



**Avis n° 09-A-40 du 26 juin 2009
relatif à un accord dérogatoire aux délais de paiement
dans le secteur des articles de sport**

L'Autorité de la concurrence (commission permanente),

Vu la lettre du 17 mars 2009, enregistrée sous le numéro 09/0037 A, par laquelle le ministre de l'économie, de l'industrie et de l'emploi a saisi l'Autorité de la concurrence d'une demande d'avis portant sur un accord dérogatoire en matière de délais de paiement dans le secteur des articles de sport ;

Vu la loi 2008-776 du 4 août 2008 de modernisation de l'économie ;

Vu le livre IV du code de commerce relatif à la liberté des prix et de la concurrence ;

Le rapporteur, le rapporteur général adjoint, le commissaire du Gouvernement, entendus au cours de la séance du 16 juin 2009 ;

Les représentants des organisations professionnelles signataires de l'accord dérogatoire, entendus sur le fondement des dispositions de l'article L. 463-7 du code de commerce.

Est d'avis de répondre à la demande présentée dans le sens des observations suivantes :

1. Le ministre de l'économie, de l'industrie et de l'emploi a saisi, le 17 mars 2009, l'Autorité de la concurrence d'une demande d'avis portant sur un accord dérogatoire en matière de délais de paiement concernant le secteur des articles de sport, au titre de l'article 21-III, de la loi de modernisation de l'économie du 4 août 2008.
2. Ce dernier texte a instauré un délai de paiement maximal de 45 jours fin de mois ou de 60 jours nets pour les transactions entre entreprises, qui est entré en vigueur le 1^{er} janvier 2009. L'article L. 441-6 du code de commerce, neuvième alinéa, dans sa rédaction issue de l'article 21 de la loi de modernisation de l'économie, dispose en effet que, à compter du 1^{er} janvier 2009, « *le délai convenu entre les parties pour régler les sommes dues ne peut dépasser quarante-cinq jours fin de mois ou soixante jours à compter de la date d'émission de la facture* ». En l'absence de convention, le délai de règlement des sommes dues est fixé au trentième jour suivant la date de réception des marchandises ou d'exécution de la prestation demandée. Les professionnels qui ne respecteraient pas ces dispositions s'exposent aux sanctions de l'article L. 442-6-III du code de commerce, et notamment à une amende civile.
3. Toutefois, l'article 21-III de la loi du 4 août 2008 prévoit une possibilité de dérogation temporaire. Un accord interprofessionnel permet en effet de différer l'application du délai légal de paiement dans le secteur économique concerné à la condition que des raisons économiques particulières à ce secteur justifient ce report et qu'une réduction progressive des délais pratiqués soit mise en place par cet accord pour parvenir au délai légal au plus tard le 1^{er} janvier 2012.
4. L'accord doit être approuvé par un décret pris après avis de l'Autorité de la concurrence, qui peut prévoir son extension à l'ensemble des entreprises dont l'activité relève des organisations professionnelles signataires de l'accord.
5. La disposition législative est rédigée dans les termes suivants :
« III. Le 1^o du I ne fait pas obstacle à ce que des accords interprofessionnels dans un secteur déterminé définissent un délai de paiement maximum supérieur à celui prévu au neuvième alinéa de l'article L.441-6 du code de commerce, sous réserve :
1^o) Que le dépassement du délai légal soit motivé par des raisons économiques objectives et spécifiques à ce secteur, notamment au regard des délais de paiement constatés dans le secteur en 2007 ou de la situation particulière de rotation des stocks ;
2^o) Que l'accord prévoie la réduction progressive du délai dérogatoire vers le délai légal et l'application d'intérêts de retard en cas de non-respect du délai dérogatoire fixé dans l'accord ;
3^o) Que l'accord soit limité dans sa durée et que celle-ci ne dépasse pas le 1^{er} janvier 2012.
Ces accords conclus avant le 1^{er} mars 2009, sont reconnus comme satisfaisant à ces conditions par décret pris après avis du Conseil de la concurrence.
Ce décret peut étendre le délai dérogatoire à tous les opérateurs dont l'activité relève des organisations professionnelles signataires de l'accord ».

I. Le cadre économique et juridique des accords dérogatoires en matière de délais de paiement

6. Le crédit que les entreprises s'accordent dans leurs échanges commerciaux, communément dénommé délais de paiement, recouvre des enjeux économiques et concurrentiels.

a) Le contexte économique

7. Le crédit commercial interentreprises représente, selon les données de la centrale des bilans de la Banque de France pour l'année 2005, un montant de 604 milliards d'euros pour l'ensemble de l'économie, qui est à rapprocher de l'encours de 133 milliards d'euros pour le crédit bancaire à court terme.
8. Au plan international, les comparaisons effectuées par la Banque de France pour 6 pays (Allemagne, France, Espagne, Italie, Japon et États-Unis), montrent que la France est, après l'Italie, le pays ayant les règlements les plus tardifs, avec une tendance longue à l'augmentation du poids des dettes fournisseurs dans le total des bilans des entreprises.
9. Les délais de paiement importants accordés aux clients pèsent sur la trésorerie des entreprises, lorsqu'ils ne sont que partiellement compensés par les délais obtenus des fournisseurs. Le besoin de financement ainsi créé par l'exploitation est couvert par l'endettement bancaire, direct (crédits de trésorerie) ou indirect (mobilisation des créances commerciales et affacturage), ce qui pose deux problèmes aux entreprises.
10. En premier lieu, le volume de financement et son coût dépendent de la taille de l'entreprise et de la perception de son secteur d'activité par la banque : autant de critères peu favorables d'une façon générale aux PME et aux entreprises en position de sous-traitance.
11. En second lieu, les ressources mobilisées le sont aux dépens du financement de la croissance de l'activité, de l'innovation et de l'investissement. Une telle situation est préjudiciable au développement de l'entreprise, mais aussi à la pérennité et à la vitalité du tissu industriel de PME, dès lors que le phénomène est généralisé à un secteur d'activité.
12. Les délais excessifs représentent, en conséquence, un risque économique et financier pour le partenaire le plus faible, la filière concernée, voire l'économie locale.
13. L'importance du crédit interentreprises accroît les risques de défaillances en cascade d'entreprises, le défaut de paiement se propageant aux entreprises de la filière ainsi qu'aux autres fournisseurs, avec leurs conséquences économiques et sociales à l'échelle d'une localité ou d'une région.

b) L'enjeu concurrentiel

14. Parallèlement, les délais de paiement représentent un avantage financier pour l'acheteur, qui n'a pas à payer comptant, et viennent réduire le prix de revient effectif de ses achats.
15. Les délais de paiement affectent ainsi les conditions de concurrence. Les délais obtenus de ses fournisseurs par une entreprise et sa capacité à obtenir leur allongement ont un impact direct sur sa compétitivité par rapport à ses concurrents sur le marché, en lui procurant une trésorerie gratuite pour financer son exploitation et son développement.
16. A côté d'autres éléments, comme par exemple le prix unitaire, la politique de remises, le volume acheté, la durée du contrat ou l'achalandage, les délais de paiement doivent être

appréciés comme un des éléments de la relation commerciale entre entreprises, qui doit résulter du libre jeu de la concurrence dans le respect des prescriptions légales qui s'imposent aux acteurs économiques.

