



Décision n° 05-D-22 du 18 mai 2005
**relative à des pratiques mises en œuvre par l'association « *Agriculture et*
Tourisme en Dordogne-Périgord » dans le secteur de l'accueil touristique**
des agriculteurs sur leur exploitation

Le Conseil de la concurrence (Section IV),

Vu la lettre enregistrée le 4 février 2005, sous les numéros 05/0007 F et 05/0008 M, par laquelle Madame X... a saisi le Conseil de la concurrence de pratiques mises en œuvre par l'association « *Agriculture et Tourisme en Dordogne-Périgord* » dans le secteur de l'accueil touristique des agriculteurs sur leur exploitation et a demandé que des mesures conservatoires soient prononcées sur le fondement de l'article L. 464-1 du code de commerce ;

Vu le livre IV du code de commerce relatif à la liberté des prix et de la concurrence et le décret 2002-689 du 30 avril 2002 fixant les conditions de son application ;

Vu les observations présentées par la saisissante, l'association « *Agriculture et Tourisme en Dordogne-Périgord* » et par le commissaire du Gouvernement ;

Vu les autres pièces du dossier ;

La rapporteure, la rapporteure générale adjointe, le commissaire du Gouvernement et les représentants de l'association « *Agriculture et Tourisme en Dordogne-Périgord* » entendus lors de la séance du 27 avril 2005, Madame X... ayant été régulièrement convoquée ;

Adopte la décision suivante :

I. Constatations

A. LE SECTEUR D'ACTIVITE

1. Le secteur concerné par la plainte de Madame X... est celui de l'accueil touristique en milieu rural et, plus spécifiquement, de l'exploitation de fermes auberges qu'il convient de distinguer de l'hôtellerie et de la restauration traditionnelles. Les pratiques visées dans la saisine sont relatives au fonctionnement du réseau de fermes-auberges exploitées sous la marque « *Bienvenue à la Ferme* ». Selon le cahier des charges du réseau, « *La ferme auberge "Bienvenue à la Ferme" est un lieu de restauration, avec ou sans hébergement, aménagé sur*

une exploitation agricole en activité, dans le prolongement de ses productions animales ou végétales. Elle est gérée par un ou plusieurs exploitants, quelle que soit la forme reconnue pour l'exploitation ».

2. Le réseau « *Bienvenue à la Ferme* » a été créé à l'initiative de l'Assemblée Permanente des Chambres d'Agriculture (A.P.C.A.), en 1988, dans le but de développer l'agritourisme en France sous la marque semi-figurative « *Bienvenue à la Ferme* ». Il regrouperait actuellement 4 500 agriculteurs adhérents sur le territoire national.
3. Outre les fermes-auberges, le réseau compte d'autres structures d'accueil exploitées sous la marque « *Bienvenue à la Ferme* », qu'il s'agisse de campings en ferme d'accueil, de fermes équestres ou de toute autre exploitation fermière.
4. L'A.P.C.A. est titulaire de plusieurs marques de commerce individuelles, semi-figuratives, déposées à l'Institut National de la Propriété Intellectuelle (INPI) et liées à la marque « *Bienvenue à la Ferme* ». Ces diverses marques reflètent les différentes formes de structures d'accueil exploitées sous ladite marque, comme par exemple, en l'espèce : « *Bienvenue à la Ferme - Ferme auberge* ». La marque est représentée par un logo : une marguerite stylisée, obéissant à une charte graphique.
5. Le réseau « *Bienvenue à la Ferme* » est géré, au niveau national, par l'Assemblée Permanente des Chambres d'Agriculture et, au niveau régional ou départemental, par des relais régionaux et départementaux.
6. Du point de vue de l'organisation du réseau, l'Assemblée Permanente des Chambres d'Agriculture demeure propriétaire de la marque « *Bienvenue à la Ferme* », mais ne la gère pas en direct. Elle décentralise cette gestion en licenciant la marque « *Bienvenue à la Ferme* » à des organismes régionaux par le biais d'un contrat de licence bipartite, s'il s'agit d'une chambre agricole qui gère la marque elle-même, ou tripartite, si la chambre agricole délègue cette gestion à une structure associative. L'A.P.C.A. a donc prévu expressément la possibilité, pour les chambres d'agriculture, de licencier la marque à un tiers.
7. A ce titre, dans le cas de la Dordogne, une convention a tout d'abord été signée, le 14 janvier 2002, par le président de la Chambre d'agriculture et celui de l'association « *Agriculture et Tourisme en Dordogne-Périgord* » (A.A.T.D.P.). Un projet de licence de marque tripartite a ensuite été élaboré, par l'A.P.C.A., en 2004.
8. La Chambre d'agriculture de la Dordogne a, en effet, pris la décision de déléguer la gestion de la marque « *Bienvenue à la Ferme* », en raison de l'importance de cette activité dans le département et des enjeux stratégiques que représente le développement de l'agritourisme. La Dordogne est l'un des départements les plus développés en matière d'agritourisme, grâce au nombre élevé des structures d'hébergement et de restauration « *Bienvenue à la Ferme* » qui y sont installées. Le relais « *Bienvenue à la Ferme* » en Dordogne regroupe plus de 223 adhérents et ce département représente aujourd'hui 10 % du secteur de l'accueil à la ferme au niveau national et 52 % au niveau régional.
9. L'agriculteur, adhérent au réseau « *Bienvenue à la ferme* », s'engage à respecter les termes d'une charte éthique nationale élaborée par l'Association Permanente des Chambres d'Agriculture, ainsi que les dispositions du règlement intérieur, élaboré par les instances régionales auxquelles est déléguée la gestion de la marque sur leur territoire. Le règlement a pour but d'adapter le contenu de la charte aux spécificités du territoire auquel il s'applique et « *ne (doit pas) déroger aux principes figurant dans la charte nationale* ».

