante : le chlorate de soude d'Elf-Atochem est le seul produit aux normes et nous prendrions des risques inconsidérés en*

travaillant avec des sociétés contre lesquelles des procédures sont engagées " ;

Considérant, d'une part, que l'instruction n'a révélé ni violation des règles de sécurité, ni défaut d'efficacité particulière des produits de la société Biodis ; que si, d'autre part, par un jugement du 13 mai 1996, le tribunal de commerce de Lyon, statuant sur une demande reconventionnelle de la société Biodis tendant à voir la société Celloplast condamnée pour dénigrement, a rejeté ces conclusions comme non fondées, cette juridiction n'a pas autrement motivé ce rejet ; qu'elle n'a pas davantage exposé les faits et moyens que la société Biodis avait avancés au soutien de ses prétentions ; qu'en tout état de cause, la chose ainsi jugée par le tribunal de commerce de Lyon n'interdit pas au Conseil de qualifier sur le fondement de l'article L. 420-2 du code de commerce les faits qui lui sont soumis ;

Considérant que des pratiques consistant pour une entreprise en position dominante à exploiter sa notoriété pour jeter le discrédit sur les produits d'un concurrent au moyen d'une allusion au non-respect de normes sont constitutives d'un abus de position dominante ;

Considérant qu'il résulte de l'ensemble de ce qui précède que la société Celloplast s'est livrée à des pratiques prohibées par l'article L. 420-2 du code de commerce ;

b) en ce qui concerne l'entente entre Celloplast et Sane/Dagril

Considérant que la Société Sane/Dagril a accepté, à la demande de Celloplast, d'offrir une remise de 25 % sur la gamme des chlorates de soude Elf-Atochem au distributeur Bricomarché ;

Considérant que cette remise était explicitement offerte et réservée à Bricomarchandises, afin de dissuader cette entreprise de se fournir en chlorate de soude auprès de Parcour, concurrent de Celloplast ; que Sane/Dagril ne pouvait ignorer l'objet de l'opération, comme l'atteste la circulaire qu'elle adressait à ses agents le 17 novembre 1994, dans laquelle elle écrivait notamment : " nous pouvons essayer de piquer les commandes en proposant sur la gamme Elf-Atochem 25 % de remises " ; qu'en s'associant pour mettre en œuvre une telle pratique, Celloplast et Sane/Dagril ont contrevenu aux dispositions de l'article-L. 420-1 du code de commerce ;

c) en ce qui concerne les ententes entre Celloplast et les grossistes distributeurs de proximité

Considérant que les distributeurs de proximité Multi Appro, SPCP, Dispagri, De Sangosse, Somagri Magri, Orchidis Jardin, Gysel, CDP Garros et Cocipa achetaient le chlorate de soude à Celloplast et approvisionnaient les distributeurs de la grande distribution au prix fixé par Celloplast ;

Considérant que, s'ils ne négocient ni les prix, ni les quantités avec les revendeurs pour lesquels ils assurent le stockage et la livraison du chlorate de soude, opérations pour lesquelles ils sont rémunérés par un taux de marge fixé par Celloplast, et si, en pratique, comme ils le soutiennent dans leurs interventions, leur activité ressemble à une activité de commissionnaire, il n'en demeure pas moins qu'ils effectuent une opération d'achat et de revente ; qu'en conservant la totalité de la marge qui leur était allouée par Celloplast, ils pratiquaient, en accord avec cette dernière, la fixation d'un prix de revente en gros uniforme et participaient indirectement à la fixation du prix de détail imposé par Celloplast aux détaillants ;

Considérant que cette pratique est constitutive d'une entente anticoncurrentielle au sens des dispositions de l'article L. 420-1 du code de commerce ;

d) *en ce qui concerne les ententes entre Celloplast et des centrales d'achat de la grande distribution*

