



Décision n° 04-D-23 du 23 juin 2004
relative à des pratiques mises en œuvre par la société Hachette
Livre sur le marché des guides pratiques à vocation touristique

Le Conseil de la concurrence (Section I),

Vu la lettre enregistrée le 14 août 2003 sous le n° 03/0053 F par laquelle la société Prisma Presse a saisi le Conseil de pratiques mises en œuvre par la société Hachette Livre sur le marché des guides pratiques à vocation touristique ;

Vu le livre IV du code de commerce et le décret n° 2002-689 du 30 avril 2002, fixant ses conditions d'application ;

Vu les autres pièces du dossier ;

Vu les observations présentées par la société Prisma Presse et le commissaire du Gouvernement ;

Le rapporteur, la rapporteure générale adjointe, le commissaire du Gouvernement entendus lors de la séance du 27 avril 2004 en la présence du représentant de la société Prisma Presse,

Adopte la décision suivante :

I. Constatations

A. LE SECTEUR CONCERNÉ

1. La société Prisma Presse reproche à la société Hachette Livre, sa concurrente, d'avoir cherché à entraver la parution de son guide touristique, "*Géoguide*", en usant à son encontre d'actions judiciaires abusives.

1. DONNÉES GÉNÉRALES

2. Selon une étude sectorielle Xerfi (2002), le secteur du livre est caractérisé par une forte concentration des ventes. Avec une croissance de 2,8 % en 2001, les éditeurs ont enregistré l'une des plus fortes progressions de leur chiffre d'affaires depuis 1994.

3. Les 10 plus grandes maisons d'édition de livres (effectifs supérieurs à 249 salariés) réalisent plus de 50 % du chiffre d'affaires du secteur, alors qu'elles ne représentent que 7 % des entreprises. L'étude des groupes d'édition fait apparaître des taux de concentration plus élevés encore. En effet, les 4 principaux groupes d'édition présents en France concentrent plus de la moitié de l'activité du marché. A eux seuls, Vivendi Universal Publishing et Hachette représentent 38 % des ventes du secteur.

Sociétés	Maison mère	CA 2000 (M€)
HACHETTE LIVRE	LAGARDERE	698,9
FRANCE LOISIRS	BERTELSMANN (ALL)	372,9
VIVENDI UNIVERSAL ÉDUCATION FRANCE	VIVENDI UNIVERSAL PUBLISHING	280,4
EDITION ATLAS	DE AGOSTINI (IT)	226,9
VIVENDI UNIVERSAL LITTERATURE	VIVENDI UNIVERSAL PUBLISHING	184,0
READER'S DIGEST SELECTION	READER'S DIGEST ASSOCIATION (EU)	148,8
FLAMMARION	RIZZOLI (IT)	136,4
EDITIONS DU SEUIL	INDEPENDANT	120,9
GALLIMARD EDITIONS	INDEPENDANT	120,3
LAMY	WOLTERS KLUWER FRANCE	115,0

2. LE SECTEUR DU LIVRE PRATIQUE

4. Selon l'étude Xerfi, le secteur des livres pratiques regroupe des ouvrages d'information générale qui constituent un outil "*pratique*", aussi bien en termes de contenu que de présentation. Sont répertoriés "*livres pratiques*", les recueils et guides touristiques, les ouvrages de conseils pratiques, les cartes géographiques et les atlas. Les livres pratiques représentent près de 17 % du marché en volume et renforceront, d'année en année, leur position.

B. LES ENTREPRISES

- Hachette Livre

5. La société Hachette Livre est rattachée au pôle média du groupe Lagardère (filiale à 100 %), constitué de quatre métiers complémentaires : le livre, la presse, la distribution de produits culturels et l'audiovisuel. Entre 1998 et 2002, son chiffre d'affaires a progressé de 768 à 950 M€, pour un résultat net de 31 à 60 M€.
6. La société Hachette Livre se présente comme le deuxième éditeur français, tous segments éditoriaux confondus (littérature générale, éducation, illustrés, guides touristiques et encyclopédies). Elle réunit une quarantaine de maisons d'édition en France et en Europe et publie chaque année plus de cinq mille nouveautés, dans les genres éditoriaux les plus diversifiés : littérature, éducation, jeunesse, pratique, tourisme, art de vivre, encyclopédies et dictionnaires. Elle édite notamment des guides pratiques à vocation touristique, le "*Guide Bleu*" et le "*Guide du Routard*".

7. Le "*Guide du Routard*" a atteint un chiffre d'affaires de plus de 30 millions d'euros en 2002, pour une part de marché estimée, par la société Hachette Livre, à 30 % du guide touristique.
 - Prisma Presse
8. Prisma Presse est la filiale française à 100 % du groupe de presse magazine Gruner & Jahr, qui édite plus de 120 magazines et quotidiens dans 14 pays. Créé en 1965 et présidé par M. X..., le groupe Gruner & Jahr est détenu par le groupe Bertelsmann et par le groupe Jahr, respectivement à hauteur de 74,9 % et de 25,1 % de son capital.
9. Prisma Presse est le deuxième groupe de presse magazine en France. Son chiffre d'affaires a atteint 531 millions d'euros en 2002, son résultat net s'élevant la même année à 46,2 millions d'euros.