10. Le règlement intérieur doit, par conséquent, être approuvé par l'Association Permanente des Chambres d'Agriculture et, dans le cas particulier de la Dordogne, par la DDCCRF avant d'être mis en œuvre sur son territoire d'application.
11. Outre la marque « *Bienvenue à la Ferme* », un certain nombre de labels sont gérés par l'association « *Agriculture et Tourisme en Dordogne-Périgord* ». Ainsi coexistent notamment dans ce département et dans le secteur de l'accueil touristique en milieu rural, les réseaux « *Gîtes de France* » et « *Clévacances* », chacun d'entre eux offrant des garanties spécifiques quant à la qualité de leurs services. Les gîtes ruraux « *Gîtes de France* », par exemple, sont des maisons anciennes, restaurées, situées à la campagne, avec un niveau de confort garanti, lui aussi, par une charte (cf 1, 2 et 3 épis).

B. LES OPERATEURS DU MARCHE

12. Madame X... exerce les fonctions d'agricultrice et de commerçante. Elle dirige à ce titre une auberge à proximité de Sarlat, sur sa propriété de St André d'Alias (24). En tant qu'exploitante d'une ferme auberge, « *Lo Gorissado* », elle a obtenu l'agrément pour l'utilisation de la marque « *Bienvenue à la Ferme* » en 1994. Cet agrément a été renouvelé chaque année jusqu'en 2000.
13. L'Assemblée Permanente des Chambres d'Agriculture (« *A.P.C.A* ») est l'organisme qui représente les Chambres d'agriculture départementales et régionales à l'échelon national. Ces chambres sont des organismes professionnels, au même titre que les Chambres de Commerce et d'Industrie et les Chambres des Métiers. Ce sont des établissements publics professionnels, administrés par des agriculteurs chargés de représenter la profession d'agriculteur auprès des pouvoirs publics.
14. L'association « *Agriculture et Tourisme en Dordogne-Périgord* » (« *A.A.T.D.P.* »), dont le siège social est situé au sein des locaux de la Chambre d'agriculture à Périgueux, gère la marque « *Bienvenue à la Ferme* » pour le département de la Dordogne.

