



**Décision n° 03-D-36 du 29 juillet 2003
relative à des pratiques mises en œuvre
sur le marché des fraises produites dans le Sud-Ouest**

Le Conseil de la concurrence (section II),

Vu la lettre du 10 juillet 2001, par laquelle le ministre de l'Économie, des finances et de l'industrie a, en application des dispositions de l'article L 462-5 du code de commerce, saisi le Conseil de la concurrence des conditions de mise sur le marché de la fraise produite dans le Sud-Ouest, et plus particulièrement dans le département du Lot-et-Garonne ;

Vu le livre IV du code de commerce relatif à la liberté des prix et de la concurrence et le décret n° 2002-689 du 15 avril 2002 fixant les conditions de son application ;

Vu la décision du 12 février 2003 par laquelle la Présidente du Conseil de la concurrence a, en application de l'article L 463-3 du code de commerce, décidé que cette affaire sera examinée sans établissement préalable d'un rapport ;

Vu les observations présentées le commissaire du Gouvernement, par la chambre d'agriculture du Lot-et-Garonne, par l'Association interprofessionnelle de la fraise du Lot-et-Garonne dite AIFLG, par les sociétés La Rivière, Defaye distribution, Aiguillonaise de commercialisation de fruits et légumes (SACFEL), la coopérative agricole Granlot, la coopérative des fruits et légumes des coteaux de Prayssac (Coop Prayssica), la coopérative agricole Valprim, Solprim, 2 M primeurs, la coopérative des agriculteurs de la région agricole marmandaise (Cadram), la coopérative agricole de la vallée du Lot (VDL), les primeurs du Sud-Ouest (Primso), Ortolan, et l'association défense du monde rural ;

Vu les autres pièces du dossier ;

La rapporteure, le rapporteur général, le commissaire du Gouvernement, les représentants de la chambre d'agriculture, de l'association de défense du monde rural, de l'association interprofessionnelle des fraises du Lot-et-Garonne, et des sociétés La Rivière, Defaye distribution, Aiguillonaise de commercialisation de fruits et légumes (SACFEL), la coopérative agricole Granlot, la coopérative des fruits et légumes des coteaux de Prayssac (Coop Prayssica), la coopérative agricole Valprim, Solprim, 2M primeurs, la coopérative des agriculteurs de la région agricole marmandaise (Cadram), la coopérative agricole de la vallée du Lot (VDL), les primeurs du Sud-Ouest (Primso), et Ortolan entendus au cours de la séance du 21 mai 2003 ;

I. – Constatations

LES ENTREPRISES ET ORGANISATIONS PROFESSIONNELLES CONCERNÉES

L'AIFLG (association interprofessionnelle des fraises du Lot-et-Garonne)

1. L'AIFLG, association soumise aux dispositions de la loi du 1^{er} juillet 1901, a été créée en 1998 par les acteurs locaux actifs sur le marché de la fraise, à l'exclusion de la distribution, en réaction à la crise de 1997 et pour remédier aux faiblesses de la filière constatées au plan local, notamment la stagnation de la production depuis 1993, l'augmentation du nombre de variétés (12 variétés représentant moins de 50 % de la production), la multiplication des méthodes d'agrège (19 méthodes différentes) empêchant une harmonisation des produits offerts, et l'éclatement de l'offre. Lors de sa création, l'association regroupait 29 producteurs et expéditeurs. Son siège est

installé dans les locaux de la chambre d'agriculture du Lot-et-Garonne. Ses statuts disposent que l'"AIFLG a pour objet de défendre et de promouvoir la fraise du Lot-et-Garonne par tout moyen approprié, et notamment : organiser la filière et défendre ses intérêts, développer une politique de qualité, mettre en place une grille interprofessionnelle d'agrégation, un cahier des charges et en assurer le contrôle, mettre en place des mesures destinées à régulariser la mise en marché, promouvoir le produit".

2. L'AIFLG, qui regroupe 85 % des professionnels du secteur dans le département du Lot-et-Garonne, s'est fixé pour mission de favoriser la gestion collective de la filière, d'assurer un lien entre les professionnels qui sont représentés au sein de trois collèges : les producteurs, les expéditeurs privés et les expéditeurs coopératifs. Sont également représentés au sein de l'AIFLG : le directeur départemental de l'Agriculture, le président de la Chambre d'agriculture, et le président de la Chambre de commerce et d'industrie. Les ressources de l'association proviennent des cotisations versées par les adhérents, et de subventions versées par le Conseil régional, le Conseil général, l'Oniflor, le Comité économique, ainsi que le CNASEA.

3. Le Conseil d'administration de l'association fixe les orientations techniques, économiques et commerciales. La cellule de gestion du marché qui siège au sein de l'AIFLG est composée de représentants des professionnels du secteur ; elle se réunit quotidiennement pendant la campagne pour suivre les prix pratiqués et fixer des objectifs de prix de vente, les prix élaborés en concertation entre les professionnels du secteur sont communiqués quotidiennement aux membres de l'association. La revue Linéaires d'avril 1999 explique ainsi que l'association "*aborde la gestion prévisionnelle des marchés avec un observatoire des prix et projette de créer un fonds de promotion qui pourrait s'avérer particulièrement utile pour désamorcer certaines crises*".

4. L'AIFLG a mis en œuvre plusieurs actions pour améliorer la qualité et l'homogénéisation des fraises du Lot-et-Garonne. Elle a réduit le nombre de variétés produites en interdisant dès 1998 les plantations de certaines variétés, en imposant aux adhérents de ne pas produire plus de cinq variétés de fraises plus la variété Gariguette, et en imposant l'utilisation d'une seule grille d'agrégation.

L'association Défense du monde rural venant aux droits de l'association Coordination rurale 47

5. L'association "*Coordination rurale 47*" enregistrée à la sous-préfecture de Marmande le 15 mai 1993 a été condamnée par un jugement du tribunal de grande instance de Marmande rendu le 05 février 1999, à changer sa dénomination. Désormais, et conformément à la déclaration enregistrée le 26 mars 1999 à la sous-préfecture, cette association s'appelle l'association pour la "*Défense du monde rural*".

6. L'association Coordination rurale 47 a été créée par des membres dissidents du syndicat coordination rurale 47, toutefois, l'association Coordination rurale 47 et le syndicat coordination rurale 47 sont deux personnes morales distinctes sans liens juridiques. Seule, l'association Coordination rurale 47 à laquelle est substituée l'association Défense du monde rural est mise en cause et doit répondre des pratiques qu'elle a mises en œuvre.

LA RÉGLEMENTATION

7. Le règlement (CE) n° 2200-96 du Conseil du 28 octobre 1996 portant organisation commune des marchés dans le secteur des fruits et légumes prévoit dans son titre II la possibilité de créer des "*organisations de producteurs*" qui peuvent notamment assurer la programmation de la production et son adaptation à la demande, promouvoir la concentration de l'offre et la mise en marché de la production des membres, régulariser les prix à la production, et promouvoir des techniques de production et pratiques culturales. Ces organisations de producteurs doivent être reconnues par l'État membre dans les conditions prévues aux articles 11 et suivants du règlement.

8. Le titre III du règlement n° 2200-96 dispose dans son article 19 que des "*organisations interprofessionnelles reconnues*" peuvent être constituées dans les États membres, toutefois avant

de les reconnaître les États doivent notifier à la commission des informations relatives notamment à leur représentativité et leurs activités et des éléments d'appréciation concernant ces organisations. La Commission peut s'opposer à la reconnaissance des organisations interprofessionnelles.

9. La loi n°99-574 du 9 juillet 1999 d'orientation agricole dispose qu'*"il ne peut être reconnu qu'une organisation interprofessionnelle par produit ou groupe de produits. Lorsqu'une organisation interprofessionnelle nationale est reconnue, les organisations interprofessionnelles régionales constituent des comités de cette organisation interprofessionnelle nationale et sont représentées au sein de cette dernière"* La création d'organisations interprofessionnelles agricoles était auparavant régie par les dispositions de la loi n° 75-600 du 10 juillet 1975 modifiée, qui prévoyait la possibilité pour les organisations interprofessionnelles de mettre en œuvre une discipline concernant la mise sur le marché, et les prix dans le cadre d'accords interprofessionnels reconnus par l'État.

10. Les accords reconnus par l'État peuvent bénéficier des dispositions de l'article L 420-4 du code de commerce. En France, la seule organisation interprofessionnelle reconnue par l'État, qui est notamment compétente pour la fraise, est l'association interprofessionnelle des fruits et légumes frais dite Interfel.

11. En revanche, même si la création de l'Association interprofessionnelle de la fraise du Lot-et-Garonne (AIFLG), en 1998, a été encouragée et aidée par la Chambre d'agriculture du Lot-et-Garonne, cette association n'est pas une organisation interprofessionnelle reconnue au sens du règlement européen n° 2200-96 du 28 octobre 1996 ou au sens de la réglementation nationale, et ne bénéficie d'aucun arrêté d'extension de ses règles, comme l'ont expressément reconnu les parties en séance devant le Conseil de la concurrence.

12. La loi n° 2001-420 du 15 mai 2001 relative aux nouvelles régulations économiques (dite NRE), prévoyant notamment, à son article 50, la mise en place de dispositifs d'intervention d'urgence pour faire face aux crises conjoncturelles, a été promulguée postérieurement aux faits examinés et n'est donc pas applicable en l'espèce.

