

CONSEIL DE LA CONCURRENCE

Décision n° 01-D-58 du 24 septembre 2001 relative à des pratiques mises en œuvre par le groupe Benetton sur le marché de la distribution du vêtement du prêt-à-porter et de la maille

Le Conseil de la concurrence (section II),

Vu la lettre du 10 avril 1997, enregistrée sous le numéro F 957, par laquelle M. Delrieu, ancien détaillant, a saisi le Conseil de la concurrence de pratiques mises en œuvre par le groupe Benetton sur le marché du vêtement du prêt-à-porter et de la maille ;

Vu la lettre du 10 mars 2000, enregistrée sous le numéro F 1219, par laquelle les représentants de la société Marine, MM. Rager et Gaudy, anciens détaillants, ont saisi le Conseil de la concurrence à l'égard du même groupe et pour les mêmes pratiques ;

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

Vu la décision de secret des affaires n° 00-D-05 du 18 mai 2000 ;

Vu les observations présentées par le commissaire du Gouvernement, par les parties saisissantes, M. Delrieu et MM. Rager et Gaudy de la société Marine, les sociétés Benetton Group S.p.a., Benetton France Trading et les sociétés Benelyon SA, Nova SARL, Per Bene SARL et Repsud ;

Vu les autres pièces du dossier ;

Le rapporteur, le rapporteur général, le commissaire du Gouvernement, M. Delrieu, MM. Rager et Gaudy, M. Cigaia, gérant de Benetton France Trading, les sociétés Per Bene SARL, Benelyon SA, Nova SARL et Repsud entendus lors de la séance du 11 juillet 2001 ;

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

I. - Constatations

A. - Le secteur concerné

En 1997, selon le Centre Textile de Conjoncture et d'Observation Economique (CTCOE), les chaînes spécialisées en produits d'habillement et les chaînes multispécialistes ont réalisé un chiffre d'affaires de 109,8 milliards de francs, toutes taxes comprises. La répartition des chiffres d'affaires selon le type d'activité était, pour les chaînes spécialisées de 19,5 milliards de francs pour les vêtements féminins, de 6 milliards de

francs pour les vêtements masculins et de 5,8 milliards de francs pour les vêtements d'enfants. Pour les chaînes multispécialistes d'habillement pour homme, femme et enfant, dans lesquelles le groupe Benetton est répertorié, le chiffre d'affaires réalisé est de 40,211 milliards de francs, toutes taxes comprises (soit 58 %). Ces chiffres n'intègrent pas les chiffres d'affaires réalisés par les magasins indépendants multimarques.

La distribution des vêtements est assurée par les réseaux de franchisés, par les succursales, par les grands magasins, les supermarchés et hypermarchés, au moyen de la vente par correspondance et par les magasins traditionnels indépendants multimarques ainsi que sur les marchés et les foires.

B. - Le groupe Benetton

Le groupe Benetton, créé en 1977, s'est développé à l'origine, dans le secteur de la maille puis a étendu ses activités au secteur du vêtement de prêt-à-porter " homme, femme et enfant " ainsi qu'aux accessoires tels que les ceintures et les sacs. La conception des produits est faite en Italie, à l'échelon international. Le groupe dispose d'un centre robotisé où sont stockées les marchandises, à Castrette de Villorba en Italie.

Aujourd'hui, le groupe Benetton est fortement internationalisé et se développe dans des secteurs tels que les équipements sportifs, le sport automobile, la restauration autoroutière ou la téléphonie mobile. Les nombreuses filiales du groupe de Luciano Benetton demeurent, dans la plupart des cas, consolidées à hauteur de 100 % dans le capital de la maison mère dont le siège est situé à Trévise, en Italie, sous la dénomination Benetton Group S.p.a.

La représentation du groupe, en France, est assurée par une filiale, depuis 1993, Benetton France Trading. Les effectifs de la société se composent de deux cadres, cinq agents de maîtrise et techniciens et sept employés. Le gérant de la société est M. Paolo Cigaia.

Les états financiers de Benetton France Trading font état d'un chiffre d'affaires de 543,8 MF en 1997 et de 504 MF en 1998, exportations comprises et de 287,8 MF, hors exportations. La part de marché de la société, dans le secteur du prêt-à-porter et de la maille, est estimée à environ 2,38 %.