Considérant que les enseignes de la grande distribution ont très généralement appliqué les prix de revente qui leur étaient prescrits par Celloplast ; que les magasins de ces distributeurs sont situés sur les mêmes marchés géographiques ; que l'application d'un prix unique prescrit par un fournisseur en position dominante sur un marché par des commerçants exerçant leur activité dans la ou dans les mêmes zones de chalandise est constitutive d'une entente anticoncurrentielle entre le fournisseur et chaque distributeur ;

Considérant que les prix de vente aux distributeurs fixés par Celloplast, soit directement, soit par l'intermédiaire des grossistes-distributeurs, étaient légèrement supérieurs ou égaux au seuil de revente à perte ; que la majeure partie de la rémunération des revendeurs consistait en ristournes de fin d'année ;

Considérant que plusieurs revendeurs soutiennent qu'à l'époque où ils établissaient leurs tarifs de vente pour la période de promotion, ils étaient dans l'ignorance du montant des ristournes qui leur seraient accordées à la fin de la campagne ou de l'année et que, par conséquent, ils ne pouvaient pratiquer des prix inférieurs aux prix qui leur étaient facturés par Celloplast ou par les grossistes-distributeurs ; que ces prix correspondaient aux prix de revente au détail qu'ils pratiquaient ; qu'il ne peut leur être reproché d'avoir respecté un prix de vente au détail au-dessous duquel ils ne pouvaient descendre sans enfreindre la réglementation sur l'interdiction de revente à perte ;

Considérant que l'UNCAA agissait en qualité de mandataire pour le compte de ses associés coopérateurs ; que, pour couvrir les frais de fonctionnement et le coût du stockage et de transport du chlorate de soude, elle conservait la ristourne inconditionnelle de fin d'année de 3 % accordée par Celloplast et 2 % des 16 % de ristournes obtenues de Celloplast ; qu'elle répercutait intégralement le reliquat de la ristourne (soit 16 % - 2 % = 14 %) à ses adhérents ; qu'il n'est pas établi qu'elle ait participé à une entente avec Celloplast pour fixer le prix de revente au détail du chlorate de soude ;

Considérant que la conclusion générale du rapport (p 54), commence par cette phrase : "*Compte tenu de l'ensemble des éléments qui précèdent, il est proposé : d'une part, que le grief d'avoir participé à une entente sur le prix, mise en place par la société Celloplast notifié à la société Castorama et à la société Carrefour France, d'avoir participé à l'entente mise en place par la société Celloplast pour pratiquer un prix de vente unique, en période de promotion du chlorate de soude ELF/Atochem, soit abandonné*" ; que, si cette phrase est en contradiction avec la conclusion partielle de la page 49 du rapport, qui conclut au maintien du grief à l'encontre de la société Carrefour, le doute qu'elle introduit dans l'intention du rapporteur de maintenir ce grief doit bénéficier à la société Carrefour ; que le grief qui lui a été notifié doit être abandonné ;

Considérant que le grief retenu à l'encontre de la société Auchan d'avoir participé à la surveillance du prix de vente du chlorate de soude mise en place par la société Celloplast s'appuie uniquement sur la déclaration de M. Havet, acheteur : " nous suivons le niveau des prix publics pratiqués par nos concurrents. A cet égard, j'ai constaté un accident chez un concurrent au printemps 1995, j'en ai avisé M. Cotteverte qui est intervenu auprès de ce distributeur pour lui faire rectifier son erreur, ce qui a été fait " ; que la société Auchan conteste les faits ; que le seau de chlorate de soude Celloplast ne figure pas sur les catalogues à l'enseigne Auchan déposés au dossier ; qu'en raison de l'insuffisance des éléments recueillis, le grief qui lui a été notifié doit être abandonné ;

Considérant que la société Galec a reconnu les faits ; qu'elle a indiqué qu'à la suite de la visite des enquêteurs de la DGCCRF en date du 11 septembre 1995, elle a mis fin à l'application des prix fixés par la société Celloplast et

qu'ainsi elle a pu pratiquer des prix, pour le seau de cinq kg de chlorate de soude, en période de promotion, inférieurs de 0,80 à 1 F à ceux du concurrent le mieux placé ;