LES CARACTÉRISTIQUES DU MARCHÉ DE LA FRAISE

L'offre

13. Avec une production de 81.800 tonnes de fraises, la France était, en 1997, le 3^{ème} producteur européen, derrière l'Espagne, 261.000 tonnes, et l'Italie, 161.000 tonnes. Cette production s'est maintenue en 1998, 80.446 tonnes, mais a fortement baissé en 1999 avec 65.088 tonnes.

14. La saison de production de la fraise française s'échelonne entre les mois d'avril et de juillet, la fraise est un fruit fragile qui doit être rapidement commercialisé. Le marché de la fraise du Lot-et-Garonne est déterminant pour la campagne de production des fraises françaises, car ce département, compte environ un millier d'exploitations et produit près du quart des fraises françaises, notamment la variété Gariguettes qui arrive à maturité dès le début du mois d'avril. Cette précocité permet aux producteurs de fraises du département du Lot-et-Garonne de devancer les producteurs des autres départements français et d'occuper seuls le marché pendant les trois semaines situées environ entre la fin des importations espagnoles et marocaines, et l'arrivée sur le marché de la production d'autres départements. Pendant cette période, il n'est pas contesté par les parties, que la quasi-totalité des fraises françaises proposées sur le marché provient du Lot-et-Garonne. Cette situation, bien que limitée dans le temps, a notamment pour effet que le cours de la fraise du Lot-et-Garonne détermine la tendance de la campagne française.

15. La fraise est économiquement importante pour le département du Lot-et-Garonne où elle représente 20 % du chiffre d'affaires des fruits et légumes et environ 10 % du chiffre d'affaires agricole du département.

16. Le secteur de la fraise a connu des difficultés dans le département du Lot-et-Garonne, en particulier en 1997, du fait de conditions climatiques favorables qui ont généré un décalage des

périodes de maturité des productions de plusieurs régions, si bien que la variété Gariguette est arrivée sur le marché alors que la fraise d'Espagne était encore très présente et, dès le début du mois de mai, elle a été concurrencée par la fraise de Sologne.

17. En 1999, les volumes de fraises commercialisés ont diminué de 22 % par rapport à 1998, et les rendements ont baissé de 9,2 % pour la variété Gariguette, et de 24,9 % pour les variétés de fraises rondes. 85 % des volumes de fraises produites dans le département du Lot-et-Garonne ont été consommés en France, contre 87 % en 1998 ; les exportations ont représenté 11,5 % de la production contre 9 % en 1998, et les "*dégagements*" vers l'industrie 3,5 % des volumes produits contre 4 % en 1998.

18. Le marché de la fraise est caractérisé par une vive concurrence entre la production française et la production étrangère, notamment européenne. La France, qui exporte des fraises, importe des volumes supérieurs à sa production ; les importations proviennent à 82 % d'Espagne et 9 % du Maroc, mais 67 % des importations de fraises sont effectuées au cours des mois de mars et avril. Cette saisonnalité des importations montre que les parts de marchés des différents producteurs estimées en volume globaux annuels ne sont pas les seules données pertinentes et doivent être croisées avec l'appréciation de la concentration des ventes sur une période de temps donnée.

La demande

19. La consommation de fraises émane, d'une part, des ménages, d'autre part, de l'industrie agroalimentaire qui utilise surtout des fraises surgelées qui sont importées notamment d'Europe de l'Est en particulier de Pologne. L'industrie consomme seulement 600 tonnes de fraises produites dans le Lot-et-Garonne.

20. La consommation de fraises des ménages français est variable puisqu'elle a oscillé entre un minimum de 51.000 tonnes en 1994 et un maximum de 68.600 tonnes en 1997 pour revenir à 61.100 tonnes en 1998. Mais, en valeur, elle a constamment augmenté, passant de 165 M€ en 1994 à 226 M€ en 1998, indépendamment des fluctuations en volume.

LA COMMERCIALISATION DES FRAISES DU LOT-ET-GARONNE

21. Jusqu'en 1997, les fraises du Lot-et-Garonne étaient vendues par l'intermédiaire d'un marché au cadran pratiquant des enchères dégressives, le premier acheteur se manifestant emportait le lot proposé. En 1997, les expéditeurs se sont retirés du marché au cadran qui a disparu.

22. L'expédition des fraises constitue une interface entre les producteurs et les grossistes, dans le département du Lot-et-Garonne. L'expédition est assurée par les stations qui sont des entreprises de grossistes-expéditeurs. Les stations apportent un appui technique, elles réceptionnent les fraises, les pèsent et les trient après agréage, et assurent le stockage au froid, l'emballage en barquette (ou filmage : 250 g. pour les Gariguettes et 500 g. pour les fraises rondes), la commercialisation et l'expédition. L'expédition des fraises, qui est concentrée sur une période courte de six semaines à deux mois, permet aux stations de réaliser une part significative de leur chiffre d'affaires.

23. La grande et la moyenne distribution commercialisent 59 % de la production dont 27 % par les hypermarchés, 27 % par les supermarchés, et 5 % par les supérettes et magasins traditionnels. Des accords sont recherchés entre les opérateurs du secteur de la fraise et la grande distribution.

LES PRATIQUES CONSTATÉES

Les actions de l'AIFLG

24. L'AIFLG a organisé une "*cellule de gestion du marché*" regroupant des professionnels producteurs et expéditeurs et qui se réunit quotidiennement pendant la campagne de production de fraises pour fixer des prix de vente applicables le lendemain aux ventes nationales et internationales, et aux ventes promotionnelles à venir. Elle fixe quotidiennement des prix dits objectifs pour les fraises de variété Gariguette, pour les fraises rondes, voire pour les fraises

destinées à l'exportation. Ces prix sont communiqués chaque jour à tous les membres de l'association.

25. Dans un article intitulé *"l'avenir de la fraise dépend de l'interprofession"* paru dans la publication *Agritaine dossiers* diffusée par la Chambre régionale d'agriculture d'Aquitaine, il est affirmé : *"les Lot-et-Garonnais se mobilisent en créant une interprofession chargée de rationaliser et d'homogénéiser les pratiques. (...) La diversité des acteurs en Aquitaine ne doit plus être un handicap. Le dernier échelon est celui de la valorisation du produit par une bonne gestion et par la non-concurrence sur les prix entre structures. (...) La bataille économique ne se gagnera que par la volonté des acteurs et leur capacité de se fédérer. L'avenir est donc entre les mains de l'interprofession"*.

26. Dans le bilan qu'elle dresse de la campagne 1999, l'association constate que, pour la variété Gariguette, *"la concertation sur les promotions, avec la distribution concernant les dates et les volumes et entre opérateurs concernant les prix, a eu un rôle important sur la tenue des cours"* ce qui a permis une augmentation du chiffre d'affaires du secteur. En revanche, elle déplore que son action ait été moins efficace pour la fraise ronde, et regrette que *"la concertation sur les mises en avant n'a pas joué le même rôle régulateur qu'en Gariguette"*.

27. La présidente de l'AIFLG au moment des faits a déclaré : *"en 1998, nous avons amélioré les prix départ station, logés, filmés, avant transport, hors litiges et avant ristournes systématiquement accordées à la grande distribution. Nous parlons toujours de ce prix là qui n'a rien à voir avec celui de la production. Ces prix sont tirés à l'association des prix que nous tenons quotidiennement (...)*.

En 1998, on est passé au prix moyen de 19 F pour la Gariguette et la ronde avec un volume de l'ordre de 18 000 tonnes, soit un CA départemental de (...) 300 millions de francs, pour 260 millions en 1997, année de crise qui a provoqué notre création. En 1998, nous n'avons pas eu de problèmes de qualité.

En 1999, très nette amélioration des solutions commerciales, mais nous avons eu des problèmes de qualité, car la fraise ne tenait pas. Nous avons, hors litiges, amélioré notre prix moyen à 20 F. L'année 1999 s'est donc mal passée, car le fruit a subi de mauvaises conditions météorologiques, pendant trois semaines pluvieuses (...)

Je précise que la DDA participe à tous les Conseils d'administration et à tous les bureaux. Dans le système de la cellule de gestion du marché, la DDA (direction départementale de l'agriculture), le SNM (service des nouvelles du marché, il s'agit d'un service à compétence nationale du ministère de l'agriculture et de la pêche), le Conseil général, le Conseil régional, l'Oniflhor et même les renseignements généraux ont un accès direct par Internet. Ont également accès les adhérents-expéditeurs. La grande distribution n'y a pas accès. Sur ce site professionnel nous fournissons par exemple un comparatif "personnel" de chaque station par rapport à la moyenne des autres. En réalité, seuls 4 ou 5 opérateurs ont cette année utilisé Internet.

Selon la station qui consulte le bilan comparatif la partie supérieure est modifiée. On y trouve le prix moyen pratiqué par elle-même sur la base des données qu'elle a fournies. Les deux premières colonnes correspondant aux fourchettes fournies par l'AIFLG. A gauche sont les prix préconisés, à droite sont les prix pratiqués (...).

J'estime à 30 F le prix moyen TTC au kilo de fraises au consommateur.

Il y a environ 50 expéditeurs dont 20 pèsent. Nos 17 adhérents représentent 85 % du marché (...).

Face à la pression économique que représente la distribution, nous avons une dispersion de l'offre trop importante, y compris au niveau des vingt adhérents, qui conduit inévitablement à une autoconcurrence entre eux, ce qui a conduit à la catastrophe de 1997.

A chaque crise de la fraise, des causes conjoncturelles de la crise pouvaient être différentes, les causes structurelles, à savoir cette trop grande dispersion, étaient toujours identiques. Il fallait donc raisonner non plus en entreprises, mais en filière, afin de regrouper l'offre. Il faut que se

soit consensuel, la première étape est la concertation. L'objet de l'interprofession, c'est donc de faire se concerter les producteurs, les opérateurs (c'est à dire les expéditeurs) et les opérateurs entre eux. Son premier résultat n'a pas été commercial, cela a été le passage de 15 variétés en 1998 à 8 en 1999, avec deux variétés (Gariguettes et Darselect) représentant 70 % des surfaces (...)