C. - Le système de distribution

Le système de distribution du groupe Benetton sur le territoire français s'appuie sur sa filiale, Benetton France Trading, sur des agents commerciaux et sur un réseau de détaillants. Ainsi, le territoire national est divisé en cinq zones, chacune d'elle étant affectée, à titre exclusif, à un agent commercial. Aux termes du contrat qui les lie à Benetton France Trading, les agents commerciaux sont mandataires de la société.

Les obligations des agents commerciaux sont définies à l'article 8 du contrat d'agent. Ils ont, notamment, pour mandat de promouvoir les ventes des produits, de sélectionner les revendeurs, de fournir " *de façon gratuite et permanente aux clients les informations et les éléments nécessaires à assurer le succès de l'opération et, ce conformément aux stratégies de Benetton* ", de respecter les prix et conditions générales de vente que le mandant peut modifier à tout moment, de transmettre à Benetton France Trading les commandes des revendeurs. L'agent commercial n'a pas le pouvoir de prendre un quelconque engagement ou de conclure un contrat au nom du mandant ; il perçoit une rémunération sous forme de commission de 6,25 % sur le

montant hors taxes, après déduction éventuelle des remises immédiates ou différées et escomptes, des ventes qu'il a réalisées. Le taux de commission tient compte de son engagement de ducroire. En effet, l'agent commercial est ducroire à hauteur de 15 % dans toutes les opérations dans la limite du montant des factures émises par le mandant et impayées par les clients.

Au moment de l'enquête, Mme Ghislaine Degli-Esposti (société GDE Représentation à Paris), avant d'être l'agent commercial de la zone nord-ouest jusqu'à la fin de la saison automne/hiver 1999, était l'agent commercial de la zone nord-ouest et grande banlieue, M. Fabio Pagotto, l'agent commercial des zones Rhône-Alpes et Centre (société Benelyon à Lyon), M. et Mme Sigismondi, les agents commerciaux de la zone Ouest (société Nova à Nantes), M. Lorenzo Alati, l'agent commercial des zones Paris et Est (société Per Bene à Paris) et M. José Miguel Caudeli, l'agent commercial de la zone Sud (société Repsud à Marseille).

Le réseau de distribution des détaillants couvre l'ensemble du territoire national. Il comprenait 407 magasins au 1^{er} janvier 1995 et 292 magasins au 1^{er} janvier 1999 ainsi que des stands aux magasins des Galeries Lafayette et au Printemps. Depuis une date récente, le groupe cherche à implanter des grandes surfaces de type mégastore.

Au 1^{er} janvier 1999, la zone nord-ouest comprenait 127 boutiques, les zones Rhône-Alpes et Centre, 43 boutiques, la zone ouest, 30 boutiques, les zones Paris et est, 61 boutiques et la zone sud, 31 boutiques.

Les revendeurs ne sont pas recrutés en fonction de critères de sélection précis et ne règlent pas de droit d'entrée au groupe Benetton. Dans les cas où leur solvabilité présente un risque, des cautions leur sont demandées. Les agents commerciaux font signer aux revendeurs une déclaration de droit d'utilisation de la marque qui est révoquée en cas de cessation des relations commerciales avec le groupe Benetton. Enfin, aux termes de cette déclaration, les revendeurs ne bénéficient d'aucune exclusivité territoriale.

Les conditions générales de vente portées au dos de chaque bon de commande régissent les relations contractuelles entre Benetton France Trading et les revendeurs. Les relations entre le groupe Benetton et les revendeurs s'inscrivent dans une relation acheteur - fournisseur dans un système de distribution de produit monomarque.

D. - Les pratiques dénoncées

Dans sa saisine, M. André Delrieu, ancien détaillant du groupe Benetton dans le sud-est de la France, indique avoir dénoncé, auprès de la Direction départementale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes du département de l'Aude, le 20 août 1996, le pré-étiquetage des articles par le groupe Benetton avec indication du prix de revente au consommateur, de prendre des lots complets d'articles sans modification possible de l'assortiment, d'acheter un montant minimal de commandes, de faire appel à des entreprises recommandées par le groupe Benetton pour l'aménagement des magasins, de soumettre à l'accord préalable de Benetton les opérations promotionnelles et tout projet de cession des boutiques à l'enseigne Benetton ainsi que de vendre exclusivement des articles de marque Benetton.

