

**Décision n° 10-D-17 du 25 mai 2010**  
**relative à des pratiques mises en œuvre sur le marché de la boule de**  
**pétanque de compétition**

L'Autorité de la concurrence (commission permanente),

Vu la lettre, enregistrée le 18 mai 2005 sous le numéro 05/0034 F par laquelle le ministre de l'économie, des finances et de l'industrie a saisi le Conseil de la concurrence des pratiques mises en œuvre par l'association « Palais des sports de Grenoble-Isère », la fédération internationale de pétanque et jeu provençal, la fédération française de pétanque et de jeu provençal et la société Boule Obut sur le marché de la boule de pétanque de compétition ;

Vu les articles 101 et 102 du traité sur le fonctionnement de l'Union européenne ;

Vu le livre IV du Code de commerce modifié, notamment les articles L. 420-1 et L. 420-2 ;

Vu les autres pièces du dossier ;

Vu les observations présentées par le commissaire du Gouvernement ;

La rapporteure, le rapporteur général adjoint et le commissaire du Gouvernement entendus lors de la séance de l'Autorité de la concurrence du 14 avril 2010 ;

Adopte la décision suivante :

# Sommaire

<b>I. CONSTATATIONS .....</b>	<b>3</b>
A. La saisine ministérielle .....	3
B. Le secteur et les entreprises .....	3
1. Le secteur.....	3
2. L'organisation du sport de pétanque : les fédérations et les compétitions .....	4
3. Les entreprises concernées .....	7
C. les pratiques relevées : les contrats d'exclusivité .....	10
1. Le contrat de partenariat relatif au championnat du monde de 2002 .....	10
2. Le contrat de partenariat relatif à l'International de Pétanque de Grenoble 2003/2005 et au championnat du monde de 2004 .....	11
3. Le contrat de partenariat relatif au championnat du monde de 2006 et au championnat du monde féminin de 2006 .....	11
4. Conclusion.....	11
<b>II. DISCUSSION.....</b>	<b>12</b>
A. Aspects relatifs à la procédure.....	12
1. Sur la compétence de l'Autorité de la concurrence.....	12
2. Sur l'application du droit communautaire.....	14
B. Sur le fond .....	15
1. Sur les marchés pertinents concernés .....	15
2. Sur l'abus de position dominante .....	20
3. Sur l'entente verticale.....	30
<b>DISPOSITIF.....</b>	<b>31</b>

# I. CONSTATATIONS

## A. LA SAISINE MINISTERIELLE

1. Le ministre de l'économie, des finances et de l'industrie a saisi le Conseil de la concurrence de pratiques mises en œuvre par plusieurs entreprises dans le secteur de la pétanque en transmettant un rapport d'enquête établi par ses services.
2. Dans sa saisine enregistrée le 18 mai 2005, le ministre reproche à la fédération internationale de pétanque et jeu provençal (FIPJP), la fédération française de pétanque et jeu provençal (FFPJP), au Palais des sports de Grenoble-Isère ainsi qu'à la société La Boule Obut d'avoir mis en œuvre des pratiques « *susceptibles de fermer le marché de la boule de pétanque de compétition en empêchant les sociétés qui le souhaiteraient de se développer* », ceci en ayant réservé l'exclusivité visuelle et audiovisuelle à la société La Boule Obut pour les championnats du monde 2002, 2004 et 2006 qui se sont déroulés à Grenoble.
3. Or, selon le ministre, l'obtention d'un stand lors d'une compétition comme le championnat du monde de pétanque revêt une importance particulière pour les nouveaux entrants sur le marché spécifique de la boule de pétanque de compétition, qui doivent, à l'instar de VMS-Plot, faire connaître leurs produits via l'accès à un stand sur les lieux de compétition.
4. Le rapport d'enquête conclut que (i) le Palais des sports de Grenoble-Isère et La Boule Obut se seraient entendus pour conclure des contrats de partenariat exclusif ayant pour objet d'exclure tous les autres fabricants de boules de pétanque et que (ii) le Palais des sports de Grenoble-Isère aurait abusé de sa position dominante sur le marché de la mise à disposition des stands commerciaux à l'occasion des championnats du monde organisés en France par le Palais des sports de Grenoble-Isère en signant ces contrats d'exclusivité « *sans appel à la concurrence* », ce qui aurait eu pour effet « *d'empêcher pendant plusieurs années de suite tout concurrent de la société La Boule Obut d'être présent sur les lieux de compétition et de toucher de nouveaux clients* » (cote 40).