Sur le plan commercial, la démarche de la cellule de gestion du marché consiste à recueillir des prix et des volumes auxquels viennent s'agréger d'autres renseignements (météo, Espagne, SNM) pour déterminer les tendances pour le lendemain afin de se positionner vis à vis de la distribution sur des prix correspondant au marché (offre/demande) mais sans être démuni face à une pression économique liée à une différence de pression économique. Concrètement, les expéditeurs nous adressent à 15 heures les tonnages vendus et à quel prix en fonction de leur destination, leur prévisions en récolte pour le lendemain et les stocks du soir. Cette année, on y a ajouté une note de lisibilité sur le prix objectif de la veille. Ces documents nous sont transmis soit par Internet, soit par fax, et non par Minitel, l'Interprofession en fait la synthèse par informatique qu'elle adresse à tous les participants de la cellule de gestion qui sont dix : ce sont des commerciaux, dont huit permanents ; 34 commerciaux de coopérative et quatre privés. Ce sont les coopératives Solprim, Cadram, VDL et Granlot, et les sociétés Ortolan, 2M Primeurs, Sacfez et la Rivière. En outre il y a deux intervenants complémentaires pendant une semaine choisis dans la liste des adhérents (...). Participent en outre à la réunion de gestion de marché quotidienne effectuée par téléphone vers 18 heures le SNM, le Comité économique et l'Oniflhor (invité mais ne participe pas). La DDA a un numéro d'accès sur Internet pour avoir les renseignements. L'interprofession est devenue la référence pour l'ensemble des gens qui sont intéressés par la fraise. La Socave participe à la conférence téléphonique, elle donne ses tendances par téléphone, mais ne remplit pas les récapitulatifs quotidiens.

Lors de cette réunion, ils ont en leur possession la synthèse de l'association ; l'animatrice de la section nationale fraise du comité est le rapporteur de ce qui se passe dans les autres régions. Nous avons en outre Mme B., experte du SNM, qui connaît extrêmement bien le marché et ses acteurs.

Munis des prévisions pour le lendemain, ils déterminent un prix objectif en Gariguettes et en ronde, un objectif à l'export, les demandes d'aides de l'Oniflhor, les recommandations en matière de ramassage, les objectifs de mise à l'industrie, c'est à dire la gestion du marché.

Ils font le point des propositions de promotion de la grande distribution qui les a contactés. Le soir en réunion téléphonique, on a dit : "telle enseigne voudrait faire tel prix" pour savoir si on accepte de gérer en commun une promotion à venir, en prix et en volume.

C'est vraiment la gestion collective du marché. Une fiche de synthèse est ensuite réalisée, puis envoyée dans la société de chaque adhérent. Ce sont les non-intervenants à la réunion qui fournissent le critère de crédibilité des informations données par la cellule.

En mettant en cohérence les informations apparaissant sur le bulletin quotidien, on voit l'adéquation entre le prix objectif et le prix réalisé (...)

Dès la première heure le lendemain, on fait le tour des stations pour savoir comment cela se passe, pour savoir si on est en cohérence avec le marché, si certains ont des volumes qu'ils préfèrent rétrocéder à leurs collègues pour ne pas déstabiliser le marché, et savoir très vite si on est en crise ou pas."

28. L'AIFLG établit des courbes de comparaison entre les prix pratiqués et ceux qu'elle préconise ; la "comparaison prix objectifs/prix réalisés en Gariguettes en 1999 (F/kg)" réalisée par l'AIFLG établit que les prix objectifs fixés par l'AIFLG étaient supérieurs à la moyenne observée sur le marché, c'est à dire les prix effectivement pratiqués, sauf pour la période du 30 avril au 8 mai 1999. Les "prix objectifs mises en avant" des promotions furent globalement supérieurs au prix moyen pratiqué sur le marché, toutefois il a été expliqué en séance que les prix moyens prennent en compte les prix promotionnels, et les réductions qui ont pu être accordés à la grande

distribution. Pour les fraises rondes, à l'exception de la période du 5 au 11 mai, les prix fixés par l'AIFLG étaient supérieurs à la moyenne de prix pratiqués.

29. L'AIFLG contrôle les prix de vente qui sont pratiqués par les adhérents, et la cohérence entre les prix qu'elle fixe et les prix qui sont pratiqués. L'association intervient auprès des professionnels dont les prix de vente, y compris promotionnels, sont considérés comme insuffisants.

30. La présidente de l'association a en effet déclaré : "*M. S. est chef du service fruits et légumes à la Chambre d'Agriculture. Il est chargé de gérer l'association sur le plan administration. Mme P. assure l'animation technique ; elles est salariée permanente de l'interprofession. M. S. a fait le lien entre les différents opérateurs, qui n'avaient individuellement, en 1997, début 1998, aucune envie de travailler ensemble (...).*

Si un opérateur effectue un décalage par rapport au prix objectif, M S. intervient par téléphone pour avoir des explications sur ses motifs ; puis si cette démarche est insuffisante, j'en suis informée, et éventuellement j'interviendrai pour rappeler que la règle est collective. Si le comportement perdurait, l'opérateur en cause serait exclu de l'AIFLG, et l'information serait communiquée aux producteurs qui pourraient sanctionner en changeant d'expéditeur.(...)

L'AIFLG ne préconise pas de prix au niveau des consommateurs, sauf lorsque le distributeur est en situation de revente à perte".

L'AIFLG diffusait en 1998 sur son serveur Internet le message suivant "*1998 Restructuration et concertation*

Le 6 avril, signature d'un accord interprofessionnel, base sur laquelle fonctionne l'Association Interprofessionnelle de la fraise de Lot-et-Garonne depuis 1998

*la concertation inter-entreprises devient le credo de la filière fraise du Lot-et-Garonne
une grille d'agrégation unique favorise l'amélioration du niveau qualitatif du produit et facilite un paiement du producteur à la qualité.*

Avec l'observatoire de marché, l'Interprofession recrée une référence de prix, volume et de qualité.

la gestion du marché est effective grâce à des opérations à l'exportation (environ 1 300 t) et sur le marché industrie (environ 600 t)".

Les mêmes informations figuraient toujours sur le serveur en décembre 2001.

31. L'AIFLG organise également une concertation pour fixer les dates de ventes promotionnelles, et les prix de vente des fraises destinées à ces opérations. Il est prévu dans le cahier des charges de l'association relatif à la production 1998 que "*l'interprofession doit inciter à une organisation nationale pour les campagnes de promotions prévues à l'avance. Elles ne doivent pas arriver trop tôt en saison et en tout état de cause pas avant début mai.*

Des promotions peuvent être négociées par l'Interprofession dans le cadre de la gestion du marché. Dans tous les cas, le prix de revient moyen devra servir de base au prix minimum payé producteur.

L'animateur doit centraliser les informations afin de gérer collectivement les promotions", et rappelle que pendant la campagne "à 17 h 00, réunion téléphonique pour fixation du prix conseillé et décisions concernant la gestion du marché".

32. L'AIFLG diffuse auprès de ses adhérents des documents les incitant à appliquer les prix qu'elle fixe tant pour le lendemain que pour les semaines à venir s'agissant des ventes promotionnelles.

33. Le 15 mars 1999, c'est à dire pendant la période au cours de laquelle la fraise du Lot-et-Garonne est la seule fraise française proposée sur le marché, l'AIFLG a fixé comme prix objectif pour la Gariguette 70,55 F, et le prix de la fraise ronde entre 30,30 F et 32,60 F. Elle a fixé un

prix pour les ventes promotionnelles de la semaine suivante "opération de mise en avant fraises rondes prévue pour la semaine douze. Prix objectif : 15 F la barquette".

34. Les documents diffusés par l'AIFLG auprès des adhérents établissent la fixation concertée de prix pour les différentes variétés de fraises, et les prix à l'exportation : "Journée du : 2/04/98,

Décision de la cellule commerciale

-• **PRIX OBJECTIF** pour les 3 et 4 avril 1998, Gariguettes : 53F/kg

-• **PROMOTIONS** prévues pour les semaines 18 et 19 : Prix objectif : 40F/kg" ;

"Journée du : 6/04/98

-• **PRIX OBJECTIF** pour le 7 avril 1998

GARIGUETTE : 53 F/KG

RONDE : 25 à 30 F/KG

Rappel : les prix s'entendent prix départ, logé, filmé, avant ristourne HT.

PROMOTIONS : Pour les promotions, il est conseillé de ne pas donner de prix avant 1 semaine précédant la promotion.

Rappel : Il est recommandé de ne pas descendre en-dessous de 10 F la barquette de 500 g en rondes, départ, filmé

Remarques : Attention : Des tentatives de déstabilisation de l'interprofession débutent à partir de prix pratiqués sur quelques colis. Soyez vigilants ! pour les transactions entre expéditeurs, privilégiez les adhérents à l'Interprofession."

35. Le bulletin de l'AIFLG du 16 avril 1998 :

"*Décisions concernant les promotions : RAPPELS :*

Promotion semaine 19 Les prix objectifs seront fixés par la cellule commerciale en semaine 17.

Si vous êtes d'ores et déjà contactés pour la semaine 19, veuillez prendre contact avec nous (☎ : 05.53.77.83.80) et nous communiquer le nom des enseignes concernées et les conditions exprimées (prix, volumes) (...)