Mme Rager, au nom de la société Marine, ancienne détaillante, dont le magasin était implanté dans la zone nord-ouest confiée à Mme Degli Esposti, a dénoncé l'absence d'écrit formalisant les relations commerciales

entre le groupe Benetton et les détaillants, l'obligation de respecter les prix fixés par Benetton résultant du système de pré-étiquetage des prix publics de revente sur les articles livrés, lequel empêcherait de changer les étiquettes sans modifier la marque, l'impossibilité de restituer les invendus et les articles défectueux, les livraisons supplémentaires par rapport aux commandes, l'obligation de vendre exclusivement des articles de marque Benetton ainsi que l'obligation de faire appel à des entreprises mandatées par le groupe pour l'aménagement des magasins. La société Marine a aussi dénoncé la rupture unilatérale et brutale de ses relations commerciales avec la société Benetton France Trading, à l'initiative de cette dernière.

A la suite de la saisine de M. Delrieu en date du 10 avril 1997, une première demande d'enquête a été faite par le Conseil le 14 décembre 1998 et une seconde demande, le 30 mars 1999 ; le directeur général de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes a transmis le rapport de la Direction nationale des enquêtes et les pièces de l'enquête comprenant près d'une trentaine de procès-verbaux d'audition et plus de 1 800 pages de documents ; que la société Marine a saisi le Conseil le 10 mars 2000 ; la notification des griefs est intervenue les 7 et 14 septembre 2000 et la notification du rapport le 28 mars 2001 ;

Au stade du rapport définitif, deux griefs ont été maintenus à l'encontre des sociétés Benetton Group S.p.a. et Benetton France Trading, pour avoir imposé aux revendeurs des prix de revente publics et pour avoir imposé aux revendeurs les entreprises d'aménagement des magasins.

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

Sur la jonction de saisines

Considérant que la saisine de M. Delrieu du 10 avril 1997 et la saisine des représentants de la société Marine du 10 mars 2000 concernent et mettent en cause les mêmes entreprises à raison des mêmes pratiques pour des périodes successives ; qu'il y a donc lieu de les joindre pour statuer par une seule et même décision ;

Sur la durée de la procédure

Considérant que les sociétés Benelyon, Nova et Repsud, agents commerciaux du groupe Benetton, font valoir que " *l'examen chronologique de la procédure devant le Conseil de la concurrence a quasiment stagné pendant près de trois ans, avant qu'une deuxième saisine ne vienne " in extremis " sauver la procédure qui allait être frappée de prescription " ; qu'elles observent qu'il s'est écoulé " près de trois ans entre la saisine du Conseil de la concurrence par M. André Delrieu le 10 avril 1997 et la seconde saisine en date du 10 mars 2000 par la Sarl Marine " et " trois ans et demi entre la première saisine du Conseil de la concurrence visée ci-dessus et la notification de griefs en date du 14 septembre 2000 " ; que ces sociétés soutiennent que l'affaire ne présente pas de complexité et ne met en cause que peu d'opérateurs ; que, dans ces conditions, " *cette lenteur de la procédure est susceptible de porter atteinte aux droits de la défense des parties mises en cause " ; que, selon les agents commerciaux, la lenteur de la procédure est condamnée " tant par l'article 6-1 de la Convention européenne des droits de l'homme que par la jurisprudence communautaire " et qu'au sens de cet article " *toute personne a droit à ce que sa cause soit entendue... dans un délai raisonnable " ; que les sociétés Benelyon, Nova et Repsud invoquent à cet égard l'arrêt de la Cour d'appel de Paris du 6 mai 1997 et les arrêts du Tribunal de première instance des Communautés européennes et de la Cour de justice,***

respectivement des 22 octobre 1997 et 17 décembre 1998 ; qu'elles demandent au Conseil de constater que la procédure a été d'une durée anormale, contraire au délai raisonnable exigé par l'article 6-1 de ladite convention ;

Considérant qu'aux termes de l'article 6, paragraphe 1, de la Convention européenne de sauvegarde des droits de l'homme et des libertés fondamentales, toute personne a droit à ce que sa cause soit entendue équitablement, publiquement et dans un délai raisonnable ;

Considérant que la longueur de la procédure, pour regrettable qu'elle puisse apparaître, n'est pas déraisonnable, compte tenu des enjeux et de la difficulté du dossier ;