Considérant que la société Tripode reconnaît avoir aligné ses prix sur les prix fixés par Celloplast ; qu'elle allègue que sa participation était passive et inévitable ;

Considérant que la société Gamm Vert, qui édite des catalogues pour les adhérents à son enseigne, soutient que l'extrait de catalogue figurant au dossier pour le seau de cinq kg de chlorate de soude ne comporte aucune date ;

Mais considérant que le prix, porté sur le catalogue, de la promotion valable jusqu'au 10 avril 1995, soit 45 F, correspondait au prix indiqué par la société Celloplast dans sa lettre du 26 septembre 1994 contenant les conditions commerciales de vente pendant la saison promotionnelle de printemps 1995 ; que la société Gamm Vert a reconnu ne pas avoir mentionné sur ces catalogues la mention " prix maximum " ou " prix conseillé " ; qu'il ne peut, dès lors, être contesté que ces prix étaient présentés comme des prix de vente uniques ;

Considérant que M. Cruyphenck, chef de produit de la société Leroy Merlin, a déclaré que " sur ce créneau de produit nous n'avons pas besoin d'une gamme large, c'est pourquoi Celloplast est notre seul fournisseur de chlorate de soude en 1994 nous avons les conditions suivantes : une remise de 6 % fonction GSB correspondant au suivi continu et annuel de la gamme de ce produit (3 %) et au référencement exclusif de ce fournisseur du chlorate de soude " ; qu'il résulte de cette déclaration, qui n'a pas été contestée, que la société Leroy Merlin connaissait, dès le début de la campagne et avec certitude, le montant de la remise pour référencement exclusif qu'elle obtiendrait de Celloplast en fin d'année ;

Considérant que les conditions négociées par la société Truffaut font état d'une remise d'exclusivité de 3 % consentie par Celloplast, que les fiches de référencement établies par Celloplast font état pour 1993 et 1994 d'un accord d'exclusivité, que la société Truffaut connaissait donc, en début de saison, avec certitude le montant de la remise d'exclusivité qu'elle obtiendrait sous forme de RFA ;

Considérant que les conditions de vente du chlorate de soude par Celloplast à la Centrale internationale de marchandises (CIM) comprenaient, notamment pour 1993, 1994 et 1995, l'attribution d'un budget de 100 000 F HT " en cas de communication sur le produit dans (votre) catalogue jardin printemps " ; que le CIM connaissait donc, au moment de l'édition des catalogues, de manière certaine, le montant de la rémunération qui lui serait versée par Celloplast ;

Considérant que M. ancien, acheteur de la société Bricomarchandises international (anciennement Bricomarchandises France), a reconnu que " par ailleurs les conditions magasin étaient les suivantes : une RFA de 6 % inconditionnelle sur une base de tarif prix net et deux remises de 10 % sur facture pour ouverture de point de vente de 1^{ère} commande. Aucune autre condition n'avait été stipulée sur ce contrat " ;

Considérant que les prix de promotion pratiqués pour les sociétés Centrale internationale de marchandises (CIM), Galec, Marchandises générales international, Leroy Merlin, Tripode, Truffaut et Gamm Vert ont été alignés sur les prix fixés par Celloplast pour la vente de chlorate de soude au détail ; que le seau de cinq kg de chlorate de soude figure bien, aux prix fixés par la société Celloplast, sur les catalogues promotionnels, déposés au dossier, des sociétés Centrale internationale de marchandises pour les années 1994 et 1995, Marchandises générales international (Bricomarchandises) pour l'année 1993, Leroy Merlin pour les années 1993, 1994 et 1995, Tripode-Jardiland, Truffaut et Gamm vert pour les années 1994 et 1995 ; que ces sociétés connaissaient au moment de la

fixation des prix de la campagne, avec certitude, le montant d'au moins une ristourne de fin d'année (RFA de référencement) ;