RAPPEL : cette note doit rester confidentielle et en aucun cas ne doit être transmise aux clients".

"Journée du 20/04/1998 : "RAPPEL PROMOTIONS SEMAINE

Il est conseillé de ne pas descendre en-dessous de :

Gariguettes : 9 F la barquette

Rondes : 10,50 F la barquette.

PROMOTIONS SEMAINE 19

Il est conseillé de ne pas descendre en-dessous de 9,30 F la barquette de rondes.

ATTENTION : le prix pour les promotions ne doit en aucun cas servir de prix de référence pour le cours du marché intérieur

RAPPEL : cette note doit rester confidentielle et en aucun cas ne doit être transmise aux clients".

36. Le bulletin diffusé pour la journée du 21 avril 1998 : "RAPPEL : les prix indiqués correspondent à la catégorie de notes comprises entre 8 et 12. Sans être de l'extra, c'est de la belle marchandise.

Les volumes en deçà existent et augmenteront. Ils ne sont pas concernés par ces prix.

RECOMMANDATION : Nous vous demandons expressément de vous référer aux prix indicatifs. Si vous rencontrez des problèmes, dès 8 H du matin prévenez la cellule de gestion au 05.53.77.83.80. qui réagira au plus vite et vous tiendra informé. La cacophonie d'aujourd'hui a pour conséquences de tirer les prix à la baisse et de décrédibiliser l'Interprofession. Peut-être, certains y ont-ils intérêt ?".

37. Dans le bulletin qui a été diffusé le 6 mai 1999, l'AIFLG établit une comparaison entre le cours du jour (F/kg) et le prix objectif (F/kg) :

<i>"Cours du jour F/kg</i>		<i>Prix objectif F/Kg</i>	
<i>Gariguettes</i>	<i>26,71 F 4,04 €</i>	<i>Gariguettes</i>	<i>26/28 F (selon qualité)</i>
<i>Rondes fraises de France</i>	<i>22,15 F 3,37 €</i>	<i>Rondes fraises de France</i>	<i>22 F</i>
<i>Rondes hors fraises de France</i>	<i>20,96 F 3,19 €</i>	<i>Rondes hors fraises de France</i>	<i>20 F</i>

Informations diverses :

Prix objectifs EXPORTATION : 6.80DM Franco". Ce faisant, l'AIFLG fixe des prix qui sont applicables à des produits destinés à des pays membres de l'Union Européenne comme en l'espèce l'Allemagne pour laquelle le prix objectif est de 6,80 DM.

38. En 1999, l'AIFLG a continué à diffuser quotidiennement des objectifs de prix de vente. Le bulletin du 13 avril 1999 indique : *"Tenez les prix.*

Compte tenu des volumes relativement peu importants de ce jour, et du peu d'apport de fin de semaine soyez fermes et ne cédez pas aux "rumeurs"

TENIR LES PRIX DE GARIGUETTE (12F la barquette)

RESTEZ DONC FERMES AUJOURD'HUI !!!"

39. L'intervention de l'AIFLG est d'autant plus sensible sur le marché de la fraise du Lot-et-Garonne que 85 % des professionnels du département, et notamment des producteurs et expéditeurs privés ou coopératifs, adhèrent à cette association et plusieurs participent activement à la cellule de gestion du marché. Les professionnels se concertent pour fixer le prix de vente des fraises tant pendant la période au cours de laquelle la fraise du Lot-et-Garonne est la seule fraise française proposée sur le marché, que lorsque la production d'autres départements est également arrivée à maturité.

40. Les bulletins de l'AIFLG ne sont pas de simples indications, en effet leur formulation est impérative, et le respect des prix fixés en concertation par la cellule de marché est contrôlé par l'association, en particulier par un cadre mis à disposition de l'AIFLG par la Chambre d'agriculture.

41. Les prix fixés par l'AIFLG sont largement respectés et influencent directement les prix pratiqués par les professionnels du secteur. Le dirigeant de la société Ortolan, qui expédie et exporte des fruits et légumes, dont environ 20 % des volumes de fraises qu'elle traite vers la Belgique, les Pays-Bas et l'Allemagne, a déclaré : *"nos prix sont établis avec l'interprofession qui s'est cette année élargie à la Dordogne. Depuis la disparition des cadrans, nous voyons en concertation avec les autres adhérents et en fonction des volumes un prix de base. Nous faisons chaque jour une conférence téléphonique ; sur la trentaine d'adhérents, nous sommes huit à participer à cette réunion téléphonique quotidienne.*

A partir du prix de base défini en concertation avec la profession, nous négocions le lendemain avec les grandes surfaces.

Il faut savoir que dans notre cas, nous travaillons toute l'année avec les GMS sur d'autres produits. Il nous faut donc rester raisonnables sur les prix, même si comme actuellement la barquette peut être vendue cher en raison de la raréfaction de l'offre

Si par exemple avec l'Interprofession nous avons convenu d'un prix allant de 10 à 11 F, nous vendons par exemple à 10,50 F (...)

Tous les adhérents communiquent à destination de l'association AIFLG des télécopies concernant les volumes estimés pour le lendemain. Nous faisons ensuite une synthèse.

Les huit adhérents qui se réunissent sont : Granlot, La Rivière, parfois M. Defaye, Primso, Sacfel, Valprim, Cadram et Prayssica. Ces réunions téléphoniques ont lieu le soir vers dix sept heures.

Les prix ainsi définis en commun sous la forme d'une fourchette d'un franc ne font pas l'objet de contrôle par l'Interprofession une fois qu'ils ont été établis. Il sont de toutes façon définis de façon assez souple en tenant compte des difficultés passagères des uns et des autres, et de l'exigence de rapidité dans la vente qui caractérise la fraise".

42. Le dirigeant de la SCA Vallée du Lot a déclaré : "en 1998, l'association fraises d'Aquitaine était composée de professionnels et de commerciaux (1 cellule professionnels, 1 cellule commerciaux). Les deux cellules établissaient en commun des fourchettes de prix pour le lendemain et fixaient également les prix promotionnels plancher (...)

Toutes les stations adhérentes à Fraise de France recevaient de l'association après synthèse des mouvements de la journée un "bulletin de gestion de marché" indiquant les apports, les prix constatés sur le marché et les décisions d'objectif de prix de la cellule commerciale et professionnelle

Au sein de Vallée du Lot, un commercial participait journalièrement par réunion téléphonique à l'élaboration de la fourchette de prix de vente, de prix promotionnels.

L'association a une animatrice qui a pour fonction de réagir aux écarts de prix constatés.

Elle contacte le magasin ou l'enseigne qui ne respecte pas la règle du jeu et le litige se règle à notre avantage très rapidement (publication d'un erratum par exemple (...)

En 1999 (...) les difficultés sont les mêmes qu'en 1998 notamment avec les prix bas de fraises d'Espagne.

Il n'y a aujourd'hui, pas de concurrence avec la "Gariguette" car la France est le seul pays producteur mais avec la fraise ronde, concurrence notamment de l'Espagne et de l'Italie.

L'association Interprofessionnelle de la fraise fonctionne toujours de la même façon mais depuis cette année la décision de la cellule commerciale, après envoi des données journalières, est diffusée sur Internet (...)

En 1999 nous n'avons eu aucun problème de respect des prix par la grande distribution".

43. Les prix fixés en concertation sont déterminants pour les négociations commerciales. Ainsi, la représentante de la SARL Manias a indiqué : "entre les informations du SNM et de l'association interprofessionnelle, je peux déterminer mes prix. Le niveau de prix proposé par l'association me permet de dire à mes clients que je ne peux pas vendre moins cher".

44. Dans ce cadre de régulation des cours, l'AIFLG s'est, notamment, fixé pour mission de contrôler l'organisation et les prix de vente des fraises écoulées dans le cadre de ventes promotionnelles. Le compte-rendu d'une réunion avec des représentants de la distribution le 12 janvier 1999 rappelle que l'association a décidé "la mise ne place d'un plan de campagne, la gestion collective de la resserre et des invendus pour limiter la concurrence à la baisse, la restructuration commerciale".

Dans le même document, une responsable de l'association précise :

En 1998, suite à une année 1997 économiquement catastrophique pour la fraise, l'association interprofessionnelle de la fraise du Lot-et-Garonne crée la cellule de concertation commerciale. Ses objectifs : recréer en Lot-et-Garonne la référence de prix qui existait autrefois avec les cadrans... et surtout rétablir un climat de confiance entre les différents opérateurs commerciaux ceci passant obligatoirement par la concertation (...)

Une réunion téléphonique a lieu quotidiennement entre les commerciaux et les représentants du SNM et la section fraise.

Compte tenu des données en présence (observation du marché du jour et prévisions), une tendance est proposée pour le lendemain (...)

Le bilan La cellule de gestion a incontestablement recréé une référence de prix en Lot-et-Garonne.

Bilan 98 concernant l'interprofession (...) cette année, l'AIFLG a traité environ 85 % de la production du Lot-et-Garonne. Concernant les tendances proposées par la cellule de Gestion du Marché comparée aux prix pratiqués, là il s'agit de la ronde, on s'aperçoit que si l'on n'a pas un parallélisme parfait la correspondance est assez intéressante pour la fraise ronde. Pour la Gariguette, le parallélisme semble encore plus important".