C. LES PRATIQUES DENONCEES

15. Madame X... reproche aux agriculteurs, membres de l'A.A.T.D.P., de participer à une entente au sens de l'article L. 420-1 du code de commerce en vue « *de limiter le libre accès (de certains autres agriculteurs) au statut de "fermes-auberges" (du réseau "Bienvenue à la Ferme")* ».
16. La plaignante estime que les conditions d'accès au réseau, imposées par la charte nationale des fermes-auberges élaborée par l'A.P.C.A. et par le règlement intérieur des fermes-auberges de Dordogne, font en sorte que « *le libre accès au statut des fermes-auberges est considérablement restreint sans que cette restriction ne repose sur des critères objectifs* ».
17. Madame X... se considère « *évincée du réseau des fermes-auberges de façon discriminatoire, sans que cette mesure ne soit justifiée par un élément objectif et pertinent, pratique répondant à la définition du boycott(...)* ».
18. Madame X... estime également que les conditions d'approvisionnement imposées par le réseau « *Bienvenue à la Ferme* » sont abusives.

19. En effet, d'après la saisissante, l'A.A.T.D.P. utiliserait le réseau « *Bienvenue à la Ferme* » pour « *segmenter le marché en imposant qu'un minimum de 70 % des produits de base provienne de l'exploitation, les autres produits devant obligatoirement provenir d'exploitations agricoles et de producteurs identifiés par le réseau, ce qui constitue une entente anticoncurrentielle entravant l'accès au marché* ».
20. Cette clause serait, selon la plaignante, assortie de pratiques de prix imposés.

II. Discussion

21. L'article 42 du décret du 30 avril 2002 énonce que « *la demande de mesures conservatoires mentionnée à l'article L. 464-1 du code de commerce ne peut être formée qu'accessoirement à une saisine au fond du Conseil de la concurrence. Elle peut être présentée à tout moment de la procédure et doit être motivée* ». Une demande de mesures conservatoires ne peut donc être examinée que pour autant que la saisine au fond ne soit pas rejetée faute d'éléments suffisamment probants, en application de l'alinéa 2 de l'article L. 462-8 du code de commerce selon lequel le Conseil de la concurrence, « *(...) peut aussi rejeter la saisine par décision motivée lorsqu'il estime que les faits invoqués ne sont pas appuyés d'éléments suffisamment probants* ».
22. Une démarche collective de qualité comme, par exemple, la constitution d'un label de qualité ou encore la constitution d'un système d'identification professionnelle conduisant à sélectionner des entreprises en fonction de leur aptitude à réaliser certains travaux ou en fonction de certains critères de qualité, constitue une entente entre les entreprises qui adhèrent à cette démarche, mais elle ne peut, *a priori*, être considérée comme un comportement anticoncurrentiel lorsqu'elle tend à l'amélioration de la qualité des produits et des services vendus aux consommateurs finals.
23. Une telle entente serait en revanche anticoncurrentielle si les critères d'octroi d'un label dont la détention est indispensable pour exercer une activité, n'étaient pas suffisamment objectifs et clairs et se prêtaient à une application discriminatoire, permettant ainsi d'évincer des concurrents du marché concerné par le label, par des moyens autres que ceux fondés sur les mérites des entreprises ou encore si la charte régissant le label contenait des clauses de prix imposés ou des restrictions territoriales absolues.
24. Il convient, à titre liminaire, de constater en l'espèce que la détention du label « *Bienvenue à la Ferme* » n'est pas indispensable pour exercer une activité de ferme-auberge en Dordogne. L'instruction de la plainte de Madame X... a en effet révélé que les agriculteurs de Dordogne peuvent exercer cette activité sans être membres d'un réseau ou en étant membres d'un réseau autre que le réseau « *Bienvenue à la Ferme* », comme « *Gîtes de France* » ou « *Clévacances* ». La saisissante a d'ailleurs été en mesure de poursuivre son activité, après sa sortie du réseau « *Bienvenue à la Ferme* ».
25. L'adhésion au réseau « *Bienvenue à la Ferme* » est subordonnée à l'obtention d'un agrément délivré par la commission générale d'agrément de l'AATDP. La procédure d'agrément se déroule en plusieurs étapes à la suite du dépôt d'un dossier par le candidat agriculteur. Elle inclut deux visites de l'exploitation de l'agriculteur à l'occasion desquelles est évaluée la capacité d'auto-provisionnement de l'exploitation. Un avis est ensuite adressé à l'agriculteur, précédant la décision de la commission générale d'agrément.