Sur l'organisation du réseau de distribution

Considérant que la société Marine expose que *" tout le système développé par les agents commerciaux Benetton repose sur la croyance dans laquelle se trouvent les revendeurs d'être liés au groupe Benetton par un contrat de commercialisation restreinte justifiant les obligations qui leur étaient imposées, notamment, en matière de prix et d'agencement des boutiques et ayant pour contrepartie un droit à indemnité en cas de rupture unilatérale de la part de Benetton "* ; que la société Marine soutient que *" certains croient évoluer dans le cadre d'une franchise, d'autres dans celui d'une distribution sélective, d'autres encore dans le cadre d'une distribution exclusive "* ; qu'elle constate que le groupe Benetton tire avantage de cette confusion ; qu'en outre, la société Marine souligne que la maîtrise du réseau repose *" sur l'absence d'écrit qui permet de jouer sur l'incertitude dans laquelle se trouvent les revendeurs sur la nature et l'étendue des obligations restreignant leur liberté commerciale "* et qu'il s'ensuit que les exigences formulées et les pressions exercées par le groupe Benetton sur les revendeurs sont toujours orales ;

Considérant, en premier lieu, qu'il est loisible à une entreprise de déterminer librement les conditions de distribution de ses produits, dès lors que le système de distribution ainsi choisi ne crée pas de barrières artificielles à l'entrée sur le marché de la distribution des produits concernés et qu'il maintient la liberté commerciale des revendeurs quant aux prix pratiqués aux consommateurs ;

Considérant, en second lieu, que si des revendeurs estiment avoir été trompés sur leurs conditions d'entrée dans le réseau du groupe Benetton ainsi que sur la nature de leurs relations avec le fournisseur, les litiges qui peuvent en découler sont d'ordre commercial ;

Sur les restrictions qui seraient imposées par la société Benetton ou par ses agents commerciaux

En ce qui concerne la définition du marché pertinent

Considérant que la société Marine fait valoir que la définition du marché pertinent, retenue dans le rapport circonscrit au vêtement du prêt-à-porter et de la maille, est trop large ; que l'expérience de la société Marine la conduit à retenir une dimension plus restreinte de ce marché, limitée à celui de la maille ; que la société Marine expose que *" la spécificité du groupe Benetton, du moins sur la période 1993-1999 "* est la vente des lainages, surtout des pulls et des écharpes, notamment en province, dont l'offre se caractérise par des modèles identiques pour toute la famille, par des modèles déclinés dans un nombre de coloris sans

équivalent ; que si, selon la société Marine, " le groupe va commercialiser, à côté de ces produits, d'autres vêtements de prêt-à-porter sans originalité particulière, ... ces produits ne seront vendus que parce que préexiste cet autre marché très spécifique de la maille, multimaille, mixte et multicolore qui constitue, en quelque sorte, le concept original de Benetton " ; que, pour la société Marine, " il ne fait pas de doute ... que le groupe Benetton était incontestablement leader et quasiment seul sur ce marché étroit, d'où d'ailleurs son succès rapide et l'émergence progressive d'une concurrence, au demeurant très faible... " ;

Mais considérant, en premier lieu, que les coloris particuliers aux produits Benetton et le fait que les modèles soient identiques pour tous les membres d'une même famille ne suffisent pas à établir que les consommateurs considèrent les produits de cette marque, ou ceux de marque pratiquant éventuellement la même politique commerciale, comme non substituables aux produits offerts par d'autres fabricants de vêtements ; qu'en deuxième lieu, il résulte des statistiques du Centre textile de conjoncture et d'observation économique (CTCOE) que le groupe Benetton exerce son activité à 50 % dans la maille et à 50 % dans la confection de vêtement de prêt à porter ; que, d'une part, ces deux types de vêtements peuvent se prêter, au moins en partie, aux mêmes usages ; que, d'autre part, les boutiques travaillant sous la marque Benetton, comme celle des autres chaînes et spécialistes, proposent à la vente ces deux types de produits ; que le CTCOE ne distingue d'ailleurs pas entre ces deux catégories pour l'établissement de ses statistiques ; qu'il suit de là que le marché pertinent est celui des vêtements de prêt-à-porter, incluant les produits en maille ; que, sur le marché ainsi défini, la société Benetton détient une part de marché de 2,5 % environ en 1997 et 1998 ; qu'aucun élément du dossier ne permet d'ailleurs de penser que, sur un hypothétique marché de la maille, la part de marché serait d'un ordre de grandeur significativement plus élevé ; que le marché ainsi défini pourrait encore être décomposé en cinq segments : le prêt à porter masculin, le prêt à porter féminin, les vêtements d'enfants, les accessoires et les chaussettes ; que selon une étude réalisée par le cabinet NERA en janvier 2000, le groupe Benetton ne dispose d'une part significative sur aucun de ces segments ;