## B. LE SECTEUR ET LES ENTREPRISES

### 1. LE SECTEUR

5. La pétanque, née à la Ciotat en 1907 et autrefois dénommée jeu provençal, est un sport pratiqué essentiellement par des amateurs. En France, on estime leur nombre à environ 24 000 000, soit 40 % de la population. La pétanque se pratique également dans sa forme organisée, au sein de clubs qui sont regroupés en associations nationales appelées fédérations. Les fédérations nationales sont membres de la FIPJP. Le nombre de licenciés en France atteint au 31 décembre 2002, 419 893 personnes, ce qui représente 73 % du nombre mondial de licenciés. En effet, la FIPJP recense 575 139 licenciés dans le monde, pour 57 fédérations, à cette même date.

6. La pétanque est un jeu de boules dont les règles sont définies dans un règlement de jeu officiel établi par la FIPJP. L'une des caractéristiques principales est que le joueur doit utiliser des boules de pétanque dont les spécificités techniques sont également définies par la FIPJP.
7. La pétanque est à la fois un sport de loisir et de compétition. Aussi existe-t-il des boules de pétanque de loisir et des boules de pétanque de compétition, qui ne sont pas soumises aux mêmes règles de fabrication. Les premières sont simplement soumises à l'obtention d'une norme de qualité tandis que les secondes doivent être agréées par la FIPJP pour pouvoir être utilisées en compétition.

## **2. L'ORGANISATION DU SPORT DE PETANQUE : LES FEDERATIONS ET LES COMPETITIONS**

### **a) Les fédérations sportives**

#### ***La FIPJP***

8. La FIPJP est une association créée en 1958. Selon ses statuts, elle « *regroupe toutes les fédérations nationales qui, ayant obtenu leur affiliation à cet organisme, pratiquent ces deux disciplines, conjointement ou non. La FIPJP fait partie de la Confédération Mondiale des Sports de Boules (C.M.S.B.), laquelle est reconnue par le Comité International Olympique (C.I.O.) Elle n'entend nullement intervenir dans les questions purement nationales. Elle reconnaît les fédérations et celles qui viendraient se grouper dans son sein, comme autorités nationales dans leurs pays* » (cotes 930 à 937).
9. La FIPJP est dirigée par un comité exécutif « *qui comprend au moins : 1 président, 1 secrétaire général, 1 trésorier général et 1 ou plusieurs vice-présidents nommés par le C.E* » (cotes 930 à 937). Son siège social est situé à Marseille. La FIPJP a notamment pour but « *de développer les deux disciplines sportives, pétanque et jeu provençal, dans les nations qui en sont membres [...]. Elle règlemente les compétitions internationales organisées par elle-même ou par les fédérations affiliées [...]. Elle établit le calendrier des championnats du monde et éventuellement des tournois internationaux. Ces derniers ne peuvent être organisés sans son consentement préalable* » (cotes 930 à 937).
10. Pour mener à bien sa mission, la FIPJP dispose des ressources suivantes : « *des affiliations, des cotisations, des subventions des pouvoirs publics, des dons, legs, sponsoring et partenariats, de toute autre recette – restant dans le cadre de ses statuts, buts et activités – que le comité exécutif ou les fédérations seraient en mesure de lui procurer* » (cotes 930 à 937).