26. L'article II, paragraphe 2 de la charte nationale des fermes-auberges indique que les menus proposés par les adhérents doivent être élaborés à partir de « *recettes locales et régionales* » et doivent « *valoriser la ou les productions de la ferme support, les savoir-faire culinaires et la capacité créative et novatrice du fermier aubergiste* ». La charte nationale, comme le règlement intérieur régional, exigent que l'adhérent au réseau soit en mesure de s'approvisionner « *de façon substantielle* » en produits fermiers à partir de sa propre exploitation.
27. Le règlement intérieur applicable aux fermes-auberges du réseau en Dordogne, prenant en compte les spécificités du département, a fixé (sous l'intitulé « *Menus et Produits : critères de contrôle des produits* ») le seuil d'auto-approvisionnement à 70 %, seuil approuvé par l'A.P.C.A. et par la DDCCRF en Dordogne.
28. Pour le reste des produits, à savoir ceux que les adhérents au réseau ne sont pas en mesure de fournir à partir de leur propre exploitation, ils peuvent être achetés auprès de producteurs du terroir figurant sur la liste proposée par le relais Dordogne, ou encore auprès de producteurs n'appartenant pas à cette liste, après vérification que ces producteurs se conforment aux normes de qualité du réseau. Cette liste est mise à jour au fur et à mesure que de nouveaux producteurs sont agréés par le réseau.

A. SUR LES LISTES DE PRODUCTEURS ET LE PRETENDU APPROVISIONNEMENT EXCLUSIF DES MEMBRES DU RESEAU

29. Madame X... prétend que la charte « *impose un approvisionnement auprès d'exploitations ou groupements d'agriculteurs identifiés par le réseau (et que) cette obligation aboutit à contraindre les membres de l'association à s'approvisionner exclusivement, et dans des conditions de prix déterminées auprès d'autres membres du réseau* ». Elle évoque, à l'appui de ses prétentions, la diffusion par l'A.A.T.D.P. de deux listes. La première liste, de 1995, est intitulée « *Les 10 Commandements du Fermier Aubergiste Périgourdin* ». La seconde liste énumère les dénominations et coordonnées des producteurs fermiers auprès desquels les adhérents au réseau peuvent s'approvisionner. Madame X... expose que cette obligation d'approvisionnement exclusif serait anticoncurrentielle.
30. Il convient d'examiner les clauses de la charte et du règlement intérieur relatives à l'approvisionnement des fermes auberges du réseau au regard des règles de concurrence. A ce titre, le Conseil a estimé, dans une décision n° 94-D-41 du 5 juillet 1994, que des clauses statutaires « *peuvent avoir un objet ou un effet anticoncurrentiel, dès lors (1) que la sélection des candidats à l'adhésion ne serait pas fondée sur des critères objectifs de nature qualitative (2) et appliqués de façon non discriminatoire ou (3) qu'elles seraient utilisées pour empêcher l'accès aux marchés (considérés) ou (4) pour restreindre artificiellement l'offre (de produits) sous label de façon à limiter la concurrence par les prix* ». Il a précisé, dans une décision n° 94-D-31 du 24 mai 1994, relative à des contrats de franchise, que les « *obligations qui imposent aux franchisés de vendre ou d'utiliser, dans le cadre de la prestation de services, des produits fabriqués par le franchiseur ou par des tiers désignés par lui (...)* » ne doivent pas être considérées comme constituant une restriction à la concurrence si elles ont pour objet de préserver l'image de marque du réseau.
31. Le concept même de fermes-auberges impose par lui-même un taux d'auto-approvisionnement important. Le contexte propre à la gestion de la marque « *Bienvenue*

à la Ferme » en Dordogne où coexistent plusieurs réseaux d'accueil touristique en milieu rural explique, en outre, la fixation d'un seuil d'auto-provisionnement élevé dans ce département. La fixation d'un seuil d'auto-provisionnement de 70 % permet d'assurer la spécificité et l'authenticité des services offerts par les exploitants membres du réseau « *Bienvenue à la Ferme* », par rapport aux autres modes de restauration.