En matière de pratique de prix de revente publics imposés

Considérant que la diffusion de prix maximaux de revente ou de prix conseillés ne constitue pas une pratique prohibée par les dispositions de l'article L. 420-1 du code de commerce, à condition que ces prix ne revêtent pas, en réalité, le caractère de prix imposés ou de prix minima ; qu'il est, en outre, possible à un fournisseur de communiquer, à ses revendeurs situés dans la même zone de chalandise, des barèmes de prix maximaux de revente ou de prix conseillés, à condition que ces indications soient sans ambiguïté et que ces prix ne revêtent pas, en réalité, le caractère de prix imposés ou de prix minimaux ; qu'à l'inverse, lorsque les revendeurs sont regroupés sous la même enseigne et situés, pour certains d'entre eux, sur les mêmes zones de chalandise, la fixation de prix de revente identiques ou minimaux que tous les membres du réseau se trouvent, en fait, dans l'obligation d'appliquer, constitue une pratique prohibée par l'article L. 420-1 du code de commerce ;

Considérant, en premier lieu, que les déclarations des revendeurs révèlent des contradictions qui ne permettent pas de soutenir la thèse d'une pratique de prix de revente publics imposés ; qu'ainsi, M. Gérard Wolf, revendeur à Paris depuis 1991, a déclaré, 15 juin 1999, : " Je gère cette boutique depuis septembre 1991... J'applique les prix portés sur les étiquettes. Les agents commerciaux qui détiennent des boutiques pratiquent eux-mêmes des prix différents de ceux portés sur les étiquettes. Quant à moi, je ne le fais pas... Les prix de revente indiqués au moment de la commande s'avèrent parfois inférieurs à ceux portés sur