17. Il est ainsi dans la logique de la concurrence entre les formes de distribution que chacune se distingue quant à certains éléments constitutifs de la relation commerciale.

c) L'extension des accords dérogatoires à l'ensemble des entreprises d'un secteur

18. Un accord dérogatoire a pour effet de donner aux entreprises concernées la possibilité d'obtenir, dans leurs relations avec leurs fournisseurs, des délais de paiement plus favorables que le délai légal de 60 jours nets, pendant la durée de la validité de l'accord. Les entreprises couvertes par l'accord dérogatoire bénéficient ainsi d'un avantage.
19. Une distorsion de concurrence pourrait résulter de ce qu'un accord ne s'applique pas à l'ensemble des entreprises placées dans une situation comparable quant à l'exercice de leur activité.
20. Ce risque potentiel pour le jeu de la concurrence est pris en compte par l'article 21-III de la loi du 4 août 2008, qui ouvre la possibilité pour le décret validant un accord interprofessionnel conclu dans un secteur déterminé « *d'étendre le délai dérogatoire à tous les opérateurs dont l'activité relève des organisations professionnelles signataires de l'accord* ».
21. L'extension par décret d'un accord dérogatoire a ainsi pour effet pratique d'appliquer le dispositif de cet accord à la totalité des entreprises relevant des organisations professionnelles signataires, que ces entreprises soient adhérentes ou non à l'une de ces organisations.
22. A titre général, l'Autorité de la concurrence considère donc que l'extension est souhaitable pour toutes les demandes d'accord dérogatoire en matière de délais de paiement.
23. Ce principe posé, plusieurs questions peuvent être soulevées au regard de l'objectif d'assurer la plus grande neutralité possible des accords dérogatoires au regard de la concurrence.
24. En premier lieu, le champ retenu par le décret d'extension devra être traité. Les accords déjà conclus donnent en effet lieu à des demandes d'adhésion de la part d'organisations professionnelles qui n'étaient pas parties aux négociations. Il semble peu conciliable avec le jeu de la concurrence de laisser aux seules organisations signataires de l'accord initial la décision d'accepter ou de refuser ces nouvelles demandes, sans qu'ait lieu un contrôle minimal de la part du pouvoir réglementaire.
25. L'Autorité recommande en ce sens au ministre de préciser le champ d'application de l'extension dans le décret, afin de faciliter l'application et le contrôle des règles en matière de délais de paiement et du pouvoir réglementaire.
26. L'autre question concerne le cas des entreprises présentes sur différents secteurs ou activités, dont une activité, sans constituer l'activité principale, est couverte par un accord dérogatoire existant. Cette situation concerne les cas de figure distincts de la grande distribution généraliste et des industriels multi-activités.
27. Premier cas de figure, la grande distribution généraliste (hypermarchés et supermarchés) est en concurrence, au moins sur une partie de l'offre, avec les distributeurs spécialisés. Elle pourrait ainsi souhaiter bénéficier des accords dérogatoires en matière de délais de paiement conclus par des distributeurs spécialisés avec leurs fournisseurs.

28. Pour se prononcer sur ce point, l'Autorité procédera, dans chaque cas d'espèce, à une analyse et à une comparaison des caractéristiques de l'offre commerciale de chaque circuit de distribution.
29. Toutefois, deux remarques générales peuvent être avancées. D'une part, les délais de paiement ne constituent qu'un élément parmi d'autres définissant la relation commerciale entre un acheteur et son fournisseur. Comme il a déjà été dit, il est dans la logique de la concurrence entre les différentes formes de distribution que chacune se singularise sur tel ou tel élément de la relation commerciale.
30. D'autre part, le droit de la concurrence reconnaît que les conditions et les modalités de concurrence entre les opérateurs n'ont pas à être identiques, dans la mesure où les différenciations relèvent de considérations objectives.
31. Le second cas de figure porte sur les fournisseurs présents, non pas à titre principal mais pour une partie moins importante de leur activité, dans un secteur couvert par un accord dérogatoire.
32. Dans cette hypothèse, l'accord dérogatoire peut créer une distorsion de concurrence entre les fournisseurs relevant des organisations signataires, qui pourront appliquer des délais plus longs jusqu'à fin 2011, et ceux non couverts par l'accord, qui sont face à l'alternative de se placer dans l'illégalité ou de risquer de perdre un client si celui-ci leur demande d'appliquer le délai dérogatoire.
33. Ces risques de distorsion, qui n'appellent pas de réponse évidente à la lecture des dispositions législatives précitées, devront être traités au cas par cas, en gardant à l'esprit qu'ils n'auront qu'une durée limitée, compte tenu de la portée seulement transitoire des accords dérogatoires.

II. L'accord dérogatoire présenté

1. LES PARTIES ET L'ACTIVITÉ CONCERNÉES PAR L'ACCORD DÉROGATOIRE

a) Organisations professionnelles signataires

34. L'accord dérogatoire a été conclu entre les organisations représentatives des distributeurs et des fournisseurs d'articles de sport : pour les distributeurs par la Fédération Professionnelle des Entreprises du Sport et des Loisirs (FPS), pour les fournisseurs par la Fédération Française des Industries du Sport et des Loisirs (FIFAS), par le Conseil National des Professions du Cycle (CNPC-Tous à vélo) et par l'association Eurosima.

Pour les distributeurs

- la FPS regroupe les commerces spécialisés dans les articles de sport et l'équipement de loisirs. Elle comprend 1 700 entreprises correspondant à 3 000 points de ventes et représente, selon les informations communiquées au rapporteur, 93 % du chiffre d'affaires du secteur et 70 % des entreprises concernées. La FPS couvre l'ensemble des activités sportives à l'exception de la chasse, représentée par la Chambre syndicale des armuriers.

Pour les fournisseurs

- la FIFAS est positionnée sur le segment des biens d'équipement à la personne et aux collectivités. Elle couvre de manière exhaustive l'ensemble du secteur des articles de sport à l'exception de la pêche de loisirs, de la chasse, de l'industrie nautique, du cycle et des équipements de fitness. Ses 90 adhérents réalisent entre 75 % et 80 % du chiffre d'affaires du secteur d'activité. A côté d'entreprises leaders comme Adidas, Nike, Salomon ou Rossignol, la FIFAS regroupe aussi des PME.
- le CNPC-Tous à vélo représente les constructeurs de cycles, de composants et d'accessoires. Avec 30 adhérents, il réalise 80 % de l'activité de la fabrication de cycles, composants et accessoires.
- l'association Eurosima (European Surf Industry Manufacturers Association) fédère plus de 90 % des fabricants d'articles textiles sportswear, matériels et accessoires de l'industrie du surf-skate-snowboard. Elle compte 96 sociétés membres et affiliées liées à l'univers de la glisse, dont 61 marques et 35 prestataires de services. Parmi les membres figurent les leaders de la profession : Billabong, O'Neill, Oxbow, Quiksilver et Rip curl. Eurosima ne représente pas les industries nautiques et ses adhérents ne sont pas communs à ceux de la Fédération des Industries Nautiques pour les métiers du « sport de glisse ».