32. Par ailleurs, l'approvisionnement des membres du réseau, pour la partie non couverte par les produits de l'exploitation, auprès de producteurs identifiés par le réseau ne revêt aucun caractère contraignant. Le règlement intérieur des fermes-auberges de Dordogne (« *Menus et produits* », point A) confirme à cet égard la possibilité de ne pas faire appel à un fournisseur recensé par le réseau en précisant que « *si le fermier aubergiste choisit de s'approvisionner auprès d'un producteur non recensé, il devra le signaler au réseau ; ce producteur pourra après vérification du réseau être inclus dans cette liste* ». Cette obligation pour l'adhérent reflète le souci de maintenir la qualité des produits et services offerts sous la marque « *Bienvenue à la Ferme* ».
33. Enfin, une obligation d'approvisionnement exclusif auprès de producteurs identifiés par le réseau, à la supposer avérée, serait justifiée par la nature de l'activité au sein du réseau consistant à offrir des produits de qualité fermière. C'est, en effet, de cette façon que le réseau se démarque de l'hôtellerie et de la restauration classiques. L'existence et la survie du réseau dépendent de cette différenciation ainsi que du contrôle et du maintien de la qualité des produits fermiers offerts par les exploitants. Le processus d'identification des intervenants au sein du réseau est, donc, un des fils directeurs de la stratégie commerciale de développement de la marque.
34. Il résulte de ce qui précède qu'aucun des éléments fournis par la saisissante ne permet d'établir que le seuil d'auto-provisionnement imposé par le relais Dordogne du réseau « *Bienvenue à la Ferme* » ou que la diffusion, auprès des membres du réseau, d'une liste de producteurs auprès desquels il est possible d'acheter les produits non fournis sur l'exploitation, aient excédé l'objectif de protection de la qualité du réseau et aient eu un objet ou un effet anticoncurrentiel.
35. S'agissant enfin des autres critères de sélection des adhérents au réseau, la saisissante ne fournit aucun élément de nature à laisser penser qu'ils ne seraient pas fixés de manière objective ou qu'ils seraient appliqués de façon discriminatoire afin d'empêcher des opérateurs d'entrer sur le marché.

B. SUR LES PRIX

36. La saisissante prétend que l'A.A.T.D.P. pratique des prix imposés. Elle évoque, à l'appui de ses prétentions, une fiche de base de calcul de la valeur des produits issus de l'exploitation, comportant une description des produits et, dans certains cas, leur poids et leur prix.
37. Il ressort des déclarations, faites lors de la séance par le directeur de l'association « *Agriculture et Tourisme en Dordogne-Périgord* », que la diffusion de cette fiche et son renseignement par les adhérents au réseau ont pour objet de vérifier que les fermiers aubergistes fixent le prix des produits issus de leur exploitation au même niveau, que ces produits soient directement vendus aux consommateurs finals ou qu'ils entrent dans leur activité de fermes-auberges et soient facturés dans la prestation globale de services.

38. Par ailleurs, aucun document fourni à l'appui de la saisine, ni aucun élément recueilli au cours de l'instruction engagée pour les besoins de l'examen de la demande de mesures conservatoires ne permet d'établir un quelconque indice d'une concertation relative à des prix imposés par le réseau.