l'étiquette ensuite... Dans ce cas, je remets sur l'étiquette le prix du récapitulatif des commandes. Je mets du blanc sur l'étiquette pour indiquer mon nouveau prix de vente... ", Mme Danièle Hanoune, revendeur à Neuilly-sur-Seine depuis 1978, a déclaré, le 1^{er} juin 1999, : " ... *Les prix pratiqués par les détaillants à Paris sont différents. Nous avons la possibilité de fixer nos prix...* ", Mme Marie-José Lafortune, revendeur à Paris depuis 1986, a déclaré, le 16 juin 1999, : " ... *Nous ne pouvons discuter le niveau des prix... Il y a cinq ans, nous devions respecter les prix de vente. Mais nous n'avons pas de contrôle. Aujourd'hui, les prix sont modifiés par certaines boutiques...* ", M. Jean Charles Lafay, revendeur à Rouen depuis 1978, a déclaré, le 20 août 1999, : " ... *Nous sommes libres de fixer un prix même si je les change rarement. Certains articles sont trop chers. Je baisse les prix excessifs...* ", M. Roger Vitton-Mea, revendeur à Chambéry depuis 1994, a déclaré, le 30 juillet 1999, : " ... *Les articles que nous recevions étaient pré-étiquetés par Benetton mais j'ai toujours changé les prix pour obtenir un coefficient multiplicateur de 2,5...* ", M. Troyano, revendeur à Montpellier depuis 1984, a déclaré, le 9 juin 1999, : " ... *Les articles sont pré-étiquetés chez Benetton avec la mention d'un prix conseillé. Auparavant, nous étions tenus de respecter les prix de vente indiqués par Benetton (avant 1994-1995). Aujourd'hui, sur certains articles dont le prix a tendance à baisser chez Benetton, je modifie l'étiquetage et j'augmente les prix fixés...* ", Mme Martine Bretté, revendeur à Arles depuis 1992, a déclaré, le 8 juillet 1999, : " ... *J'ai toujours respecté les prix indiqués sur les étiquettes...* ", M. Daniel Mauris, revendeur à Annecy depuis 1992, : " ... *Je suis libre de fixer mon prix de revente à mes clients... Les agents commerciaux regardent les étiquettes ; en cas de modification de prix, ils peuvent faire des remarques que je ne suis pas obligé de suivre...* ", M. Michel Catusse, revendeur à Béziers depuis 1997, a déclaré, le 7 juillet 1987, : " ... *Il nous est arrivé d'augmenter des prix ou de baisser les prix des articles sur les étiquettes. Nous n'avons jamais eu de contrôle de Benetton concernant les prix. Mais il nous était conseillé de respecter les prix sur les étiquettes...* ", M. Manuel Sanchez, revendeur à Orléans depuis 1996, a déclaré, le 27 mai 1999, : " ... *Il nous est arrivé de changer, en trois ans, trois fois les prix sur un article...* ", Mme Martine Laporte, revendeur à Lunel depuis 1997, a déclaré, le 6 juillet 1999, : " ...*Je pensais que les prix étaient imposés par Benetton. Les articles sont pré étiquetés par Benetton. Le prix y figure déjà. Je modifie les prix pendant les soldes seulement...* ", M. Jean Claude Dupuis, revendeur à Angers depuis 1997, a déclaré, le 27 août 1999, : " ... *Je travaille depuis 20 ans pour Benetton...Il m'est arrivé de baisser ou d'augmenter les prix sur les étiquettes. J'en ai parlé avec les agents commerciaux qui n'y étaient pas favorables mais ils n'ont pas exercé de contraintes...* ", M. Jean Luc Martin, revendeur à Nantes depuis 1996, a déclaré, le 25 août 1999, " *Je ne change pas les prix pour des raisons de commodités mais aussi parce que j'estime que le niveau de prix est bien fixé. Je ne me suis pas posé la question...* ", Mme Verdu, revendeur à Montpellier depuis 1998, a déclaré, le 5 juillet 1999, : " ... *Nous recevions les articles pré-étiquetés. Nous n'avons jamais eu l'idée de changer les prix... Nous n'avons pas de contrôle dans les boutiques...* " ;

Considérant, en deuxième lieu, que si certaines déclarations recueillies au cours de l'enquête font état d'une présence appuyée des agents commerciaux de Benetton France Trading auprès de certains revendeurs qui se seraient démarqués trop nettement des prix conseillés, les revendeurs interrogés n'ont pas fait état de contrôles exercés par les agents commerciaux pour faire respecter les prix conseillés ; que, si certains revendeurs se sont plaints que d'autres membres du réseau, avec lesquels ils pouvaient être en concurrence, pratiquaient des prix jugés par eux trop bas et ont sollicité l'intervention de l'agent commercial, ces plaintes montrent que les prix conseillés par Benetton France Trading n'étaient pas respectés par les revendeurs ; qu'aucune mesure de rétorsion, qui aurait été prise à l'encontre de ces revendeurs pratiquant des prix bas, n'a été mise en évidence par l'instruction ;

Considérant, en troisième lieu, qu'en ce qui concerne la comparaison entre les prix de revente conseillés et les prix réellement pratiqués par certains revendeurs, les données ne sont ni suffisamment nombreuses ni suffisamment identiques pour une zone de chalandise donnée et une référence donnée pour permettre d'établir la pratique ;

Considérant qu'il suit de là qu'il n'est pas établi que des prix de revente aient été imposés au sein du réseau Benetton ;

En ce qui concerne le choix des entreprises d'aménagement des boutiques

Considérant qu'il est loisible à un fournisseur, pour assurer l'unité du réseau, de faire respecter par les revendeurs les éléments d'identification de la marque et de présentation des articles à travers l'application de fiches techniques détaillées mis à leur disposition ; que cependant, dans certaines circonstances, le fait que les entreprises d'aménagement des locaux et de fourniture de mobilier soient imposées aux revendeurs peut revêtir un caractère anticoncurrentiel ;