b) Le secteur d'activité concerné par l'accord

Les activités éligibles

35. Le secteur d'activité concerné par l'accord dérogatoire est celui de la vente aux consommateurs d'articles de sports dans des magasins spécialisés réalisant plus de la moitié de leur chiffre d'affaires dans la vente au détail ou la location d'articles de sport : sont concernés les distributeurs indépendants, succursalistes ou membres de réseaux de distribution organisés. La vente aux consommateurs est réalisée soit en point de vente, soit dans le cadre de la vente à distance.
36. Les articles de sports visés s'entendent, au sens de la convention collective du commerce et des articles de sports et des équipements de loisirs¹, de « *tous produits, neufs ou d'occasion, destinés initialement à la pratique sportive et aux loisirs sportifs, y compris les vêtements et les chaussures(...) et tout équipement accompagnant les loisirs sportifs*».
37. L'accord précise les activités éligibles pour lesquelles les équipements accompagnant les loisirs sportifs sont inclus dans le champ de l'accord. Il s'agit :
 - des activités de glisse avec des pratiques sur l'eau (surf, ski nautique, planche à voile...), la neige (ski, surf...) et dans les airs (parapente, deltaplane, parachute...);
 - des activités de roulement avec des pratiques sur terre ou sur route (roller, skate, cycle...);
 - des activités de randonnée, de campement, de pêche, de chasse ou de tir sportif;
 - des activités de gymnastique, de musculation, de remise en forme et d'arts martiaux;
 - et de toute activité sportive collective ou individuelle, d'intérieur ou d'extérieur.

¹ Convention du 26 juin 1989, étendue par arrêté du 11 octobre 1989, tel qu'il résulte d'un accord du 17 mars 2005.

38. En 2007, le marché français des articles destinés à la pratique du sport et des loisirs est estimé à environ 9,1 milliards d'euros par la FPS.

Les circuits de distribution d'articles de sport

39. La distribution spécialisée, qui regroupe les magasins réalisant majoritairement leur chiffre d'affaires dans la vente d'articles de sport et de services associés, réalise 75 % du chiffre d'affaires sur le segment des articles de sports (6,9 milliards d'euros), le solde (2,2 milliards d'euros) étant assuré par différentes formes du commerce non spécialisé. La part du commerce spécialisé est de plus en plus marquée, passant progressivement de 55 % du marché en 1996 à 75 % en 2007.

La distribution spécialisée

40. D'un point de vue structurel, le commerce spécialisé se décompose :
- en un réseau intégré à succursales, constitué d'une vingtaine d'enseignes, qui représente 48 % du chiffre d'affaires et 900 points de vente. On distingue les entreprises à succursales dont le capital est détenu majoritairement par un groupe de la grande distribution ou de l'industrie (Go Sport par Rallye, Décathlon par Auchan...) des autres succursalistes (Au Vieux Campeur...);
 - en un réseau de commerçants indépendants, associés ou franchisés, représentant 24 % du chiffre d'affaires, réalisé par 1900 magasins (Intersport, Sport 2000...);
 - en magasins indépendants et en magasins monomarque d'apparition récente, distribuant des produits à l'enseigne exclusive d'une marque de fournisseur : ils réalisent respectivement 130 et 250 millions de chiffre d'affaires, soit 4 % du chiffre d'affaires total avec 1 250 points de ventes (850 pour le commerce indépendant).

Concentration et atomisation des réseaux de distribution spécialisés

41. La distribution spécialisée est très concentrée puisque 6 enseignes leaders (Décathlon, Intersport, Go Sport, Sport 2000, Foot-Locker, Skiset et Twinner) réalisent près de 86 % du chiffre d'affaires spécialisé et 64 % du marché total, Décathlon détenant à lui seul 42 % des parts de marché des enseignes spécialisées.
42. Un nombre important de points de ventes, 1 150 environ représentant un chiffre d'affaires de 530 millions d'euros de la saison 2006-2007 est implanté dans des stations de montagne en France. 70 % de ces magasins exercent sous enseigne et réalisent 80 % du chiffre d'affaires en station.

Le commerce non spécialisé

43. Le chiffre d'affaires réalisé par le commerce non spécialisé dans la vente d'articles de sport, qui représente 25 % du marché, est réparti entre les grandes surfaces alimentaires (4,3 %), la vente à distance (3,6 %), les magasins spécialisés dans l'équipement de la personne, tels que les chausseurs, les grands magasins, le prêt-à-porter (9,1 %) et d'autres types de commerce, pour le solde (marchés, cycles non spécialistes, pêche...).
44. La part des articles de sports dans le chiffre d'affaires total des grandes surfaces alimentaires est résiduelle et estimée à 0,2 % par la FCD, soit 3 % du secteur bazar (source : FCD pour une enseigne représentative).

III. L'analyse de l'Autorité de la concurrence

1. LES RAISONS ÉCONOMIQUES SUSCEPTIBLES DE JUSTIFIER L'ACCORD DÉROGATOIRE

45. La règle fixée par l'article 21-III de la loi du 4 août 2008 consiste à justifier l'application temporaire de délais de paiement dérogatoires par des raisons économiques objectives et spécifiques à l'activité concernée. La loi donne comme raison possible, mais non exclusive l'existence de délais de paiement et de stocks importants constatée pour 2007.

a) L'existence de délais de paiement et de niveaux de stocks particulièrement importants

Les ratios d'exploitation communiqués par les signataires de l'accord

46. Les signataires ont fourni dans leur projet d'accord les données suivantes relatives à l'année 2007. Elles proviennent d'une étude sur les conditions générales de ventes des principaux fournisseurs et « *d'enquêtes permanentes et actualisées réalisées auprès d'échantillons représentatifs des entreprises concernées adhérentes de la FPS* ». Ces analyses ayant été communiquées seulement en partie, la sincérité de leurs résultats a été attestée par M. X..., Président de la FPS :
- s'agissant des délais de paiement exprimés fin de mois, l'étude opère une distinction entre le délai de paiement moyen de 52 jours, figurant aux conditions générales de vente et le délai moyen effectivement constaté qui est de 82 jours fin de mois. Le délai ainsi observé ne concerne pas les magasins ayant une activité saisonnière marquée², dont le délai de paiement est de 112 jours et peut atteindre 142 jours dans le cas de commandes donnant lieu à paiements échelonnés³. En outre, une étude concernant le commerce indépendant associé mentionne un délai de paiement médian de 100 jours ;
 - la rotation moyenne des stocks est supérieure à 120 jours mais cette valeur recouvre des situations contrastées selon les familles de produits, l'implantation du magasin et son positionnement commercial. Concernant les rotations les plus faibles, les signataires fournissent des données par familles de produits, relatives à une grande enseigne multi sports et à un échantillon représentatif de commerces indépendants associés. Certains produits particuliers sont mentionnés à raison d'une « *très faible rotation des stocks* » imputable à leur spécificité technique et à leur positionnement en prix.

² Activité exclusivement saisonnière (entreprise réalisant la totalité de son chiffre d'affaires sur une saison voire au plus deux saisons et est fermé hors saison) ou presque exclusivement saisonnière (entreprise réalisant 80 % de son chiffre d'affaires sur une saison voire au plus deux saisons, malgré une ouverture en continue toute l'année).