C. SUR LA PRATIQUE ALLEGUEE DE « BOYCOTT »

39. Madame X... se plaint d'avoir été victime d'un boycott et d'avoir été indûment évincée du réseau « *Bienvenue à la Ferme* ».
40. La Cour de cassation, dans un arrêt du 22 octobre 2002, SA Vidal, a défini le boycott comme « *une action délibérée en vue d'évincer un opérateur de marché* », cette qualification exigeant en outre que soit établie la volonté d'éviction de la part de l'auteur de la pratique alléguée. Le Conseil a repris cette définition dans sa décision n° [03-D-06](#) du 29 janvier 2003, société Prisma Presse.
41. C'est à l'issue d'un contrôle inopiné de son exploitation, en été 2000, que la plaignante a été informée que son exploitation, « *Lo-Gorissado* », ne semblait pas être en conformité avec les chartes de qualité. Elle aurait manifesté à cette époque son souhait de se retirer de l'A.A.T.D.P. Un compte rendu d'une précédente visite du 9 avril 1999 indiquait déjà les problèmes d'approvisionnement constatés sur l'exploitation de la plaignante dans les termes suivants : « *Il est impossible d'arriver à produire suffisamment. Il faudrait un contrôle approfondi de cette structure qui, selon moi, ne rentre plus dans le cadre de "Bienvenue à la Ferme", même si un gros effort est fait pour afficher la marguerite et en assurer la promotion* »
42. Ayant pris acte de sa démission lors d'une commission générale d'agrément du 27 octobre 2000, le relais Dordogne a informé la plaignante, par courrier du 9 novembre 2000, qu'elle ne faisait plus partie du réseau. Madame X... était également informée à cette occasion de la nécessité de retirer ses panneaux de signalisation ainsi que ses supports publicitaires représentant le logo et la marque « *Bienvenue à la Ferme* » avant le 1^{er} janvier 2001.
43. Par courrier en date du 22 mai 2001, l'association « *Agriculture et Tourisme en Dordogne-Périgord* » lui a indiqué, à la suite d'une demande qu'elle aurait présentée par courrier pour réintégrer le réseau « *Bienvenue à la Ferme* » que Madame X... était invitée, conformément à la charte et au règlement intérieur, à soumettre à une prochaine commission d'agrément les éléments additionnels permettant un nouvel examen de son dossier. Il apparaît, cependant, que la saisissante ne s'est pas manifestée à la suite de ce courrier et, bien qu'elle ait poursuivi son activité de ferme-auberge en Dordogne, qu'elle ne souhaite plus, à ce jour, réintégrer le réseau mais uniquement obtenir du Conseil la sanction des pratiques alléguées.
44. Enfin, à la suite du retrait d'agrément du réseau le 27 octobre 2000, la plaignante a continué à utiliser la marque « *Bienvenue à la Ferme* » et cela en dépit des nombreux avertissements adressés par le relais Dordogne (lettres des 5 juillet 2001 et 13 août 2002), ainsi qu'il résulte du constat d'huissier du 12 juin 2002 lui faisant sommation « *d'avoir à enlever tous signes d'appartenance portant la mention "Bienvenue à la Ferme"* ». La cour d'appel de Bordeaux a confirmé, dans un arrêt du 5 avril 2005, sa condamnation du chef d'imitation de la marque « *Bienvenue à la Ferme* ».

45. Madame X... a été écartée du réseau parce qu'elle ne répondait plus aux critères d'adhésion de celui-ci. Elle n'a pas été en mesure d'établir l'existence d'agissements tendant à son éviction ou à celle de tout autre adhérent au réseau, de la part de l'A.A.T.D.P., ni une application discriminatoire à son encontre des critères de la charte ou du règlement intérieur, de la part de cette même association.
46. Il résulte de l'ensemble de ce qui précède que les faits dénoncés par la saisine ne sont pas appuyés d'éléments suffisamment probants, pour caractériser l'existence de pratiques qui auraient pour objet ou pour effet d'entraver le libre jeu de la concurrence au sens des articles L. 420-1 ou L. 420-2 du code de commerce. Il convient, en conséquence, de faire application des dispositions de l'article L. 462-8 du code de commerce et, par voie de conséquence, de rejeter la demande de mesures conservatoires.

DÉCISION

Article 1^{er} : La saisine au fond enregistrée sous le numéro 05/0007 F est rejetée.

Article 2 : La demande de mesures conservatoires enregistrée sous le numéro 05/0008 M est rejetée.

Délibéré sur le rapport oral de Mme Mauléon-Wells, par Mme Aubert, vice-présidente présidant la séance, Mme Behar-Touchais et M. Ripotot, membres.

La secrétaire de séance,
Catherine Duparcq

La vice-présidente,
Françoise Aubert