Considérant que les déclarations des revendeurs se révèlent souvent contradictoires sur ce point ; qu'ainsi, M. Ahmed Baktiari, revendeur à Lille, a déclaré, le 16 septembre 1999, : " ... *La société qui réalisait les agencements dans la zone Normandie-Bretagne-Nord était la société Ideprint appartenant à M. et Mme Degli-Esposti. L'agent ne proposait aucune autre société...* ", M. Daniel Mouchel, revendeur à Caen, a déclaré, le 19 août 1999, " ...*La société qui a réalisé l'aménagement intérieur de notre boutique était la Sarl Ideprint.. Cette société nous a été imposée par l'agent commercial... Nous avons pu faire réaliser les travaux par des entreprises locales sous contrôle d'Ideprint...* ", M. Manuel Sanchez, revendeur à Orléans, a déclaré, le 27 mai 1999, : " ...*Benetton s'est chargé de nous communiquer des adresses de fabricants de mobiliers pour l'aménagement intérieur de la boutique. J'ai opté pour la société Eurasia d'Italie qui nous assuré une prestation de 300 à 400 000 F. Benetton nous a proposé des modèles de mobilier...* ", M. Philippe Garnier, revendeur à Grenoble, a déclaré le 28 juillet 1999, " ... *Benetton nous a imposé le mobilier fabriqué par une entreprise italienne : Eurasia recommandée par Benetton... Cette société est systématiquement recommandée par Benetton... J'ai pu faire appel à des sociétés locales pour le plafond, les sol et les travaux annexes...* ", M. Daniel Mauris, revendeur à Annecy, a déclaré, le 29 juillet 1999 : " ... *Benetton m'a proposé de me fournir le mobilier sans me contraindre à adopter les services de l'entreprise Eurasia pour réaliser les travaux d'aménagement intérieur...* ", Mme Verdu, revendeur à Montpellier, a déclaré, le 5 juillet 1999, : " ... *Nous n'avons pas le choix de l'entreprise d'aménagement intérieur. Benetton, en la personne de M. Marchiorello, nous a recommandé Elite pour l'agencement...* ", Mme Martine Bretté, revendeur à Arles, a déclaré, le 8 juillet 1999, : " ... *Benetton nous a imposé une entreprise pour effectuer les travaux : Frizerga. M. Cuturi nous avait proposé cette entreprise. Nous n'avons pas le droit de prendre une autre entreprise...* ", M. Jean Claude Dupuis, revendeur à Angers, a déclaré, le 27 août 1999, " ... *Le matériel de décoration (Merceria blanche) nous a été vendu par l'entreprise Eurasia. Je n'ai pas eu le temps après la signature du bail de chercher une autre entreprise que celle recommandée par Benetton...* ", M. Jean Luc Martin, revendeur à Nantes, a déclaré, le 25 août 1999, " ... *J'ai voulu refaire l'agencement de cette boutique. J'ai été mis en contact avec Eurasia par M. Sigismondi pour le mobilier de type " Merceria "...* " ; que, par ailleurs, la société Marine, partie plaignante, a pu s'opposer à la demande de l'agent commercial qui lui proposait une entreprise désignée par le groupe Benetton sans que cela ait été une entrave à l'ouverture du magasin ;

Considérant qu'il résulte de ce qui précède que les personnes interrogées estiment, selon le cas, qu'elles ont " été mises en contact " avec un fournisseur, ou qu'un fournisseur " leur a été recommandé " par Benetton, ou que Benetton leur a proposé de leur fournir le mobilier sans les contraindre, ou que Benetton leur a imposé le mobilier ; que la diversité de ces réponses ne permet pas d'établir que le recours à des entreprises d'aménagement des boutiques particulières ait été imposé au sein du groupe Benetton ;

Sur la demande de sursis à statuer

Considérant qu'en séance, le commissaire du Gouvernement a demandé au Conseil de surseoir à statuer afin, d'une part, que soit notifié un grief de mise en place d'une protection territoriale absolue et, d'autre part, que soient complétées les investigations en vue de rechercher des preuves de l'exactitude matérielle des pratiques faisant l'objet des griefs au stade du rapport ;

Considérant, sur le premier point, que le commissaire du gouvernement estime que le fait que les revendeurs ne puissent pas répondre aux sollicitations d'approvisionnement d'autres revendeurs et que " *le système de distribution de Benetton ne permette pas effectivement des livraisons croisées entre revendeurs ou la rétrocession d'articles entre ces derniers ou, du moins seulement à titre exceptionnel et à l'insu de l'agent commercial, justifie pleinement le grief d'entente* " ; que le commissaire du Gouvernement ne partage pas la position du rapport qui a conclu à l'absence de pratique caractérisée, à défaut d'exemples précis de refus de livraison opposés à des revendeurs qui auraient cherché à s'approvisionner auprès d'autres revendeurs situés soit sur le territoire national, soit dans d'autres Etats membres ; qu'il estime que " *l'effet potentiel de la pratique suffit à la condamner* " ; et que, dès lors, il y a lieu de surseoir à statuer et d'adresser une notification de grief complémentaire au groupe Benetton ainsi qu'aux agents commerciaux ;