#### ***La FFPJP***

11. La FFPJP, affiliée à la FIPJP, est une association à but non lucratif créée en 1945. La FFPJP a obtenu l'agrément du ministre chargé des sports prévu à l'article 16 de la loi du 16 juillet 1984 relative à l'organisation et à la promotion des activités physiques et sportives et participe à ce titre à l'exécution de missions de service public. La FFPJP « *est, tous les quatre ans, agréée et habilitée par le ministère de la jeunesse et des sports ce qui signifie, d'une part qu'elle a délégation de pouvoir de l'État pour l'exercice de sa mission sportive de service public; d'autre part qu'elle a le droit de décerner des titres nationaux, régionaux et départementaux.* » (cote 879).
12. La FFPJP est dirigée par un comité directeur dont le président était, lors des faits et depuis 1997 jusqu'en 2009, M. Claude X.... Son siège est situé à Marseille. Selon les

statuts de la FFPJP tels qu'en vigueur au moment des faits, la FFPJP « a pour objet de développer et de diriger les sports pétanque et jeu provençal en France métropolitaine et dans les départements et territoires d'Outre-mer ». En outre, « les moyens d'action de la fédération sont les suivants : elle détermine l'organisation des championnats de France, contrôle la qualité de la formation sportive, l'organisation des concours, les sélections nationales, le montant des indemnités, les récompenses, les frais de participation, l'arbitrage, la discipline... » (cotes 245 à 248).

13. Pour mener à bien sa mission, la FFPJP dispose de ressources dont l'origine est mentionnée à l'article 20 de ses statuts : « Les ressources annuelles de la fédération se composent : 1° du revenu de ses biens ; 2° des cotisations et souscriptions de ses membres ; 3° du produit des licences et manifestations ; 4° des subventions de l'État, des régions, des départements, des communes et des établissements public ; 5° des ressources créées à titre exceptionnel, s'il y a lieu avec l'agrément de l'autorité compétente (spectacles, bals, tombolas, loteries, etc...) ; 6° du produit des rétributions perçues pour services rendus (vente de produits en rapport avec la pétanque et le jeu provençal...) ; 7° vente de produits en rapport avec la pétanque et le jeu provençal ». (cotes 245 à 248)

#### **b) Les compétitions**

14. De multiples compétitions de pétanque ont lieu toute l'année, qu'elles soient officielles ou non. Parmi ces dernières figure « la Marseillaise », manifestation qui se déroule une fois par an. Tout joueur, licencié ou non, peut s'y inscrire (cotes 178 à 182).
15. Il existe une multitude de concours officiels, qu'ils soient internationaux, nationaux ou locaux. Les concours de pétanque les plus importants sont ceux à l'issue desquels les titres les plus prestigieux sont remis, comme le titre de champion de France ou de champion du monde. Ces compétitions se déroulent sur plusieurs jours et drainent un très grand nombre de spectateurs. Le président de la FFPJP déclare que « chaque année sont organisées en France environ 30 000 compétitions sous l'égide de la FFPJP par l'intermédiaire de ses ligues, comités et clubs dont environ 2 000 épreuves qualificatives à des championnats de France dans les ligues et comités » (cotes 238 à 242).

#### **Les championnats de France**

16. Selon l'article 7 de ses statuts en vigueur au moment des faits, la FFPJP détermine l'organisation des championnats de France (cotes 245 à 248). La fédération délègue aux comités, ligues ou clubs l'organisation de ces manifestations. Pour ce faire, les comités départementaux désireux d'organiser un championnat de France déposent leurs candidatures auprès de la FFPJP. Le président de la FFPJP indique que « La fédération française n'organise aucune manifestation directement puisque l'organisation des championnats de France est déléguée à des comités départementaux avec un cahier des charges que la fédération a établi » (cotes 238 à 242). L'article 10 du règlement des championnats de France daté de décembre 2008 indique que « les comités candidats à l'organisation d'un championnat de France devront remplir un dossier fourni par la FFPJP. Il constituera la demande officielle et les renseignements qu'il comportera seront déterminants pour le choix de la fédération » (cotes 882 à 896).
17. La FFPJP a établi un cahier des charges que l'on retrouve en annexe du règlement des championnats de France. Celui-ci indique clairement, sous un titre « Partenariat », que, « afin d'aider les organisateurs des championnats de France, la FFPJP a conclu des