³ Il s'agit de paiements en trois échéances à compter du mois de janvier suivant une livraison en station intervenant sur une période très courte, comprise entre le 15 novembre et le 15 décembre.

Le tableau qui suit synthétise les données en matière de rotation des stocks :

Rotation moyenne du stock (jours de CA)	Commerce indépendant associé	Grande enseigne multi-sport	Produits à « très faible rotation »
Multi sports	159	nc	
Camping	202	nc	
Glisse neige et glace	209	338	
Glisse eau et plongée	183	nc	Planches à voile
Cycles et roller	197	189	Vélos de route et composants
Sports de raquette et golf	198	196	
Sports collectifs	190	nc	
Musculation, training	147	171	Tapis de course
Sports de combat	247	264	
Equitation	207	213	Mors et selles
Loisirs et divers	162	nc	
Sports d'eau	nc	231	Ordinateurs de plongée

Les ratios d'exploitation des GSA

47. La FCD a communiqué au rapporteur des données concernant les délais de paiement et la rotation des stocks, relatives à la valeur moyenne du ratio et à l'amplitude des valeurs constatées pour l'échantillon d'enseignes. Il en ressort un délai de paiement moyen de 90 jours, avec une amplitude comprise entre 84 et 97 jours, ainsi qu'une rotation moyenne de 114 jours, avec une amplitude comprise entre 110 et 200 jours selon les enseignes. La comparaison avec les données fournies par les signataires de l'accord marque une convergence des valeurs moyennes des deux ratios. En revanche, les délais de paiement atypiques constatés pour la distribution spécialisée ne se retrouvent pas en GSA. Il en est de même pour la rotation des stocks. La proximité de la rotation moyenne (114 jours) avec la valeur basse de la fourchette de l'échantillon (110 jours) traduit une faible dispersion autour de cette moyenne et ne restitue donc pas de valeurs atypiques comparables à celles constatées pour la distribution spécialisée.

Les ratios de l'Observatoire des délais de paiement

48. Le rapport de l'Observatoire des délais de paiement (établi à partir du fichier interbancaire de la Banque de France portant sur 220 000 entreprises personnes morales) permet de mettre en perspective les chiffres mentionnés par les signataires et de disposer d'une appréciation extérieure.

49. Les moyennes nationales pour le secteur du commerce pris dans son ensemble peuvent être rappelées :

2007 (en jours de CA)	Stocks	Fournisseurs
Ensemble du commerce : 68 447 entreprises	45,1	46,7
Commerce de détail : 27 390 entreprises	46,3	40,5

50. Les résultats de l'Observatoire des délais de paiement et ceux communiqués par les signataires peuvent être directement comparés. L'Observatoire a établi pour 2007 un compte NAF 47.64Z « Commerce de détail d'articles de sport en magasin spécialisé », à partir de 1084 entreprises personnes morales du secteur, dont le champ recoupe le secteur d'activité objet de l'accord :

47.64Z – Commerce de détail d'articles de sport en magasin spécialisé (en jours de CA)	Stocks	Fournisseurs
Moyenne	76,8	55
Médiane	87,2	46,8
1 ^{er} quartile / 3 ^{ème} quartile	59,6 / 114	27,4 / 70,5

51. Le niveau des stocks calculé par l'Observatoire des délais de paiement est nettement supérieur au stock moyen constaté pour le commerce de détail (+70 %), mais se situe en deçà de la valeur moyenne mentionnée par les signataires (>120 jours) et des rotations les plus lentes, comprises entre 160 et 340 jours selon les familles de produits. La prise en compte de la médiane calculée par l'Observatoire au lieu du ratio moyen, réduit l'écart constaté entre les ratios des deux populations sans modifier ce constat. Les valeurs du 3^{ème} quartile de la population échantillonnée par l'Observatoire (114 jours) reflètent la valeur moyenne observée par les signataires sans restituer les rotations les plus lentes.
52. Les niveaux moyens ou médians des délais de paiement calculés par l'Observatoire (55 ou 46,8 jours) sont peu différenciés de ceux constatés pour le commerce de détail. Ils se situent en deçà de celui mentionné par les signataires (82 jours) pour les magasins dont la saisonnalité de l'activité est la moins marquée. Les valeurs du ratio observées pour le 3^{ème} quartile (70,5 jours) approchent cette valeur moyenne figurant dans l'accord sans restituer les niveaux atypiques observés pour la distribution spécialisée (comprise entre 112 et 142 jours).
53. Les données mettent en évidence une tendance générale de l'activité : la distribution spécialisée dans le secteur des articles de sport se caractérise par un niveau des stocks et des délais de paiement plus élevé que ceux observés pour le commerce de détail. Les niveaux atypiques des ratios d'exploitation qui fondent certaines des dispositions de l'accord ne sont pas recoupsés par les données de l'Observatoire.
54. Ce constat conduit à ne pas limiter l'appréciation de la pertinence de l'accord dérogatoire aux seules valeurs du cycle d'exploitation et à prendre aussi en considération les raisons économiques propres au secteur.

b) L'existence de raisons économiques objectives et spécifiques au secteur

55. Les organisations signataires de l'accord font état de la spécificité du modèle économique de la distribution spécialisée des articles de sport en France, fondée sur une rotation des stocks faible, induite par la saisonnalité des ventes, par l'anticipation des livraisons par le fournisseur et par le caractère constant de la largeur et de la profondeur de la gamme présentée au client. En conséquence, le modèle de la distribution spécialisée en articles de sport est associé à des délais de paiement entre fournisseurs et distributeurs supérieurs aux délais légaux visés par l'article L. 441-6 du code de commerce.

Le caractère saisonnier de l'activité

56. Selon les données de l'accord, cette spécificité se manifeste pour l'ensemble du marché par la réalisation de plus de 75 % du chiffre d'affaires des entreprises de la distribution spécialisée en articles de sport sur une période de 8 mois, comprise entre mars et juin et se poursuivant en novembre et décembre. Cette caractéristique est accentuée pour les rayons cycle, ski et musculation. Elle est systématisée s'agissant des magasins de sport situés en stations de montagne dont l'activité est par nature saisonnière ou presque exclusivement saisonnière selon la terminologie de l'accord.
57. Le tableau qui suit, détermine pour le marché, pour les segments de marché les plus affectés par cette spécificité ainsi que pour certains magasins, saisonniers par nature, la part de chiffre d'affaires réalisée en saison.

Part du chiffre d'affaires réalisé en saison (s) (grisé) :

Marché/ segment/circuits	Janvier	Février.	Mars.	Avril.	Mai.	Juin.	Juillet.	Août.	Septembre.	Octobre.	Novembre.	Décembre	% du CA réalisé en saison	% théorique du CA correspondant à la durée
Ensemble du marché													75-80	67
Cycle													75	50
Ski													90	42
Musculation													60	42
Stations de montagne (% CA réalisé en saison)	18	31 ⁴	26	12									87	33

58. La comparaison avec la part du chiffre d'affaires correspondant à un étalement linéaire de l'activité sur la durée de la « saison », permet de différencier les composantes du marché selon le caractère plus ou moins affirmé de la saisonnalité. L'ensemble du marché ne présente pas un profil saisonnier très marqué, alors que certaines de ses composantes sont nettement plus affectées par cette spécificité : les segments du cycle et de la musculation présentent une saisonnalité plus accentuée que la moyenne du marché alors que le segment du ski associé au secteur des magasins de station a un profil saisonnier particulièrement marqué. Aucune donnée n'a été présentée en ce qui concerne le profil saisonnier de l'activité en stations littorales.
59. Selon la FCD, le profil saisonnier de l'activité ne se retrouve pas en GSA, pour lesquelles « *le sport reste le rayon le moins saisonnier* ».