Considérant que toutes les sociétés qui connaissaient avec certitude le montant de tout ou partie des ristournes ou rémunération auxquelles elles avaient droit, auraient pu tenir compte de ces ristournes dans la fixation de leurs prix de promotion, y compris dans les catalogues qu'elles éditaient ; que c'est donc volontairement qu'elles se sont conformées aux injonctions de Celloplast de pratiquer un prix uniforme ; qu'elles ne sont donc pas fondées à soutenir qu'elles étaient dans l'impossibilité d'établir leurs prix de promotion en dessous du prix de vente figurant sur les factures d'achat du chlorate de soude à Celloplast ; qu'il s'ensuit que l'ensemble de ces enseignes ont adhéré à l'entente sur les prix mise en œuvre sous l'égide de la société Celloplast ; que cette pratique est constitutive d'une entente anticoncurrentielle prohibée par les dispositions de l'article L. 420-1 du code de commerce ;

Sur les suites à donner

Considérant que, si les grossistes-distributeurs de proximité procédaient à l'achat à Celloplast du chlorate de soude et à la revente de ce produit aux centrales d'achat, ils étaient rémunérés par un pourcentage sur le prix du produit ; que l'activité de ces sociétés ressemble à une activité de commissionnaire ; qu'en particulier, elles ne jouaient aucun rôle dans la fixation des prix et des quantités négociées entre Celloplast et les centrales d'achat ; que, dès lors, leurs marges de liberté, si elles n'étaient pas nulles, étaient néanmoins très limitées et qu'elles n'avaient aucun intérêt à les utiliser ; que, si elles ont contribué à faciliter le respect des prix de revente au détail du chlorate de soude, leur contribution a été très modeste ; que, dans ces conditions, il n'y a pas lieu d'infliger une sanction pécuniaire aux sociétés SPCP, Dispagri, De Sangosse, J. Gysel (Paris et Sud-est), CDP Garros et Cocépa ;

Sur les sanctions

Considérant qu'aux termes de l'article L. 464-2 du livre IV du code de commerce, le Conseil de la concurrence peut " *ordonner aux intéressés de mettre fin aux pratiques anticoncurrentielles dans un délai déterminé ou imposer des conditions particulières. Il peut infliger une sanction pécuniaire applicable soit immédiatement, soit en cas d'inexécution des injonctions. Les sanctions pécuniaires sont proportionnées à la gravité des faits reprochés, à l'importance du dommage causé à l'économie et à la situation de l'entreprise ou de l'organisme sanctionné. Elles sont déterminées individuellement pour chaque entreprise ou organisme sanctionné et de façon motivée pour chaque sanction. Le montant maximum de la sanction est pour une entreprise de 5 % du chiffre d'affaires hors taxes réalisé en France au cours du dernier exercice clos. Si le contrevenant n'est pas une entreprise, le maximum est de dix millions de francs* " ;

Considérant que la fixation et le contrôle du respect d'un prix unique de revente au détail par un fournisseur en position dominante sur un marché sur lequel sont présents plusieurs distributeurs a pour effet de faire obstacle au fonctionnement concurrentiel de ce marché ; que la gravité de la pratique mise en œuvre par Celloplast doit être appréciée en tenant compte du fait qu'elle a eu pour effet d'empêcher toute concurrence en période de promotion entre les enseignes des grandes surfaces à dominante alimentaire ou spécialisées qui effectuent la grande majorité des ventes de chlorate de soude ;

Considérant que la société Celloplast a tenté d'empêcher l'accès au marché d'un de ses concurrents en dénigrant le produit qu'il mettait en vente et qu'elle a tenté d'évincer du marché un autre de ses concurrents en proposant

des remises discriminatoires à un distributeur pour le dissuader de contracter avec son concurrent ; que ces pratiques, émanant d'une société en position dominante, consistant à élever artificiellement des barrières à l'entrée, sont particulièrement graves ;