C. LES FAITS RELEVÉS

10. En application d'un accord de co-édition conclu à l'automne 2001, Prisma Presse et Gallimard ont lancé, au printemps 2003, une nouvelle collection de guides pratiques de voyage, intitulée "*Géoguide*". Cette nouvelle collection permet à Gallimard de renforcer sa position sur le marché des guides pratiques à vocation touristique dont elle ne détient actuellement que 2,7 %. En contrepartie, Prisma Presse fait bénéficier Gallimard de sa marque "*Geo*". Ce nouveau guide est volontairement positionné sur le créneau éditorial du "*Guide du Routard*".
11. Les 10 premiers titres de la collection "*Géoguide*" sont parus simultanément le 10 avril 2003 (Bretagne Nord, Bretagne Sud, Corse, Guadeloupe, Martinique, Provence, Andalousie, Egypte, Maroc, Portugal). Ces guides sont tirés, dans un premier temps, entre 20 000 et 25 000 exemplaires et peuvent également faire l'objet de vente par correspondance, via le magazine "*Geo*" édité par Prisma Presse.
12. Par assignations des 3 et 4 juillet 2003, la société Hachette Livre et M. Y..., concepteur du "*Guide du routard*" ont attiré les sociétés Editions Gallimard, Les Nouveaux Loisirs, Prisma Presse et Géo devant le tribunal de grande instance de Paris, pour atteinte aux droits de M. Y... sur la marque "*Routard*" et, s'agissant des demandes d'Hachette, en concurrence déloyale et parasitaire et en contrefaçon. Les requérants sollicitaient des dommages intérêts, le retrait provisoire des ouvrages litigieux, la publication du jugement et le remboursement des frais irrépétibles sur le fondement de l'article 700 du NCPC.
13. Selon l'assignation, "*les ressemblances observées sont suffisamment nombreuses pour que la lecture des "Géoguides" évoque nécessairement, pour le lecteur d'attention moyenne, les guides du Routard, dans leur appartenance extérieure, leur style, leur présentation et leur contenu*".

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

14. Aux termes de l'article L. 464-6 du code de commerce : "*Lorsqu'aucune pratique de nature à porter atteinte à la concurrence sur le marché n'est établie, le Conseil de la*

concurrence peut décider, après que l'auteur de la saisine et le commissaire du Gouvernement ont été mis à même de consulter le dossier et de faire valoir des observations, qu'il n'y a pas lieu de poursuivre la procédure".

15. Selon la société Prisma Presse, la société Hachette a commis un abus de position dominante sur le marché des guides touristiques à vocation pratique, en la poursuivant devant le tribunal de grande instance de Paris. Cette action en justice aurait eu un objet et un effet anticoncurrentiels, visant non pas à faire valoir les droits légitimes de la société Hachette, mais à ériger des barrières à l'entrée sur le marché au préjudice de Prisma Presse.
16. Ainsi que le Conseil l'a rappelé, dans une [décision n° 99-D-77](#) du 7 décembre 1997, *"L'accès au juge est un droit fondamental ; (...) le fait pour une entreprise qui occuperait une position dominante d'intenter une action en justice ne saurait être qualifié de pratique anticoncurrentielle que dans des circonstances tout à fait exceptionnelles, lorsque l'action ne vise manifestement pas à faire valoir ce que l'entreprise peut légitimement considérer comme étant son droit et qu'elle est conçue dans le cadre d'un plan ayant pour but d'éliminer, par ce harcèlement, la concurrence"*.
17. Au cas d'espèce, le TGI de Paris, dans son jugement du 2 décembre 2003, a partiellement accueilli la prétention de la société Hachette en retenant une atteinte à l'image du *"Guide du Routard"* justifiant la condamnation de la société *"les nouveaux loisirs"* à verser à la société Hachette la somme de 50 000 euros à titre de dommages-intérêts. La responsabilité de Prisma Presse, qui avait signé un accord de coédition avec *"les nouveaux loisirs"* en vue du lancement de la collection *"Géoguide"*, a néanmoins été écartée au motif que la solidarité commerciale applicable entre les membres de la société en participation, dont l'accord précité révélait l'existence, suppose l'accomplissement par un des associés, au vu et au su des tiers, d'un acte en cette qualité, ce qui n'était pas le cas en l'espèce. Le tribunal a, par ailleurs, rejeté la demande reconventionnelle en paiement de dommages-intérêts de Prisma Presse contre Hachette en relevant que le mal fondé des demandes en contrefaçon et concurrence déloyale et parasitaire formées par cette dernière résultait d'une *"appréciation erronée des faits de la cause et non d'un dol"*, écartant ainsi toute imputation d'abus de procédure à l'encontre de la société Hachette. Enfin, la condamnation de cette dernière à verser une somme de 15 000 euros aux sociétés Géo et Prisma Presse, au titre de l'article 700 du nouveau code de procédure civile, réparti sur le fondement, non de la faute de la société Hachette mais *"de l'équité ou de la situation économique de la partie condamnée"*, la charge des frais exposés et non compris dans les dépens de l'instance.
18. L'action en justice de la société Hachette ne peut donc être qualifiée de pratique anticoncurrentielle, la preuve de l'insertion de cette action dans un plan visant à éliminer, par harcèlement, la concurrence n'étant, au surplus, pas rapportée.
19. Il résulte de ce qui précède, sans qu'il soit besoin de se prononcer sur la délimitation du marché affecté et sur la position de la société Hachette sur ce marché, que la pratique dénoncée n'entre pas dans les prévisions de l'article L. 420-2 du code de commerce. Il convient, dès lors, de faire application des dispositions de l'article L. 464-6 du code de commerce.

DECISION

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

Délibéré, sur le rapport oral de M. Fontaine, par M. Nasse, vice-président, Mmes Aubert, Mader-Saussaye, Perrot, ainsi que MM. Bidaud, Lasserre et Piot, membres.

La secrétaire de séance

Nadine Bellegarde

Le vice-président, présidant la séance

Philippe Nasse

© Conseil de la concurrence