45. Ce bilan est confirmé dans le rapport d'activité présenté lors de l'assemblée générale de l'AIFLG du 19 mars 1999 : *"la concertation a favorisé une dynamique commerciale, aussi bien au niveau des prix que de la qualité. Elle a permis en outre de favoriser les échanges inter-structures (...). En 1998, nous avons commencé à inverser la tendance grâce à l'harmonisation proposée, tant au niveau de la qualité que du prix. Cela a été possible par l'implication de plus en plus forte de chacun des adhérents au fur et à mesure du déroulement de la saison. Cette évolution s'est faite en parallèle avec les décisions prises par la cellule de gestion du marché. Elles ont permis de passer le cap des semaines 19 et 20 par l'exportation et les dégagements à l'industrie. Je tiens ici à rendre hommage à tous ceux qui se sont impliqués au quotidien dans cette cellule de gestion du marché. Si tout paraît évident une fois que c'est fait, reconnaissons tous ensemble que cela a été "une révolution culturelle" dans le paysage traditionnel du commerce de la fraise en Lot-et-Garonne".*

46. Par ailleurs, les pièces du dossier établissent que des ventes promotionnelles organisées par la grande distribution font l'objet d'interventions des producteurs, et plusieurs représentants de sociétés de distribution évoquent des communications des prix de détail souhaités. Le représentant de la société Carrefour constate : *"je suis en relation étroite avec les fournisseurs, les interprofessions (fraises de France, association interprofessionnelle du Lot-et-Garonne) cette année par exemple j'ai eu 3 réunions avant le début de la campagne 1999, avec les distributeurs et les expéditeurs, coopératives etc... lors de ces réunions ils nous communiquent leurs prévisions de volume et leurs attentes : assurer la promotion de leurs produits en pleine saison, ne pas vendre les produits en-dessous de leurs prix de revient, travailler en partenariat avec eux en termes de volumes d'achat auprès d'eux (...). Ces réunions informatives ont eu lieu au mois de mars 1999 et sont plutôt informelles. Le souhait formulé par les professionnels est de vendre la fraise au-dessus de 10 F TTC (...)"*. Le représentant des centres Leclerc expose : *"en ce qui me concerne je n'ai reçu aucun document de la part soit des fournisseurs ou de l'association AIFLG pour m'informer des prix de vente aux consommateurs sauf en 1998 où j'ai pu à trois ou quatre reprises recevoir une circulaire de ce type (...)*.

47. Mais ces interventions ne se sont pas limitées à des souhaits et des promotions ont pu être annulées lorsque les prix d'achat convenus entre le fournisseur et le distributeur étaient considérés comme insuffisants par l'AIFLG. Ainsi, la société Scofel, filiale du groupe Auchan qui approvisionne en fruits et légumes les magasins Auchan, a dû, en avril 1998, annuler une vente promotionnelle déjà annoncée par publicité. Une télécopie adressée le 10 avril 1998 à la SA Scofel de Strasbourg par le directeur de la SCA Vallée du Lot Les lutins indique que *"suite à une réunion de l'interprofession fraise de ce soir 10 avril 1998. Il a été décidé de s'engager à des prix promotionnels pour la semaine 16 à 12,00 F la barquette minimum. Cette réunion a été très difficile suite à des prospectus distribués par Auchan Paris. L'Interprofession s'apprête à vous contrôler dès mardi matin. Nous pensons donc qu'il serait opportun d'annuler cette promotion car la maintenir nous amènerait de sérieux problèmes (...)"*. Par une autre télécopie du même jour, ce directeur confirme : *"suite à une réunion de l'Interprofession fraise du 10 avril 1998 au soir, il a été décidé de s'engager à des prix promotionnels sur la Gariguette pour la semaine 16 à 12,00 F minimum la barquette au lieu des 7,00 F initialement prévu"*. C'est dans ces conditions que la société Auchan a affiché dans ses points de vente un erratum indiquant qu'en raison de conditions climatiques il lui était impossible de vendre la fraise Gariguette au prix annoncé dans le tract publicitaire. Un document interne à la société Auchan, affirme que le fournisseur retenu

pour cette opération promotionnelle s'est trouvé "face à un ultimatum : "s'il ne change pas de position, les autres producteurs feront une descente pour lui casser sa station !!!".

48. Le représentant de Scofel Bordeaux constate : *"en ce qui concerne les prix je me suis aperçu en début de campagne que tous les fournisseurs – expéditeurs proposaient leur fraises au même prix. Par une indiscretion, j'ai appris que les producteurs essayaient d'imposer un prix minimum aux négociants, sans tenir compte de la situation du marché. Ceci a conduit à des situations de décalage complet entre l'offre et la demande qui ont fait que cette tentative d'imposition des prix n'a pas été suivie d'effets (...). En 1999, il y a eu une seule campagne sur la fraise Gariguette qui s'est déroulée du 7 au 17 avril ceci uniquement dans les hyper Auchan. Le prix de vente au consommateur a été de 12,95 F la barquette de 250 g prix particulièrement élevé par précaution de notre part (...)"*.

Les actions de l'association coordination rurale 47

49. La coordination rurale 47 de Marmande contrôle les prix de vente qui sont pratiqués par les distributeurs. La chef de rayon fruits et légumes d'un hypermarché Leclerc constate que *"du 13 au 23 mai 1998, nous avons réalisé une opération promotionnelle "prix à déguster" faisant l'objet d'un prospectus dans lequel nous annoncions la barquette de fraises de 500 g à 8,45 F TTC. Ce prix a été pratiqué du début de l'opération jusqu'au 19 mai, date à laquelle le coût de nos approvisionnements a été modifié. Dès le 19 mai, nous avons remonté ce prix à 12,50 F TTC et ce prix a été pratiqué jusqu'à la fin de l'opération promotionnelle.*

Cette évolution du coût de nos approvisionnements était liée à des pressions exercées par la coordination rurale du Lot-et-Garonne qui estimait que notre prix était trop bas et souhaitait qu'on ne descende pas en-dessous de 10 F.(...)

Quelques jours après le début de l'opération promotionnelle, nous avons reçu un autre fax provenant de la Coordination Rurale, qui nous indiquait qu'à la suite de contrôles réalisés dans les Leclerc du BAB, elle estimait que les prix de vente de la fraise étaient trop bas".

50. Une télécopie expédiée par l'association "Coordination rurale 47" le 15 juin 1998 affirme : *"Monsieur le directeur,*

Après une visite dans cette région nous avons constaté que les centres Leclerc de Bayonne et alentours vendent la barquette de fraise de 500 g à 8,45 F pièce.

Le marché étant porteur et à tendance à la hausse, cet état de fait est anormal.

Ces promotions sont contraires à l'état d'esprit de la rencontre qui a eu lieu au ministère de l'agriculture avec l'Onifl(h)or, la distribution, la production, et le ministère de l'agriculture.

Nous vous demandons de mettre un erratum dans ces magasins et de faire en sorte que la fin de cette campagne se passe bien.

Veillez agréer Monsieur nos sincères salutations."

51. L'acheteur de la société Scacandes, travaillant pour Leclerc, déclare : *"en 1998, la fraise du Lot-et-Garonne était présentée sur catalogue promotionnel élaboré par la Scacandes, pour les magasins Leclerc de notre région. Elle était proposée à 7,95 F la barquette de 500 grammes de fraises rondes pendant 10 jours. Sur les 5 derniers jours promotionnels, le prix a dû être revu à la hausse sous la pression de la coordination rurale. En effet les cours avaient augmenté sur cette période. Toutefois, dans la mesure où notre prix avait été négocié avec notre fournisseur (...) nous n'avons pas subi d'augmentation du prix d'achat, qui était de 7 F la barquette. Nous avons signalé par fax les exigences de la coordination rurale à nos magasins, en les laissant libres de décider d'une éventuelle hausse des prix de vente public et de faire paraître un erratum dans ce cas. La coordination rurale du Lot-et-Garonne ne nous a pas rendu visite dans nos locaux de la Scacandes. Mon fournisseur m'avait signalé que la coordination rurale était très menaçante."*

52. Un article paru dans *Sud-Ouest* du 18 mai 1999 expose : "*la Coordination rurale s'est autorisée une descente dans les locaux d'un grossiste d'Ayet, les établissements "la Rivière". Un contrôle de force, mais qui se voulait "gentil". "Aujourd'hui, on ne renverse rien, on ne casse rien. Mais la prochaine fois, on renverse et on casse", commentait le président de la Coordination, S. B.-C.. Au centre du conflit : le prix de la fraise, qui fait l'objet d'une surveillance étroite de leur part (...)*". L'article ne précise toutefois pas s'il vise le syndicat Coordination rurale ou l'association "*Coordination rurale 47*", aujourd'hui devenue l'association pour la défense du monde rural.