Considérant que le dommage à l'économie doit être apprécié en tenant compte du fait que le chlorate de soude est un produit dont l'usage est très répandu ; que la plus grande partie des achats est effectuée par les utilisateurs au printemps pendant la campagne de promotion ; que les consommateurs ont acquitté un prix supérieur à celui qui aurait résulté d'un fonctionnement concurrentiel du marché, ainsi que l'attestent, notamment, les baisses de prix pratiquées par les sociétés adhérentes au Galec et qu'ils ont pu ainsi être conduits à réduire les quantités qu'ils souhaitaient se procurer ; que le fait que la société Parcour ait pu proposer du chlorate de soude à un prix inférieur de 25 % à celui pratiqué par la société Celloplast montre également que cette dernière est parvenue à maintenir les cours au-dessus de ceux qui auraient résulté du libre jeu de la concurrence ;

Considérant que les pratiques d'entente entre Celloplast et les centrales d'achat de la grande distribution pour la fixation d'un prix unique de revente au détail du chlorate de soude en 1993, 1994 et 1995, pendant la période de promotion, ont privé les consommateurs des baisses de prix qui auraient résulté du jeu normal de la concurrence entre les grandes surfaces ;

Considérant que Celloplast avait mis en place une politique de contrôle très active et comportant des menaces de rétorsion en cas de non-respect des prix imposés ; que les prix facturés étaient égaux ou très proches du seuil de revente à perte ; que le montant, connu avec certitude en début de campagne, des RFA garanties était très modeste ; que la marge de manoeuvre des centrales d'achat était, dès lors, très limitée ; qu'il y a lieu en ce qui concerne les sociétés CIM, Galec, Marchandises générales international, Leroy Merlin, Tripode, Truffaut, Gamm Vert de prononcer une sanction qui tienne compte de ce contexte ;

Considérant que la société Celloplast (actuellement société Mayenne de produits chimiques) a réalisé en France un chiffre d'affaires de 175 551 797 F au cours de l'exercice clos le 31 décembre 1999, dernier exercice clos disponible ; qu'en fonction des éléments généraux et individuels tels qu'ils sont appréciés ci-dessus, il y a lieu de lui une sanction pécuniaire de 5 millions de F ;

Considérant que la société Sane/Dagril a coopéré avec la société Celloplast pour proposer des remises confidentielles discriminatoires afin d'empêcher l'accès au marché d'un concurrent de la société Celloplast ; que la société Multi-Appros vient aux droits et obligations de la société Sane/Dagril, ainsi qu'il est indiqué dans un courrier du 2 novembre 2000 ; que la société Multi-Appros a réalisé en France un chiffre d'affaires de 474 198 584 F au cours de l'exercice clos le 31 décembre 1999, dernier exercice clos disponible ; qu'en fonction des éléments généraux et individuels tels qu'ils sont appréciés ci-dessus, il y a lieu d'infliger à la société Multi-Appros une sanction pécuniaire de 200 000 F ;

Considérant que les sociétés Galec, Centrale internationale de marchandises, Marchandises générales international, Leroy Merlin, Tripode, Truffaut et Gamm Vert ont adhéré à l'entente sur les prix mise en œuvre par la société Celloplast alors qu'elles avaient la possibilité de fixer leur propre prix de façon autonome ; que cette pratique porte atteinte à la concurrence et est contraire aux dispositions de l'article L. 420-1 du code de commerce ;

Considérant que la société Galec a réalisé en France un chiffre d'affaires de 299 506 329 F au cours de l'exercice clos le 31 décembre 1999, dernier exercice clos disponible ; qu'en fonction des éléments généraux et individuels

tels qu'ils sont appréciés ci-dessus, il y a lieu d'infliger à la société Galec une sanction pécuniaire de 100 000 F ;

Considérant que la société Centrale internationale de marchandises a réalisé en France un chiffre d'affaires de 37 593 978 F au cours de l'exercice clos le 31 décembre 1999, dernier exercice clos disponible ; qu'en fonction des éléments généraux et individuels tels qu'il sont appréciés ci-dessus, il y a lieu d'infliger à la société Centrale internationale de marchandises une sanction pécuniaire de 100 000 F ;

Considérant que la société dénommée à l'époque des faits Bricomarchandises France (BCM) a modifié son nom social pour Bricomarchandises international (BCI) ; qu'à ce jour, elle est dénommée société Marchandises générales international (ITM) ;