⁴ Le mois de février peut représenter jusqu'à 60 % du chiffre d'affaires de la saison.

Une largeur et une profondeur de gamme importantes et permanentes

60. La distribution spécialisée en articles de sport s'appuie sur une largeur et une profondeur de gamme importantes se traduisant par un nombre de références de l'ordre de 10 000 pour les établissements multi sports, selon l'accord initial et pouvant atteindre 30 000 pour les plus grandes enseignes (Décathlon, Go Sport). En magasin spécialisé de montagne, le nombre moyen de références atteint le seuil de 1 500.
61. Afin de répondre aux besoins des consommateurs amateurs de sport, la distribution spécialisée maintient de manière permanente cette caractéristique de l'offre de produits. En outre, elle est étroitement associée à l'effort d'innovation des fournisseurs en assurant le référencement de produits nouveaux.
62. Ces caractéristiques contribuent à la différenciation de l'offre entre la distribution spécialisée et les GSA. Selon la FCD, le nombre de références moyen en GSA est d'environ 4 000 soit 13 % du référencement produits constaté pour les grandes enseignes spécialisées. Par ailleurs, on n'observe pas en GSA la nécessité d'une gamme de produits permanents (200 références permanentes selon la FCD) et d'un référencement lié à l'innovation.
63. L'ensemble de ces spécificités assure la compétitivité de l'offre présentée par la distribution spécialisée, notamment par rapport à la grande distribution généraliste, mais contribue aussi à une rotation lente des stocks. La recherche d'un prix compétitif des produits grâce au groupement des achats en vue des implantations en magasin et du réassortiment contribue aussi à l'alourdissement des stocks.

Les particularismes de la distribution spécialisée en stations de montagne

64. La distribution spécialisée d'articles de sport en stations de montagne est caractérisée par un profil saisonnier plus marqué que pour les autres segments du marché⁵. Cette caractéristique contribue à une rotation des stocks plus lente et à des délais de paiement allongés⁶.
65. Par ailleurs, l'anticipation par les distributeurs des achats et des livraisons⁷ par rapport à la saison a conduit la filière à adopter des modes de financement spécifiques afin de réduire l'impact du décalage entre les recettes attendues et le règlement des achats aux fournisseurs.
66. En pratique, les commandes initiales (80 % des commandes relatives à la saison⁸) afférentes à la saison qui s'ouvre au cours de la deuxième quinzaine de décembre pour s'achever généralement à la mi-avril, sont livrées « *sur une période très courte, du 15 novembre au 15 décembre* ». Cette anticipation des livraisons est effectuée au bénéfice principal du fournisseur et lui permet de concentrer ses livraisons en fonction de critères géographiques et d'optimiser son activité logistique préalablement à la saison. Les factures attachées aux livraisons anticipées donnent lieu en contrepartie, dans de nombreux accords entre fournisseurs et distributeurs, à un étalement des paiements sur 3 échéances à compter du mois de janvier suivant la livraison. Le fractionnement ainsi consenti aux distributeurs rétablit sur la saison dans une certaine mesure l'équilibre entre les recettes attendues de l'exploitation des commerces de montagne et les charges correspondantes, tout en satisfaisant la logistique du

⁵ Près de 90 % du chiffre d'affaires de l'année est réalisé sur la saison.

⁶ De 112 jours en moyenne mais pouvant atteindre 142 jours en cas de paiement échelonné.

⁷ Les achats anticipés concernent principalement les locations de matériels. A titre indicatif, le parc locatif de skis des magasins de stations totaliserait 450 000 paires, d'une valeur d'une année de livraisons de skis par les fournisseurs.

⁸ Les 20 % restant font l'objet de commande de réassortiment.

fournisseur. Ce dispositif contribuerait selon les signataires à allonger les délais de paiement actuels des commerces de stations de montagne par rapport aux commerces spécialisés dont l'activité saisonnière est moins marquée.

Les particularismes de la distribution spécialisée en stations balnéaires

67. L'accord fait également référence à l'alourdissement du besoin en fonds de roulement des magasins situés en stations balnéaires pour des motifs comparables à ceux invoqués pour les stations de montagne sans justification. Cette spécificité n'est donc pas établie.
68. En définitive, le mode de développement de la distribution spécialisée en articles de sport, fondé d'une part sur une largeur et une profondeur de gamme importantes des produits proposés et, associé d'autre part, à une activité saisonnière, a obligé les distributeurs à constituer des stocks importants avec une rotation lente financée par le crédit fournisseur. Ces caractéristiques correspondent à la spécificité économique exigée par la loi.
69. En conséquence, le secteur a besoin d'un délai de transition pour s'adapter aux nouvelles règles de délais de paiement et envisage d'utiliser en totalité la période d'adaptation ouverte par la loi du 4 août 2008, afin de mettre en œuvre une dégressivité des délais de paiement.

IV. Les engagements pris dans le cadre de l'accord dérogatoire

70. L'accord joint à la saisine ministérielle en date du 11 décembre 2008 a fait l'objet d'un avenant en date du 10 février 2009, qui précise la rédaction de l'article 1^{er} relatif au champ d'application et modifie l'article 3 en matière de pénalités.
71. L'instruction par l'Autorité de la concurrence a donné lieu à un avenant transmis le 15 juin 2009 par l'avocat des parties, excluant du champ d'application l'activité chasse (article 1), retirant le 2^{ème} alinéa de l'article 2 de l'accord initial, relatif aux importations vers les DOM ou vers les collectivités d'outre-mer et supprimant le comité de suivi, prévu par l'article 3 de l'accord.

a) Champ d'application

Sur le seuil de chiffre d'affaires qualifiant la distribution spécialisée

72. Aux termes de l'article 1^{er} de l'accord, les distributeurs spécialisés du secteur des articles de sport s'entendent de ceux réalisant plus de la moitié de leur chiffre d'affaires dans la vente au détail ou la location d'articles de sport.
73. Or, la fixation d'un seuil de chiffre d'affaires est, par nature, exclusive et pourrait donc créer une distorsion de concurrence entre deux entreprises exerçant la même activité et dans les mêmes conditions, mais se situant de part et d'autre de ce seuil.
74. Pour cette raison, ce type de clause pour définir les distributeurs spécialisés bénéficiant d'un accord dérogatoire de par leurs spécificités économiques ne doit pas figurer dans le présent accord.