LES GRIEFS NOTIFIÉS

53. Sur la base des constatations rapportées ci-dessus il a été fait grief

- à l'association interprofessionnelle des fraises du Lot-et-Garonne (AIFLG), à la Chambre d'agriculture du Lot-et-Garonne, et aux sociétés : Sca Granlot, sarl Solprim, Sca de la Vallée du Lot, Sarl Defaye distribution, société coopérative fruits et légumes des coteaux de Prayssac (Coop Prayssica), 2M Primeurs, Primeurs du Sud Ouest SA (Primso), société aiguiillonaise de commercialisation de fruits et légumes (Sacfel), société coopérative agricole Valprim, coopérative des agriculteurs de la région agricole Marmandaise (Cadram), SA Ortolan, et à la SA la Rivière, membres de l'AIFLG, de s'être concertées pour organiser la commercialisation des fraises du Lot-et-Garonne et imposer des prix de vente minimum de vente tant pour les ventes nationales, qu'internationales et pour les promotions ; d'avoir contrôlé les prix pratiqués ; d'avoir menacé et incité au boycott des sociétés dont les prix de vente étaient inférieurs aux prix fixés par l'AIFLG et qui sont constitutifs de prix minimum de vente ; d'avoir empêché le déroulement de ventes promotionnelles à des conditions librement consenties ; les pratiques mises en oeuvre ont eu pour objet et pour effet d'empêcher la libre détermination des prix en fonction de critères propres à chaque société ; elles ont eu pour objet et pour effet d'empêcher l'exercice normal et objectif de la concurrence entre sociétés en situation de se faire concurrence, de générer une augmentation artificielle des prix et de restreindre l'exercice normal de la concurrence sur le marché considéré ; ces pratiques sont anticoncurrentielles au sens des articles L. 420-1 et L. 420-2 du code de commerce, et de l'article 81 du traité de Rome ;
- à l'association de défense du monde rural, substituée à la coordination rurale 47 de Marmande d'avoir mis en oeuvre des pratiques anticoncurrentielles d'entente ayant pour objet et pour effet d'empêcher les distributeurs de fixer de manière indépendante et objective leurs prix de vente au consommateurs, de générer une augmentation artificielle des prix, et de restreindre l'exercice normal de la concurrence sur le marché de la fraise du Lot-et-Garonne ; ces pratiques sont anticoncurrentielles au sens de l'article L. 420-1 du code de commerce.

II. - Discussion

SUR LES MOYENS DE PROCÉDURE

Sur la mise en cause de la chambre d'agriculture

54. La chambre d'agriculture de Lot-et-Garonne rappelle qu'aux termes des dispositions de l'article L. 511-1 du code rural la chambre d'agriculture "*constitue dans chaque département auprès des pouvoirs publics, l'organe consultatif et professionnel des intérêts agricoles*", et que l'article L. 511-2 dispose que les chambre d'agriculture sont des établissements publics. Elle fait valoir qu'elle exerce une mission de service public, dont le contentieux relève de la compétence exclusive de la juridiction administrative, et soutient qu'elle n'exerce pas d'activité de production, de distribution ou de service au sens de l'article L 410-1 du code de commerce que ce faisant, elle ne peut être mise en cause devant le Conseil de la concurrence.

55. Le tribunal des conflits a jugé dans sa décision du 18 octobre 1999, Aéroports de Paris "*que si dans la mesure où elles effectuent des activités de production, de distribution ou de services les*

personnes publiques peuvent être sanctionnées par le Conseil de la concurrence agissant sous le contrôle de l'autorité judiciaire, les décisions par lesquelles ces personnes assurent la mission de service public qui leur incombe au moyen de prérogatives de puissance publique, relèvent de la compétence de la juridiction administrative pour en apprécier la légalité et, le cas échéant, pour statuer sur la mise en jeu de la responsabilité encourue par ces personnes publiques ;

56. La décision par laquelle la Chambre d'agriculture du Lot-et-Garonne a décidé de mettre à disposition de l'AIFLG, qui est une association régie par les dispositions de la loi de 1901 installée dans ses locaux, deux de ses agents à temps partiel, sont des décisions administratives relatives à la gestion de la carrière d'agents publics dont le contentieux relève de la compétence exclusive de la juridiction administrative. Toutefois, la légalité de ces décisions administratives, qui sont dépourvues de liens avec les pratiques reprochées, n'est pas mise en cause dans la présente affaire.

57. En revanche, il est reproché à la chambre d'agriculture du Lot-et-Garonne, d'avoir activement participé au fonctionnement et à la gestion de l'Association interprofessionnelle des fraises du Lot-et-Garonne. Cette association privée n'exerce aucune mission de service public et n'exerce aucune prérogative de puissance publique. En reprochant à la chambre d'agriculture sa participation aux activités de l'AIFLG, la notification de griefs ne met en cause ni la mission, ni les prérogatives de l'établissement public mais appréhende une activité de service au sens de l'article L 410-1 du code de commerce qui relève de la compétence du Conseil de la concurrence.

Sur l'association Coordination rurale 47 et l'association de Défense du monde rural

58. Le tribunal de grande instance de Marmande a ordonné, par jugement du 5 février 1999, à l'association Coordination rurale 47 de modifier sa dénomination sociale sous astreinte de 1.000 francs par jour de retard à compter de la date de notification du jugement, et lui a interdit d'utiliser la marque Coordination rurale par quelque moyen que ce soit, sous astreinte de 5.000 francs par infraction constatée. L'exécution de ce jugement a conduit l'association à changer son nom ; par modification enregistrée le 26 mars 1999 à la sous-préfecture de Marmande, elle est devenue "*l'association pour la défense du monde rural*". L'association, qui subsiste juridiquement nonobstant son changement d'appellation, doit donc répondre des faits qui lui sont reprochés.

Sur la régularité des procès-verbaux

59. La présidente de l'AIFLG conteste la régularité du procès-verbal du 15 juin 1999 qui retranscrit ses déclarations, et fait valoir que ce procès-verbal, qui ne comporte pas l'énoncé des questions, est irrégulier et, qu'étant manuscrit, il est illisible et ne peut être pris en compte.

60. En application d'une jurisprudence constante, l'absence de la transcription des questions est sans conséquence sur la régularité d'un procès-verbal. Dans l'arrêt EDF/Climespace rendu le 23 mai 2000, la cour d'appel de Paris a considéré qu'"*aucune disposition légale ou réglementaire n'exige la transcription des questions dans les procès-verbaux d'audition*".

61. Le procès-verbal de déclarations établi le 15 juin 1999 comporte, par ailleurs, de nombreuses corrections qui ont toutes été paraphées par la présidente de l'AIFLG qui a, notamment, fait rayer quatre lignes de la page 15 du procès-verbal et a paraphé la correction ainsi apportée ; dans ces conditions, il est établi que la personne entendue avait une connaissance précise des informations retranscrites et qu'elle a pu apporter les corrections qu'elle souhaitait. Les déclarations de la présidente de l'AIFLG ont donc été régulièrement recueillies et retranscrites au procès-verbal, que l'intéressée a signé sans réserve, et peuvent être prises en compte.

Sur les entreprises mises en cause

62. Les parties considèrent que les griefs ne pouvaient être notifiés aux adhérents de l'AIFLG qui n'avaient pas été entendus en cours d'enquête ou dont les acheteurs n'avaient pas été interrogés par les enquêteurs. Toutefois, le Conseil est saisi *in rem* du fonctionnement d'un marché. Il ne lui est possible de déterminer les personnes qui doivent être appelées à présenter des observations

qu'au moment de la notification des griefs. Les documents et déclarations sont opposables non seulement aux entreprises auprès desquelles ils ont été régulièrement saisis ou recueillis, mais également aux entreprises concernées par ces documents ou déclarations, ainsi que l'a précisé la cour d'appel de Paris, notamment dans deux arrêts des 19 janvier 1999 et 26 janvier 1999, "(...) *les règles de l'enquête définies par l'ordonnance du 1^{er} décembre 1986 ne font pas obligation aux agents qui y procèdent de confronter les responsables des entreprises avec les auteurs des déclarations qui les mettraient en cause ou de les interroger sur des pièces saisies chez des tiers (...)*"; dans ces conditions, le fait que certaines entreprises mises en cause n'aient pas été entendues au cours de l'enquête administrative est sans effet sur la régularité de la procédure.

Sur la mise en cause de la société Solprim

63. La société Solprim fait valoir qu'elle est une société coopérative agricole non adhérente à l'AIFLG, qu'en revanche la SARL Valprim, adhérente à l'AIFLG, dont le siège est situé à la même adresse, exerce une activité commerciale.

64. Cependant, il ressort sans ambiguïté des déclarations de la présidente de l'AIFLG du 15 juin 1999, que la coopérative Solprim est un membre actif de l'association. Au surplus, le directeur de la SARL Valprim est simultanément gérant de la coopérative Solprim et le siège des deux sociétés est situé dans les mêmes locaux. Valprim a pour activité la production et le conditionnement de fruits et légumes qui sont commercialisés par Solprim et les liens entre les deux sociétés sont tellement étroits que, lors de son audition le 7 mai 1999, leur dirigeant commun a déclaré que "*l'effectif Valprim/Solprim est en moyenne de 40 personnes*".

65. Les sociétés Valprim et Solprim ont été destinataires de la notification de griefs, et ont formulé des observations. Enfin, et subsidiairement, un article paru le 23 mars 2002 dans Sud-Ouest joint aux observations des parties, désigne la société Solprim comme l'une des neuf entreprises engagées dans la démarche qualité baptisée "*douceur de Garonne*" initiée par l'AIFLG. Dans ces conditions, c'est à bon droit que les sociétés Solprim et Valprim ont toutes deux été mises en cause.

Sur la prescription

66. L'association de défense du monde rural a fait valoir lors de la séance que le Conseil de la concurrence ayant été saisi le 10 juillet 2001, la télécopie de l'association coordination rurale 47 émise le 15 juin 1998, soit plus de trois ans avant cette saisine est prescrite.

67. L'article L 462-7 du code de commerce dispose "*le Conseil ne peut être saisi de faits remontant à plus de trois ans s'il n'a été fait aucun acte tendant à leur recherche, leur constatation ou leur sanction*". La saisine du ministre enregistrée le 10 juillet 2001 est accompagnée d'un rapport administratif d'enquête dont les actes tendant à la recherche, la constatation ou la sanction de pratiques anticoncurrentielles les plus anciens sont intervenus le 6 mai 1999, il s'agit des procès-verbaux d'audition, d'une part, du dirigeant de la société Ortolan, d'autre part, du directeur de la SCA Vallée du Lot, enfin, du directeur de la coopérative Cadralbret, et du procès-verbal de déclarations du directeur commercial de cette coopérative et de la SARL Prim Albret. Le délai de prescription doit donc être décompté à partir du 6 mai 1999, dans ces conditions la télécopie émise le 15 juin 1998 n'est pas prescrite.