*accords de partenariat avec différents annonceurs. [...] L'aval de la FFPJP doit être demandé avant d'accorder des autorisations d'installation de stands » (cotes 882 à 896).*

18. À cet égard, la FFPJP a conclu plusieurs conventions de partenariat non exclusives avec des fabricants de boules de pétanque (dont VMS-Plot et La Boule Obut), leur conférant la qualité de partenaires officiels de la FFPJP et leur permettant d'être présents lors de ces championnats. Le président de la FFPJP indique qu'aucun de ces contrats ne prévoit une exclusivité : « *la fédération française a 3 niveaux de partenariat dont aucun ne prévoit l'exclusivité pour les championnats de France. Nous avons un contrat de partenariat de 3 ans avec tacite reconduction avec Obut, J.B, la Boule Noire, l'Intégrale et VMS* » (cotes 238 à 242).
19. Les championnats de France drainent entre 3 000 et 4 000 spectateurs par jour et se déroulent sur deux ou trois jours par an. En 2006, la FFPJP a organisé des championnats de France pour les catégories suivantes : doublettes mixtes, doublettes féminines, triplettes seniors, doublettes seniors, tête à tête seniors, triplettes vétérans, triplettes entreprises, triplettes juniors, triplettes cadets, triplettes minimes, triplettes féminines. Chacune de ces compétitions se déroule sur des sites différents en France. Ces onze compétitions ont eu lieu dans sept villes différentes (cotes 898 à 919). Cette multiplication de compétitions par catégorie permet d'organiser les rencontres entre licenciés et amateurs tout au long de l'année. Eu égard aux contrats de partenariat, ces nombreuses compétitions donnent l'occasion aux annonceurs et notamment aux fabricants de boules de pétanque de promouvoir leurs produits auprès des joueurs.
20. Enfin, compte tenu du nombre de licenciés en France (plus de deux tiers du nombre de licenciés dans le monde), cette compétition nationale revêt une importance toute particulière pour ce sport.

### ***Les championnats du monde***

21. L'article 1<sup>er</sup> du règlement des championnats du monde indique que « *les championnats du monde de pétanque sont organisés sous le haut patronage de la fédération internationale de pétanque et jeu provençal et sous le contrôle du comité exécutif* » (cotes 110 à 119). Les championnats du monde ont lieu une fois par an dans un pays membre de la FIPJP, et « *la fédération organisatrice assumera tous les frais de l'organisation relatifs au championnat du monde* » (article 31). La FIPJP ne perçoit quant à elle « *aucune redevance financière de la part des organisateurs d'un championnat du monde* » (article 29).
22. Il existe des championnats du monde pour différentes catégories : les championnats du monde senior, féminin et jeune. Il existe également des championnats du monde de tir de précision. Le plaignant a dirigé sa plainte à l'encontre d'une pratique constatée dans le cadre d'un championnat du monde senior. Les derniers championnats du monde senior ont eu lieu dans les villes suivantes :
  - a. 2000 : Sao Bras de Alportel, Portugal
  - b. 2001 : Monaco
  - c. 2002 : Grenoble, France
  - d. 2003 : Genève, Suisse
  - e. 2004 : Grenoble, France
  - f. 2005 : Bruxelles, Belgique
  - g. 2006 : Grenoble, France