Sur les conséquences de l'absence de représentativité par les signataires de la relation d'achat entre fournisseurs et distributeurs, pour certaines familles de produits

75. Le premier alinéa de l'article 1^{er} de l'accord précise que « *le présent accord concerne la relation d'achat entre les fournisseurs(...) et les distributeurs spécialisés du secteur des articles de sports...* ».
76. Dès lors que cette relation d'achat n'est pas représentée par les parties à l'accord, il n'est pas cohérent que le champ d'application de l'accord s'y réfère pour la détermination des articles ou des domaines d'activité éligibles.
77. Lors de l'instruction, il a été précisé qu'en ce qui concerne les fournisseurs, les activités de pêche de loisirs, de chasse, de l'industrie nautique, du cycle et de la fitness n'étaient pas couvertes par la FIFAS, mais que le cycle et le nautisme pour la partie des sports de glisse l'étaient respectivement par le CNPC et l'association Eurosima.
78. S'agissant des distributeurs, l'activité de chasse est la seule non représentée par la FPS.
79. Dans ces conditions, il est recommandé d'exclure du champ de l'accord les activités pour lesquelles la relation d'achat fournisseurs-fabricants n'est pas simultanément représentée par les signataires. Il s'agit de la pêche de loisirs et de la chasse, qui font l'objet par ailleurs d'une demande d'accord dérogatoire. L'activité de « fitness » est aussi concernée par cette exclusion, dans la mesure où elle n'est pas représentée par les organisations représentatives des fournisseurs.
80. Lors de la séance, les parties ont contesté la représentativité des organismes ayant souscrit à l'accord pêche de loisirs et se sont prononcées pour le maintien de cette activité dans le champ de leur accord, bien qu'elle ne soit pas couverte par la FIFAS. Elles ont aussi fait valoir, qu'en l'absence de représentation professionnelle des fabricants, le secteur de la fitness risquait d'être pénalisé si un dispositif d'exclusion est envisagé.
81. Par l'avenant transmis à l'Autorité le 15 juin 2009, les parties ont entendu exclure du champ d'application de l'accord, l'activité chasse (dernier alinéa de l'article 1^{er}), qui fait l'objet d'une demande spécifique d'accord dérogatoire.

Sur le recoupement éventuel du périmètre de l'accord avec celui d'autres accords

Les accords dont le périmètre ne se recoupe pas avec celui de l'accord sport

82. Le périmètre de l'accord relatif aux articles de sport ne recoupe pas celui des accords dérogatoires en cours d'instruction, concernant le textile et le cuir, dans la mesure où les distributeurs visés par l'accord sport sont des distributeurs spécialisés, réalisant plus de 50 % de leur chiffre d'affaires dans la vente au détail ou la location d'articles de sport. Ils couvrent selon l'expression d'un signataire « *une gamme sport en magasins de sport* », en référence à une largeur et à une profondeur de gamme et à un mode de distribution spécifique.
83. Or, les accords généralistes du textile et du cuir, lorsqu'ils visent des circuits de distribution spécialisés, évoquent une spécialisation dans un produit générique plutôt que dans un type particulier de produit associé à une pratique spécifique du consommateur. Ainsi, l'annexe 2 de l'accord textile relative aux codes activités et produits couverts par les signataires, mentionne notamment en son point B, « *le commerce de détail de textiles en magasin spécialisé* » (code 47.51Z) et « *le commerce de détail d'habillement en magasin spécialisé* » (code 47.71Z) que la nomenclature d'activité distingue du « *commerce de détail d'articles de sport en magasin spécialisé* » (code 47.64Z).

Le cas de l'accord concernant le secteur des industries nautiques

84. L'accord dérogatoire dans le secteur du nautisme pour lequel l'Autorité a rendu un avis favorable (n° 09-A-16 du 2 juin 2009) couvre les fabricants et les vendeurs de matériels de glisse nautiques (planches à voile et surf), représentés par la Fédération des Industries Nautiques. Il devrait aussi s'appliquer aux entreprises non adhérentes à la FIN « *relevant à titre principal de l'activité couverte par l'accord* », sous réserve d'un décret d'extension. Dans le secteur du négoce, cet avis précise que cette extension s'avère « *d'autant plus nécessaire que la FIN assure une représentation minoritaire de ces métiers, qui ne disposent par ailleurs d'aucune représentation organisée* ».
85. Le champ d'application du présent accord couvre les articles de sport, y compris les vêtements et chaussures ainsi que les équipements accompagnant les activités de glisse sur eau (surf, ski nautique, planche à voile). Eurosim assure la représentation des fabricants d'articles textiles, sportswear, matériels et accessoires de l'industrie du « *surf-skate-snowboard* » et FPS, celle des commerces spécialisés en articles de sport, le segment de la glisse sur l'eau pouvant être associé à d'autres segments dans le cadre de commerces multi sports.
86. Au niveau des fabricants, le champ d'application produits du présent accord est donc plus large, puisqu'il inclut expressément les vêtements et les chaussures en rapport avec l'activité glisse. Il est en revanche commun en ce qui concerne les matériels de base.
87. Au niveau de la distribution, les vendeurs de matériels de glisse nautique sont des vendeurs exclusifs pour cette activité, s'agissant de l'accord nautisme. Le présent accord est donc suffisamment large pour recouper ce champ et inclure aussi des commerces spécialisés en articles de sport ayant un rayon glisse sur l'eau.
88. Compte tenu de ces chevauchements du périmètre des deux accords, il est préconisé le dispositif suivant :
 - les vêtements et chaussures associés à l'activité de glisse sur l'eau sont du ressort du présent accord ;
 - dès lors que l'accord nautisme est limité aux matériels de glisse vendus en magasins spécialisés et que le présent accord élargit le champ des circuits de distribution concernés, sans en exclure les magasins spécialisés dans la glisse nautique, la vente des matériels (surfs, planches à voile) pourrait être rattachée à l'accord « articles de sport » qui est le plus large ;
 - afin de ne pas laisser aux opérateurs l'option entre l'un ou l'autre des deux accords, il pourra être proposé à la FIN, pour les métiers de la glisse concernés par les deux accords dérogatoires, d'adhérer au présent accord. A défaut, le ministre pourrait demander l'exclusion des dits matériels de l'accord nautisme ;
 - par voie d'extension du présent accord, les fabricants et distributeurs représentés par la FIN dans le domaine de la glisse nautique pourraient être rattachés au dispositif dérogatoire visé.

Lors de la séance, les parties ont accueilli favorablement ce dispositif.

b) Le calendrier de réduction des délais de paiement convenu par les parties

Un calendrier des délais de paiement différencié selon des critères de localisation

89. L'article 27-III de la loi du 4 août 2008 impose la mise en place par l'accord interprofessionnel d'une réduction progressive des délais de paiement dérogatoires, afin de parvenir au délai légal de 45 jours fin de mois ou de 60 jours nets au plus tard le 1^{er} janvier 2012.
90. Les organisations signataires se sont engagées sur un calendrier général de réduction des délais de paiement dérogatoires, calculé en délais maximum, nets ou fin de mois, permettant d'atteindre le délai cible en trois paliers à compter du 1^{er} janvier 2009.
91. Par ailleurs, elles sont convenues d'une échelle de réduction spécifique applicable aux magasins dont l'activité est « *exclusivement saisonnière* » ou « *presque exclusivement saisonnière* ». Chaque délai du calendrier général est majoré de 30 jours pour tenir compte du caractère saisonnier marqué de l'activité.
92. L'accord définit la notion de saisonnalité propre au calendrier spécifique. L'activité d'une entreprise est « *exclusivement saisonnière* » lorsqu'elle réalise la totalité de son chiffre d'affaires sur une ou deux saisons au plus (hiver et été) et est fermée hors saison. L'activité est « *presque exclusivement saisonnière* », lorsque le commerce est ouvert en continu toute l'année et qu'au moins 80 % de son chiffre d'affaires est réalisé sur une ou deux saisons au plus (hiver et été).
93. Compte tenu des modalités de paiement, le champ d'application du délai spécifique est limité aux factures destinées aux distributeurs spécialisés, relatives à une livraison effectuée avant l'ouverture d'une saison d'activité. Il concerne alors exclusivement « *le règlement du solde de la commande dans l'hypothèse d'un paiement multi-échéances* ».