Considérant que la société Marchandises générales international a réalisé en France un chiffre d'affaires de 3 272 689 117 F au cours de l'exercice clos le 31 décembre 1999, dernier exercice clos disponible ; qu'en fonction des éléments généraux et individuels tels qu'il sont appréciés ci-dessus, il y a lieu d'infliger à la société Marchandises générales international une sanction pécuniaire de 100 000 F ;

Considérant que la société Leroy Merlin a réalisé en France un chiffre d'affaires de 11 940 448 535 F au cours de l'exercice clos le 31 décembre 1999, dernier exercice clos disponible ; qu'en fonction des éléments généraux et individuels tels qu'il sont appréciés ci-dessus, il y a lieu d'infliger à la société Leroy Merlin une sanction pécuniaire de 100 000 F ;

Considérant que la société Tripode (Jardiland depuis le 1^{er} janvier 2000) a réalisé en France un chiffre d'affaires de 176 065 683 F au cours de l'exercice clos le 31 décembre 1999, dernier exercice clos disponible ; qu'en fonction des éléments généraux et individuels tels qu'il sont appréciés ci-dessus, il y a lieu d'infliger à la société Tripode une sanction pécuniaire de 100 000 F ;

Considérant que la société Truffaut a réalisé en France un chiffre d'affaires de 1 407 217 167 F au cours de l'exercice clos le 31 décembre 1999, dernier exercice clos disponible ; qu'en fonction des éléments généraux et individuels tels qu'il sont appréciés ci-dessus, il y a lieu d'infliger à la société Truffaut une sanction pécuniaire de 100 000 F ;

Considérant que la société Gamm Vert a réalisé en France un chiffre d'affaires de 1 356 299 280 F au cours de l'exercice clos le 30 juin 2000, dernier exercice clos disponible ; qu'en fonction des éléments généraux et individuels tels qu'il sont appréciés ci-dessus, il y a lieu d'infliger à la société Gamm Vert une sanction pécuniaire de 100 000 F ;

Considérant qu'aucun grief n'est retenu contre les sociétés UNCAA, Auchan et Carrefour,

Décide :

Article 1er .- Il est établi que la société Celloplast, dénommée société Mayenne de produits chimiques depuis le 28 juillet 2000, a enfreint les dispositions des articles L. 420-1 et L. 420-2 du code de commerce.

Article 2. - Il est établi que la société Sane/Dagril, aux droits de laquelle vient la société Multi-Appros, ainsi que les sociétés SPCP, Dispagri, De Sangosse, Somagri-Magri, Orchidis Jardin, Gysel, CDP Garros, Cocipa, Centrale

international de marchandises, Galec, Marchandises générales international (anciennement Bricomarchandises international et Bricomarchandises France), Leroy Merlin, Tripode, dénommée Jardiland depuis le 1^{er} janvier 2000, Truffaut et Gamm Vert ont enfreint les dispositions de l'article L. 420-1 du code de commerce.

Article 3.- Il n'est pas établi que les sociétés UNCAA, Auchan, Carrefour France, aient enfreint les dispositions du livre IV du code de commerce.

Article 4.- Sont infligées les sanctions pécuniaires suivantes :

- 5 000 000 F à la société Mayenne de produits chimiques ;
- 200 000 à la société Multi-Appros ;
- 100 000 F à la société Centrale internationale de marchandises ;
- 100 000 F à la société Galec ;
- 100 000 F à la société Marchandises générales international ;
- 100 000 F à la société Leroy Merlin ;
- 100 000 F à la société Jardiland ;
- 100 000 F à la société Truffaut ;
- 100 000 F à la société Gamm Vert.

Délibéré, sur le rapport de Mme Bleys, par M. Cortesse, vice-président, présidant la séance, en remplacement de Mme Hagelsteen, présidente, empêchée, Mme Mouillard, MM. Bidaud, Ripotot et Robin, membres.

La secrétaire de séance,

Le vice-président,
présidant la séance,

Patricia Perrin

Pierre Cortesse