- h. 2007 : Thaïlande
- i. 2008 : Dakar, Sénégal

23. Les championnats du monde drainent entre 3 000 et 4 000 spectateurs par jour et se déroulent chaque année durant cinq jours. Le représentant de VMS-Plot indique, concernant les championnats du monde, que « *comme pour les championnats de France, l'évènement draine 3 000 à 4 000 spectateurs par jour qui viennent dans l'intention, notamment, de voir les fabricants de boules. La différence réside dans la durée de la manifestation : deux à trois jours pour les championnats de France, cinq jours pour les championnats du monde* » (cotes 827 à 830).
24. L'organisation des championnats du monde de 2002, 2004 et 2006 a été confiée par la FIPJP à la FFPJP, laquelle a signé des contrats de cession d'organisation totale avec le Palais des sports de Grenoble-Isère pour ces mêmes événements. Le contrat de cession signé entre la FFPJP et le Palais des sports de Grenoble-Isère le 19 février 2001 prévoit que ce dernier assurera tous les frais d'organisation du championnat du monde 2002 à l'exception de ses aspects techniques, lesquels relèvent de la compétence de la FFPJP (cotes 346 à 349).
25. Deux nouveaux contrats de cession ont été signés le 3 octobre 2002 en ce qui concerne l'organisation des championnats du monde de 2004 et de 2006 qui reprennent les mêmes termes que le précédent contrat.

#### ***Le Mondial de Millau***

26. Le représentant de VMS-Plot indique que « *au plan international, l'une des manifestations importantes est le concours international de Millau qui a lieu en août chaque année* » (cotes 827 à 830).
27. Organisé régulièrement au mois d'août depuis 1982, le mondial Midi-Libre de Millau (Mondial de Millau) est un évènement dans le monde de la pétanque. Il rassemble plusieurs milliers de joueurs sur cinq jours. L'organisateur est la société Millau-Pétanque-Promotion. L'édition 2007 a « *permis la tenue d'une manifestation sportive qui aura réuni à nouveau pendant cinq jours près de 20 000 joueurs et plus de 50 000 spectateurs* » (cotes 921 et 922).

#### ***Les autres manifestations d'importance majeure***

28. Certaines manifestations nationales telles que la Coupe de France des Clubs, les Masters de Pétanque (voir cotes 924 et 928) et le Trophée des Villes, bénéficient d'une couverture télévisuelle et bénéficient d'une importante renommée auprès des amateurs de pétanque.
29. Les Masters de Pétanque, qui ont été créés en 1989 et sont organisés par l'agence officielle de marketing sportif de la FFPJP, Quaterback, rassemblent une moyenne de 5 000 spectateurs par étape, plus de 50 heures de diffusion et rediffusion sur SPORT+ et sur France 3. Cette compétition se targue d'être « *la compétition de pétanque la plus relevée au monde* » (voir cotes 927 et 928).

### **3. LES ENTREPRISES CONCERNEES**

30. En sus des fédérations sportives, les entreprises concernées sont les fabricants de boules de pétanque et accessoires (a) et l'organisateur du championnat du monde à Grenoble (b).

## **a) Les fabricants de boules de pétanque et accessoires**

### ***La société VMS-Plot***

31. La S.A. VMS-Plot a été créée en 1993. Elle fabrique exclusivement des boules de pétanque de compétition qu'elle commercialise sous la marque MS Pétanque, fabriquées par les établissements Maurice Marle. La société VMS-Plot a son siège social à Nogent et son président directeur général est M. Bernard Y.... Elle compte deux salariés. Son chiffre d'affaires était de 840 341 euros en 2005.
32. VMS-Plot n'a pas de contrat de distribution et vend ses produits principalement via des détaillants dans le secteur sportif (magasins de coupes et trophées, de textile), ce qui représente 60 % de son chiffre d'affaires. La société vend également ses produits par correspondance (35 %) et, enfin, lors de manifestations sportives (entre 3 % et 5 %).
33. VMS-Plot utilise des moyens de promotion divers pour faire connaître ses produits. Le site Internet de la société ([www.ms-petanque.com](http://www.ms-petanque.com)) est l'un de ses outils principaux. L'entreprise se fait également connaître par l'envoi, deux fois par an, de ses catalogues à 110 000 adresses environ. La société VMS-Plot fait aussi de la publicité dans les 95 calendriers départementaux, lesquels sont diffusés à tous les licenciés par les comités départementaux, une fois par an. Enfin, la société est régulièrement présente à certaines manifestations sportives nationales et internationales.