Le tableau suivant présente les différents échéanciers :

	1 ^{er} janvier 2009	1 ^{er} janvier 2011	1 ^{er} janvier 2012
Délais de paiement fin de mois			
Cas général	75 jours	60 jours	45 jours
Entreprises dont l'activité a un profil saisonnier marqué ⁹	105 jours	90 jours	45 jours
Délais nets (date d'émission de la facture)			
Cas général	90 jours	75 jours	60 jours
Entreprises dont l'activité a un profil saisonnier marqué	120 jours	105 jours	60 jours

94. Le dispositif général, qui devrait concerner plus de 95 % du chiffre d'affaires du secteur d'activité concerné¹⁰, traduit un effort d'adaptation limité consenti par la profession au cours des deux premières années de la période transitoire. L'ajustement initial proposé au titre de la

⁹ Activité exclusivement saisonnière ou presque exclusivement saisonnière.

¹⁰ Le dispositif spécifique ne devrait pas dépasser 200 millions d'euros comparés aux 6,9 milliards du marché des articles de sport en distribution spécialisée.

période comprise entre le 1^{er} janvier 2009 et le 31 décembre 2010 (délai maximum de 75 jours au 1^{er} janvier 2009) est de 7 jours fin de mois, comparé au délai moyen actuel de 82 jours¹¹. Il correspond à un ajustement¹² de 19 % du délai de paiement moyen, s'étendant sur les deux tiers de la période transitoire. Cette diminution du délai dérogatoire est donc insuffisamment équilibrée et progressive, sur l'ensemble de la période, en raison du report de l'ajustement principal au 1^{er} janvier 2011 et de la neutralisation au 1^{er} janvier 2010.

95. Le dispositif spécifique introduit, pour un enjeu finalement limité évalué à moins de 200 millions d'euros de chiffre d'affaires¹³ pour le secteur de la montagne, un élément de complexité incontestable pour le secteur de la distribution spécialisée en station, tant pour les opérateurs que pour les services de l'administration en charge du contrôle de l'application des délais dérogatoires.
96. La notion d'activité exclusivement saisonnière ou presque exclusivement saisonnière, qui se réfère à un chiffre d'affaires constaté sur une durée variable et non définie, en fonction de chaque opérateur et propre à chaque station, manque de précision.
97. La limitation du champ d'application au règlement du solde des factures de pré saison faisant l'objet d'un paiement multi échéances, contribue à cette complexité et à un dispositif dérogatoire éclaté et peu lisible.
98. La dérogation envisagée est motivée par un schéma d'exploitation et de financement du type suivant :

	novembre	décembre	Janvier	Février	Mars	Avril
Période de livraison initiale par le fournisseur	15/11	15/12				
Période de facturation						
Paiement en 3 fois / magasin			15/01 (33,33%)	15/02 (33,33%)	15/03 (33,33%)	
Saison						

99. Sur le fond, les justifications financières présentées au point 4 du Titre I de l'accord ne plaident pas en faveur d'un calendrier dérogeant au calendrier général, pour les raisons suivantes :
- le décalage entre les recettes des commerces spécialisés et l'anticipation des achats n'est pas absolu, dès lors que certaines stations ouvrent avant la mi-décembre ;
 - la dernière échéance de paiement, seule concernée par la dérogation spécifique aux implantations en station de montagne, se situe entre 90 et 120 jours après l'émission de la facture, soit une durée potentiellement en deçà du seuil de 105 jours de réduction des délais (livraisons postérieures au 1^{er} décembre), qui ne traduit pas d'effort d'ajustement avant le 1^{er} janvier 2011 ;
 - le dispositif général doit pouvoir couvrir dans sa version actuelle ou dans une version plus progressive le cas des commerces spécialisés de stations de montagne, au prix d'un effort d'ajustement plus marqué consenti par les professionnels concernés.

¹¹ Le délai de 82 jours s'entend hors activités exclusivement saisonnière ou presque exclusivement saisonnière.

¹² Taux d'ajustement au cours de la période du 1^{er} janvier 2009 au 31/12/2010: 7/(82-45).

¹³ Evalué au tiers du chiffre d'affaires des magasins de sport implanté en stations de montagne, soit 180 millions d'euros (référence : saison hiver 2006/2007) pour tenir compte d'un échéancier de financement des achats sur 3 ans.

100. L'explication par la logistique du fournisseur, qui imposerait aux seuls commerçants de station des livraisons anticipées en contrepartie de l'octroi d'un plan de financement sur 3 mois est peu crédible s'agissant d'enseignes telles qu'Intersport ou Sport 2000, qui sont aussi bien représentées en station (80 % des ventes en station sont réalisées par ces deux enseignes ainsi que par Ski Set et Twinner) que dans des villes proches, situées en plaine. Il est peu vraisemblable, s'agissant d'une logistique de fournisseur fondée sur le regroupement dans le temps des livraisons par zone, que l'Intersport d'Albertville fasse l'objet d'un traitement différent de celui de Val d'Isère avant la saison.
101. Le dispositif spécifique est source de distorsion entre les opérateurs relevant de l'accord, dès lors qu'un même type de rayon peut faire l'objet d'un traitement différencié entre entreprises commerciales relevant du même modèle économique, en fonction de leur localisation géographique. Ainsi, le rayon ski d'un distributeur localisé en montagne donnerait lieu à des délais de paiement maximum distincts selon que l'entreprise serait localisée en station ou en plaine, dans une zone géographique proche (dans un rayon de 30 km), bien qu'étant soumis à une contrainte de saisonnalité comparable (90 % du chiffre d'affaires du rayon ski est réalisé sur 5 mois en station ou pour l'ensemble du marché pour ce segment) et au même modèle économique.
102. Des effets de seuil de caractère anticoncurrentiel imputables à la limite de 80 % du chiffre d'affaires pourraient également être constatés. Il est rappelé que la fixation d'un seuil de chiffre d'affaires est, par nature, exclusive et pourrait donc créer une distorsion de concurrence entre deux entreprises exerçant la même activité et dans les mêmes conditions, mais se situant de part et d'autre de ce seuil.
103. Enfin, comme dans le cas du dispositif général, mais de manière amplifiée, le dispositif spécifique concentre l'essentiel de l'ajustement au cours d'une période comprise entre le 31 décembre 2010 et le 1^{er} janvier 2012 (89,6 %¹⁴).
104. En conséquence, il sera recommandé aux signataires :
- de supprimer le traitement distinct des commerces spécialisés dont l'activité est exclusivement ou presque exclusivement saisonnière, qui introduit de multiples distorsions ;
 - d'adopter un palier intermédiaire au 1^{er} janvier 2010 pour favoriser une transition progressive vers le délai cible ;
 - de planifier un effort d'ajustement plus équilibré sur la période transitoire, qui ne diffère pas l'adaptation au seul dernier exercice précédant l'entrée en vigueur de la loi au 1^{er} janvier 2012.
 - de mettre en œuvre un échancier du type suivant :

¹⁴ Taux d'ajustement au cours de la période du 31 décembre 2010 au 1^{er} janvier 2012 : 60/(112-45).