SUR LE FOND

Sur le marché pertinent

68. Le marché pertinent retenu dans la notification de griefs est celui de la fraise du Lot-et-Garonne, caractérisée par sa qualité et par sa précocité, la variété Gariguette étant la première fraise française présente sur le marché. Ce marché est contesté par les parties qui considèrent qu'il est dépourvu de spécificités et que, compte tenu de la substituabilité des fraises entre elles, il convient de retenir le marché de la fraise dans son ensemble.

69. Compte tenu de sa précocité, la fraise du Lot-et-Garonne, et en particulier la Gariguette, exerce une influence déterminante sur la campagne fraisicole française, d'autant que pendant une période de 3 à 4 semaines, la quasi totalité des fraises commercialisées en France proviennent du Lot-et-Garonne, donnant, pendant cette période, un certain pouvoir de marché aux producteurs concernés. Toutefois, cette position privilégiée n'est obtenue que si les productions des autres zones géographiques sont mises sur le marché à leur date de maturité habituelle. Les crises connues par le secteur résultent généralement de situations d'excédent de l'offre par rapport à la demande, dues à l'arrivée concomitante sur le marché de fraises de différentes origines dont la commercialisation est habituellement étalée dans le temps, ce qui montre bien que ces produits sont substituables aux yeux des consommateurs. Dans ces conditions, il y a lieu de retenir comme marché pertinent le marché français de la fraise, sur lequel les producteurs réunis au sein de l'AIFLG ne détiennent pas une position dominante, et d'abandonner le grief de pratiques contraires à l'article L 420-2 du code de commerce qui lui a été notifié. Toutefois, il convient de constater qu'à certaines périodes de l'année, le cours de la fraise du Lot-et-Garonne détermine la tendance de la campagne française.

Sur les pratiques mises en œuvre par la chambre d'agriculture

70. Le dossier ne comporte pas suffisamment d'éléments probants de nature à établir que la chambre d'agriculture du Lot-et-Garonne a délibérément participé à la définition et à la mise en œuvre des pratiques reprochées à l'AIFLG. Elle doit donc être mise hors de cause.

Sur les pratiques mises en œuvre par l'association coordination rurale 47

71. L'association fait valoir qu'elle est dépourvue de liens juridiques avec le syndicat Coordination rurale 47 et qu'elle ne doit répondre que des pratiques qu'elle a mis en œuvre. Elle soutient que celles-ci se limitent, dans le dossier, à l'expédition d'une télécopie, le 15 juin 1998, adressée au nom de l'association coordination rurale 47 par M. Baucou, porte-parole, et M. Marchand, secrétaire.

72. Le contenu de la télécopie du 15 juin 1998 étant insuffisant à lui seul pour établir que l'association coordination rurale 47, devenue l'association pour la défense du monde rural, a mis en œuvre des pratiques anticoncurrentielles et en l'absence d'autres éléments probants, il y a lieu de mettre cette association hors de cause.

Sur les pratiques mises en œuvre par l'AIFLG et ses membres

73. Mise en place à la suite de plusieurs saisons difficiles et de la disparition du cadran de Marmande, la cellule de gestion du marché de l'AIFLG crée quotidiennement une référence de prix dite "*prix objectifs*" qui est communiquée à tous les membres de l'association pendant la campagne de production. Ces prix sont fixés en tenant compte des informations transmises par les adhérents concernant, notamment, les volumes vendus, les prix pratiqués au cours de la journée, l'état des stocks, les prévisions d'apports et de demande pour le lendemain.

74. Les "*prix objectifs*" sont fixés en concertation par les producteurs, qui sont en situation de se faire concurrence. Il n'est d'ailleurs pas contesté, qu'en particulier au moment où la seule fraise française proposée au consommateur final provient du département du Lot-et-Garonne, l'AIFLG fixe quotidiennement les prix de vente qui sont communiqués aux adhérents. Ces prix sont fixés pour le lendemain, voire pour les jours ou les semaines à venir s'agissant des promotions organisées par la grande distribution. Ces prix, fixés en concertation, concernent les fraises de variété Gariguette, les fraises rondes, y compris celles destinées à l'exportation, et sont communiqués à tous les adhérents de l'AIFLG c'est à dire à 85 % des professionnels du secteur géographique, étant rappelé que le département du Lot-et-Garonne produit 25 % des fraises françaises en année pleine.

75. L'AIFLG fait valoir que les prix objectifs ne sont pas des prix minimums de revente imposés aux adhérents sous peine d'exclusion ou de boycott, et qu'ils répondent au seul but de déterminer la tendance du marché, les opérateurs demeurant libres de fixer leurs prix de vente.

76. Mais les termes des messages adressés par l'AIFLG à ses adhérents sont sans équivoque, les prix objectifs qui sont fixés en concertation entre les opérateurs au sein de la cellule de gestion du marché doivent être utilisés par les opérateurs pour déterminer leurs prix de vente. Ainsi, la "recommandation" diffusée le 21 avril 1998 par l'AIFLG est rédigée comme suit : *"Nous vous demandons expressément de vous référer aux prix indicatifs. Si vous rencontrez des problèmes, dès 8H du matin prévenez la cellule de gestion au 05.53.77.83.80 qui réagira au plus vite et vous tiendra informé. La cacophonie d'aujourd'hui a pour conséquences de tirer les prix à la baisse et de décrédibiliser l'Interprofession"*. De même, le message diffusé aux adhérents le 13 avril 1999 est ainsi rédigé : *"Tenez les prix. Compte tenu des volumes relativement peu importants de ce jour, et du peu d'apport de fin de semaine soyez fermes et ne cédez pas aux "rumeurs" TENIR LES PRIX DE GARIGUETTE (12 F la barquette). RESTEZ DONC FERMES AUJOURD'HUI !!!"*. Les prix de vente sont donc fixés en concertation au sein de l'AIFLG et les opérateurs sont fortement incités à les respecter.

77. Au surplus, chaque membre communique quotidiennement à l'AIFLG les prix de vente qu'il a pratiqués dans la journée ; l'association les compare aux prix objectifs fixés par la cellule de gestion pour la journée concernée, mais aussi aux prix qui sont pratiqués par l'ensemble des opérateurs, et intervient auprès des opérateurs lorsqu'elle constate des écarts entre les prix pratiqués et les prix objectifs.

78. La présidente de l'AIFLG a, d'ailleurs, déclaré *"M. S. est chef du service fruits et légumes à la Chambre d'Agriculture. Il est chargé de gérer l'association sur le plan administration. (...). Si un opérateur effectue un décalage par rapport au prix objectif, M S. intervient par téléphone pour avoir des explications sur ses motifs ; puis si cette démarche est insuffisante, j'en suis informée, et éventuellement j'interviendrai pour rappeler que la règle est collective. Si le comportement perdurait, l'opérateur en cause serait exclu de l'AIFLG, et l'information serait communiquée aux producteurs qui pourraient sanctionner en changeant d'expéditeur.(...)"*.

79. La circonstance que, selon l'AIFLG, plusieurs adhérents et notamment quatre expéditeurs qu'elle considère comme significatifs, n'aient pas suivi les prix recommandés et aient pratiqué des prix de vente différents, voire inférieurs, est sans portée sur la qualification anti-concurrentielle de l'objet des pratiques relevées et ne saurait suffire à établir l'absence d'effet anti-concurrentiel sur le marché.

80. Pour ces raisons, il est établi que l'association contrôle la conformité des prix pratiqués aux prix définis en concertation, en vue d'obtenir l'harmonisation des prix des différents opérateurs, et que ceux qui ne respectent pas les règles s'exposent à des sanctions. Ainsi, les prix des producteurs ne sont pas fixés par le libre jeu du marché du fait des pratiques de l'AIFLG.

81. L'AIFLG fait également valoir que, dans le cadre de ses missions statutaires, elle peut légitimement s'opposer aux ventes promotionnelles organisées par la grande distribution en début de saison, dès lors que ces ventes ont pour effet de perturber les cours de la fraise en générant une diminution du prix. Elle conteste, notamment, la distribution de tracts publicitaires émanant de la grande distribution et mentionnant plusieurs semaines à l'avance, voire avant le début de la campagne, un prix de vente des fraises qui, selon elle, ne correspond pas au prix du marché. Elle indique cependant qu'elle n'a jamais exercé de menaces vis-vis de la grande distribution et soutient que son action n'a jamais abouti à la suppression d'opérations promotionnelles.

82. Mais il est établi, qu'au moment des faits, l'AIFLG coordonnait l'offre des opérateurs, recensait les demandes de ventes promotionnelles et diffusait des messages sans ambiguïté concernant l'obligation de respecter ses décisions élaborées par la cellule de gestion du marché, notamment en ce qui concerne les prix de vente : *"ne pas donner de prix avant 1 semaine précédant la promotion"*, ou *"ne pas descendre en-dessous de 10 F la barquette de 500 g en rondes, départ filmé"*.

83. La présidente de l'AIFLG a, d'ailleurs, explicitement reconnu que les opérateurs gèrent en commun, à l'initiative de l'AIFLG, les ventes promotionnelles, et que l'association organise une

concertation entre les différents opérateurs pour répondre aux demandes de ventes promotionnelles. Le bulletin émis le 16 avril 1998 demande aux adhérents de communiquer à l'AIFLG deux semaines à l'avance, les demandes de ventes promotionnelles formulées par les distributeurs en précisant "*les noms des enseignes concernées et les conditions exprimées*", et prescrit "*de ne pas descendre en-dessous*" de prix fixés tant pour les variétés Gariguettes que pour les fraises rondes, tout en exigeant que ces messages demeurent confidentiels.