Mais considérant que les différents indices relevés sont insuffisants pour établir que l'octroi de zones de distribution exclusive aux agents commerciaux aurait abouti à une protection territoriale absolue ;

Considérant, en effet, qu'un seul revendeur fait état d'une impossibilité de rétrocession d'articles entre magasins : " *... Il n'y a pas de rétrocession entre magasins car ce n'est pas d'usage...* " (déclarations du 1^{er} juin 1999 de Mme Hanoune, revendeur à Neuilly-sur-Seine) ; que les déclarations de cinq revendeurs interrogés par l'enquêteur ne confirment pas les déclarations de Mme Hanoune ; qu'ainsi, M. Vitton-Mea, revendeur à Chambéry, a déclaré, le 30 juillet 1999, : " *... Nous pouvions nous échanger les marchandises entre boutiques même si Benetton y était hostile...* ", M. Wolf, revendeur à Paris, a déclaré, le 15 juin 1999, : " *...Il arrive que nous rétrocédions à d'autres boutiques quelques pièces pour un dépannage au prix facturé...* ", Mme Schellino, revendeur à Paris, a déclaré, le 23 juin 1999, : " *...Nous pouvons faire des rétrocessions entre boutiques dans le cas où nous ne souhaitons pas acheter trop de quantités...* " et Mme Lafortune, revendeur à Paris, a déclaré, le 16 juin 1999, : " *...La rétrocession d'articles est possible entre boutiques...* " ; que deux agents commerciaux ont déclaré ce qui suit : " *... Nous ne reprenons pas les marchandises mais les commerçants peuvent s'échanger des articles ou les revendus...* " (déclarations du 8 septembre 1999 de M. Pagotto, agent commercial de la zone Rhône-Alpes et Centre) - " *... Les commerçants ont la possibilité de s'échanger voire de se revendre des articles. Nous-mêmes nous faisons les intermédiaires...* " (déclarations du 3 septembre 1999 de M. et Mme Sigismondi, agents commerciaux de la zone Ouest) ; qu'en l'absence de tout autre élément, il n'est pas démontré que le groupe Benetton ait mis en place une protection territoriale absolue interdisant, d'une part, les importations parallèles et, d'autre part, les

demandes présentées par des revendeurs à d'autres revendeurs quelle que soit leur situation géographique ;

Considérant, sur le second point, que la recherche d'éléments supplémentaires en vue d'établir la réalité des pratiques relatives aux deux griefs définitivement retenus au stade du rapport n'apparaît pas nécessaire ; qu'en effet, à supposer même que l'ensemble des faits exposés ci-dessus soient établis, il apparaît, d'une part, que la part de marché détenue par le groupe Benetton sur le marché du prêt-à-porter n'est pas telle que la pratique de prix de revente publics imposés aurait eu ou pu avoir un effet sensible sur la concurrence ; que, d'autre part, il n'y a pas de raison de penser qu'un marché de l'aménagement des magasins Benetton puisse être défini ; que, dès lors, le marché pertinent, qui ne saurait concerner que l'aménagement des magasins en général, est trop important pour que les pratiques en cause puissent l'affecter de façon significative ; que, par conséquent, il n'y a pas lieu de surseoir à statuer ;

Considérant qu'il résulte de l'ensemble de ce qui précède qu'il y a lieu de faire application des dispositions de l'article L. 464-6 du code de commerce et de décider qu'il n'y a pas lieu de poursuivre la procédure,

DÉCIDE

Article unique: Il n'y a pas lieu de poursuivre la procédure.

Délibéré sur le rapport oral de Mme Bergaentzlé, par M. Jenny, vice-président, présidant la séance, MMM. Robin, Nasse et Bague, membres.

Le secrétaire de séance,
Thierry Poncelet

Le vice-président, présidant la séance
Frédéric Jenny