	1 ^{er} janvier 2009	1 ^{er} janvier 2010	1 ^{er} janvier 2011	1 ^{er} janvier 2012
Délais de paiement fin de mois	75 jours	65 jours	55 jours	45 jours
Délais nets (date d'émission de la facture)	90 jours	80 jours	70 jours	60 jours

Le dispositif relatif aux importations à destination des DOM et COM

105. Le troisième paragraphe de l'article 2 de l'accord prévoit, s'agissant des livraisons de marchandises faisant l'objet d'une importation dans les DOM ou dans les collectivités d'outre-mer, que le point de départ des délais de paiement dérogatoires est la date de réception des marchandises et non la date d'émission de la facture.
106. Cette disposition n'est pas recevable en l'état, puisque la loi du 4 août 2008, par le VI de son article 21 prévoit déjà le régime applicable à l'outre-mer pour ce qui concerne la computation des délais et qu'elle en réserve l'application à la seule mise en œuvre des délais de paiement légaux.
107. Aux termes de l'avenant transmis par les parties le 15 juin 2009, cette disposition est retirée de l'accord.

c) Pénalités exigibles en cas de non-respect du délai dérogatoire

108. L'article 3 de l'accord initial envisage l'application d'intérêts de retard déterminés dans les conditions visées par l'article L. 441-6 du code de commerce, en cas de non respect du délai dérogatoire prévu par son article 2.
109. En outre, il prévoit que les intérêts de retard seront exigibles sans qu'aucun rappel ne soit nécessaire, sauf stipulation contraire des clauses générales de vente.
110. L'application de l'exigibilité des intérêts de retard sans rappel est conforme aux dispositions du code de commerce et ne saurait être limitée par une disposition contractuelle contraire.
111. La disposition de l'article 3, qui contredit l'application de la loi, n'a donc pas sa place dans le présent accord et a été supprimée dans l'avenant du 10 février 2009.

d) Comité de suivi

112. L'article 4 de l'accord prévoit la réunion annuelle des parties sous la forme d'un comité de suivi en charge de la bonne mise en œuvre de l'accord et de l'évaluation de l'évolution annuelle des délais de paiement.
113. Au cours de l'instruction, les parties signataires ont accepté de renoncer à constituer ce comité, dès lors que sa mise en place aurait pu conduire à une police de l'accord et pouvait aussi favoriser le rapprochement des parties signataires à des fins sans rapport avec son objet, de nature potentiellement anticoncurrentielle. Au demeurant, l'évaluation de l'évolution des délais de paiement peut aussi être réalisée par consultation de l'Observatoire des délais de paiement dédié à cet effet (compte 47.64 Z : commerce de détail d'articles de sport en magasins spécialisés).
114. Aux termes de l'avenant transmis par les parties le 15 juin 2009, cette disposition est retirée de l'accord.

e) Les distorsions de concurrence éventuelles inhérentes au périmètre de l'accord dérogatoire

115. L'article 7 de l'accord, qui prévoit son entrée en application au 1^{er} janvier 2009, réserve l'opportunité de son extension à tous les opérateurs du secteur, par voie de décret ministériel pris après avis de l'Autorité de la concurrence.
116. A titre général, l'extension est souhaitable afin d'éviter des distorsions de concurrence entre des entreprises placées dans une situation comparable quant à l'exercice de leur activité mais aussi pour ne pas lier le bénéfice de l'accord à la condition d'appartenance aux organisations signataires.
117. Du côté des fabricants, importateurs ou grossistes du secteur des articles de sport, il est souhaitable, pour éviter toute distorsion de concurrence, d'étendre l'accord aux opérateurs non adhérents à la Fédération Française des Industries du Sport et des Loisirs, au CNPC ou à l'association Eurosima, placés dans une situation comparable quant à l'exercice de leur activité. Cette disposition vise aussi potentiellement les constructeurs de matériels de glisse nautique concernés par l'accord sur le nautisme.
118. S'agissant des distributeurs spécialisés du secteur des articles de sport, réalisant plus de la moitié de leur chiffre d'affaires dans la vente au détail ou la location d'articles de sport, il est également proposé d'étendre le bénéfice de l'accord aux entreprises non adhérentes à la Fédération Professionnelle des Entreprises de Sport et des Loisirs (FPS), relevant à titre principal de l'activité couverte par l'accord. Cette disposition vise potentiellement les négociants de matériels de glisse nautique concernés par l'accord sur le nautisme.
119. L'extension ne doit pas concerner le rayon des articles de sport des grandes surfaces alimentaires. Les conditions d'exercice de l'activité apparaissent différentes entre la distribution spécialisée et le rayon sport des grandes surfaces alimentaires. Plus fondamentalement, le modèle de développement du secteur sport en GSA n'est pas assimilable à celui constaté pour les autres circuits, en raison de son caractère résiduel, d'une gamme offerte beaucoup plus restreinte et de l'absence de saisonnalité de l'activité.

CONCLUSION

L'Autorité donne un avis favorable à la validation de l'accord dérogatoire du 11 décembre 2008 modifié par les avenants du 10 février 2009 et du 15 juin 2009 avec les réserves suivantes :

- 1) le dispositif spécifique relatif aux stations de montagne et balnéaires devrait être supprimé ;
- 2) la grille de réduction des délais de paiement devrait être aménagée afin d'assurer un ajustement plus équilibré, avec l'introduction d'un palier intermédiaire au 1^{er} janvier 2010 ;
- 3) le périmètre de l'accord devrait être mis en cohérence avec le secteur d'activité concerné ;
- 4) le chevauchement avec l'accord nautisme devrait être résolu par l'extension du présent accord ou par une option d'adhésion au présent accord ouverte à la FIN (métiers de la glisse nautique) ;

- 5) la référence à un seuil de chiffre d'affaires pour préciser la notion de distributeur spécialisé en articles de sport (50 %) ou à toutes fins utiles pour définir les activités presque exclusivement saisonnières devrait être supprimée.

L'Autorité propose l'extension de l'accord aux distributeurs non adhérents à la FPS et aux fournisseurs non membres de la FIFAS ou du CNPC ou de l'association Eurosima, placés dans une situation comparable quant à l'exercice de leur activité. Le dispositif d'extension devrait inclure les constructeurs et les distributeurs de matériels de glisse nautique (principalement surf) concernés par l'accord sur le nautisme.

Délibéré sur le rapport oral de M. Gilles Vaury et l'intervention de M. Pierre Debrock, rapporteur général adjoint, par Mme Françoise Aubert, vice-présidente, présidente de séance, Mmes Anne Perrot et Elisabeth Flüry-Hérard, vice-présidentes.

La secrétaire de séance,
Marie-Anselme Lienafa

La vice-présidente,
Françoise Aubert

© Autorité de la concurrence