84. Ce faisant, l'AIFLG et ses membres démontrent une volonté ferme de contrôler le marché et de faire obstacle, pour un produit de grande consommation, à la libre détermination, par le jeu normal du marché, du prix de détail pour le consommateur final.

85. Enfin, s'agissant de l'annulation de la vente promotionnelle organisée par les magasins Auchan en avril 1998, l'AIFLG soutient que son action n'en est pas la cause. Elle produit une attestation sur l'honneur du directeur de la société les Lutins, dans laquelle celui-ci indique qu'il avait invoqué des menaces proférées par l'AIFLG, uniquement parce qu'il ne souhaitait pas céder ses produits aux conditions convenues. Cette attestation conduit à écarter du champ des pratiques illicites reprochées à l'AIFLG et à ses membres le fait que leur action aurait empêché le déroulement normal d'une vente promotionnelle prévue dans les magasins Auchan de la région de Strasbourg en avril 1998.

86. Pour l'ensemble des motifs exposés ci-dessus, il est donc établi que les pratiques de concertation organisées par l'AIFLG et ses membres ont eu pour objet et pour effet de restreindre voire annuler le libre jeu de la concurrence sur le marché de la fraise par la fixation d'un prix minimum de vente pour les producteurs et expéditeurs membres de l'association, c'est-à-dire à 85 % des opérateurs du secteur dans le département du Lot et Garonne à un moment où les cours de la fraise de ce département déterminent la tendance de la campagne française. La définition de prix qui sont communiqués quotidiennement aux adhérents de l'AIFLG a pour objet et pour effet de faire obstacle à la libre détermination des prix par chaque opérateur, favorisant ainsi artificiellement la hausse du prix de vente des fraises du Lot-et-Garonne. Ces pratiques organisées par l'AIFLG ont abouti à restreindre le jeu de la concurrence sur le marché de fraise et sont donc constitutives d'ententes prohibées par l'article L. 420-1 du code de commerce.

87. L'AIFLG invoque toutefois le bénéfice de l'article L. 420-4 2° du code de commerce qui dispose que ne sont pas soumises aux dispositions des articles L. 420-1 et L. 420-2 les pratiques : "*Dont les auteurs peuvent justifier qu'elles ont pour effet d'assurer un progrès économique, y compris par la création ou le maintien d'emplois, et qu'elles réservent aux utilisateurs une partie équitable du profit qui en résulte, sans donner aux entreprises intéressées la possibilité d'éliminer la concurrence pour une partie substantielle des produits en cause. Ces pratiques, qui peuvent consister à organiser pour les produits agricoles ou d'origine agricole, sous une même marque ou enseigne, les volumes et la qualité de production ainsi que la politique commerciale y compris en convenant d'un prix de cession commun, ne doivent imposer des restrictions à la concurrence que dans la mesure où elles sont indispensables pour atteindre cet objectif de progrès*".

88. L'AIFLG soutient que son action est justifiée par les difficultés du secteur de la fraise, et le comportement de différentes enseignes de la grande distribution qui utilisaient la fraise, produit attractif, comme produit d'appel et diffusaient des tracts proposant des fraises à des prix considérés comme insuffisants. Il n'est, cependant, nullement prouvé que les restrictions de concurrence entraînées par les pratiques mises en œuvre par l'AIFLG et, notamment, la coordination et l'harmonisation des prix de vente entre les différents opérateurs, étaient indispensables pour atteindre un objectif de progrès économique et de satisfaction du consommateur, et il n'est pas établi que ce dernier en aurait tiré un avantage.

89. L'AIFLG reconnaît que ses interventions ont pu empêcher une éventuelle baisse des prix de vente des fraises, notamment en début de campagne, mais elle fait valoir qu'une telle baisse aurait été prématurée et injustifiée, et soutient que son action avait pour effet d'assurer une gestion collective des promotions, notamment en empêchant les promotions sur les fraises en début de

saison et la distribution de tracts qui mentionnent plusieurs semaines à l'avance un prix estimé comme ne correspondant pas au prix du marché.

90. Cette argumentation ne saurait, cependant, prévaloir. Si les opérateurs sur le marché de la fraise du Lot-et-Garonne s'estimaient victimes d'agissements illicites de la part de certains distributeurs, consistant en l'imposition de prix artificiellement bas lors d'opérations de promotion, il leur appartenait de saisir de cette situation les autorités compétentes et d'utiliser, le cas échéant, les voies de droit à leur disposition.

91. A supposer même que les opérations promotionnelles organisées par la grande distribution aient été susceptibles de produire les effets redoutés par les professionnels de la fraise, ce qui n'est pas démontré par les pièces du dossier, il n'est pas établi que les restrictions de concurrence entraînées par l'action concertée ci-dessus analysée étaient indispensables pour atteindre les objectifs de progrès économique et de satisfaction des consommateurs.

92. Il résulte de ce qui précède que les pratiques mises en oeuvre par l'AIFLG et ses membres sont prohibées par l'article L. 420-1 du code de commerce sans qu'aucun fait ne puisse les justifier au regard des dispositions de l'article L. 420-4 de ce même code.

93. Accessoirement, l'association invoque l'esprit de la loi relative aux nouvelles régulations économiques du 15 mai 2001 pour justifier le bien-fondé de son action. Elle soutient que le marché de la fraise connaît des difficultés spécifiques et que la réglementation applicable aux crises agricoles au moment des faits était inadaptée alors que des décisions devaient être prises dans l'urgence, ainsi que l'a reconnu le Parlement en modifiant la loi sur ce point.

94. Les dispositions de la loi relative aux nouvelles régulations économiques du 15 mai 2001, à supposer qu'elles aient trouvé à s'appliquer en l'espèce, ce qui n'est nullement démontré, sont, en tout état de cause, intervenues postérieurement à la mise en oeuvre des pratiques reprochées à l'AIFLG et à ses membres et il est vain de les invoquer pour justifier des pratiques anticoncurrentielles antérieures.

95. Enfin, la seule mention d'un "*prix objectifs exportation*" dans le bulletin de l'AIFLG diffusé pour la journée du 21 avril 1998, sans autres éléments suggérant que ces prix ont été appliqués ou que l'AIFLG a exercé des pressions afin de les faire respecter, est insuffisant pour établir que cette organisation a violé les dispositions de l'article 81 du traité de Rome.

96. Les faits étant antérieurs à l'entrée en vigueur de la loi du 15 mai 2001, le régime des sanctions applicables est celui de l'ordonnance du 1^{er} décembre 1986 qui dispose à son article 22 que lorsque le Conseil statue selon la procédure simplifiée sans établissement préalable d'un rapport : "*la sanction pécuniaire ne peut excéder 500.000 francs pour chacun des auteurs de pratiques prohibées*". La sanction encourue ne peut donc être supérieure à 76.224 euros.

97. Pour l'appréciation de la gravité des faits et du dommage à l'économie, il convient de tenir compte du fait que l'AIFLG regroupe 85 % des professionnels du secteur de la fraise dans le département du Lot-et-Garonne, du caractère répété des pratiques au cours des années 1998 et 1999, et du fait que la production de fraises des entreprises en cause est déterminante pour la définition de la tendance de la campagne en France. Les consommateurs finals ont également subi un dommage puisque la fraise est un produit de grande consommation, dont 25 % de la production nationale, en volume annuel, provient du seul département du Lot-et-Garonne, avec un effet considérablement plus important au cours de la période de quelques semaines pendant laquelle la quasi-totalité de la fraise française proposée sur le marché provient de ce seul département. Eu égard à ces éléments et aux ressources annuelles de l'AIFLG, il y a lieu de prononcer une sanction pécuniaire de 20.000 € à son encontre.

98. Dans les circonstances de l'espèce et nonobstant leur participation à la cellule de gestion du marché, il n'y a pas lieu de sanctionner individuellement les sociétés adhérentes à l'AIFLG.

DÉCISION

Article 1 : Il n'est pas établi que la chambre d'agriculture du Lot-et-Garonne et l'association coordination rurale 47 devenue association de défense du monde rural, ont enfreint les dispositions des articles L. 420-1 et L. 420-2 du code de commerce et 81 du traité de Rome.

Article 2 : Il est établi que l'Association interprofessionnelle de la fraise du Lot-et-Garonne et les sociétés Sca Granlot, Sarl Solprim, Sca de la Vallée du Lot, Sarl Defaye distribution, Société coopérative fruits et légumes des coteaux de Prayssac (Coop Prayssica), 2M Primeurs, Primeurs du Sud Ouest SA (Primso), Société aiguillonaise de commercialisation de fruits et légumes (Sacfel), Société coopérative agricole Valprim, Coopérative des agriculteurs de la région agricole Marmandaise (Cadram), S.A Ortolan et SA la Rivière, membres de l'AIFLG, ont enfreint les dispositions de l'article L 420-1 du code de commerce.

Article 3 : Il est infligé à l'Association interprofessionnelle de la fraise du Lot-et-Garonne une sanction de 20.000 euros.

Délibéré, sur le rapport oral de Mme Nguyen-Nied, par M. Jenny, vice-président, président la séance, Mmes Behar-Touchais et Renard-Payen, ainsi que MM. Flichy et Robin, membres.

Le secrétaire de séance,

Thierry Poncelet

Le vice-président, président la séance,

Frédéric Jenny