### ***La société La Boule Obut***

34. La S.A.S. La Boule Obut a été créée en 1958. Elle fabrique et commercialise des boules de pétanque de loisir et de compétition et distribue tous les accessoires relatifs à cette pratique. La société La Boule Obut a son siège social à Saint Bonnet le Château. Elle est présidée par M. Pierre Z.... La Boule Obut est une filiale du groupe DSB SA, tout comme l'était la Boule Noire au moment des faits.
35. Son chiffre d'affaires était d'environ 18,8 millions d'euros en 2005 répartis comme suit : les boules de pétanque de compétition représentaient 10 millions d'euros, les boules de pétanque de loisir 7 millions d'euros et les accessoires 2 millions d'euros. Le représentant de la société La Boule Obut indique que « *nous commercialisons nos produits essentiellement en Europe : Belgique (15 %), Allemagne (20 %), Espagne (10 %) et également plus faiblement (de l'ordre de 2 %) en Suisse, Pays-Bas, Suède, Portugal* » (cotes 444 à 447).
36. La société La Boule Obut compte 116 salariés. Elle a absorbé la société JB en 2001 et la société la Boule Noire en 2007.
37. La société La Boule Obut n'a pas de contrat de distribution avec ses revendeurs et vend principalement ses produits via les GMS généralistes (40 % de son chiffre d'affaires) et les grandes surfaces spécialisées (30 %). Le reste est partagé entre les différents détaillants.
38. La Boule Obut utilise des moyens de promotion divers pour faire connaître ses produits : la publicité sur son site Internet, dans des revues spécialisées, l'édition d'une revue diffusée notamment auprès des clubs et de la FFPJP. Elle est enfin régulièrement présente aux manifestations sportives nationales et internationales.
39. La société La Boule Noire, avant son absorption par La Boule Obut, a commercialisé uniquement des boules de pétanque de compétition par correspondance et sur les manifestations. Elle a réalisé en 2003 un chiffre d'affaires d'environ 1,5 million d'euros.



### *Les autres fabricants de boules de pétanque*

40. La SA Boule Intégrale : Créée en 1990, la SA Boule Intégrale fabrique des boules lyonnaises mais vend également sous sa marque des boules de pétanque de loisir et de compétition fabriquées par la société La Boule Obut. La société Boule Intégrale a son siège à Villeurbanne. Elle est présidée par M. Michel A... et compte six salariés. Son chiffre d'affaires était de 912 501 euros au 31 décembre 2006. La Boule Intégrale a connu récemment une procédure collective mais est toujours en activité.
41. La Boule Bleue : Créée en 1967, la SAS Boule Bleue vend des boules de pétanque de loisir et de compétition sous sa marque, fournies par La Boule Obut. La société la Boule Bleue a son siège social à Marseille. Elle est présidée par M. Hervé B... et compte quatre salariés. Son chiffre d'affaires était de 776 389 euros au 31 décembre 2005.
42. Les fabricants étrangers : Il existe des fabricants de boules de pétanque étrangers, tel que l'italien Boule Meg, qui, selon le rapport administratif d'enquête, ne vendrait qu'en Italie. Les fabricants thaïlandais et chinois représentaient par ailleurs environ 5,5 % du total des ventes de boules de pétanque en France, en 2003.

### **b) L'organisateur du championnat du monde se déroulant à Grenoble : le Palais des sports de Grenoble-Isère**

43. Le Palais des sports de Grenoble-Isère est une association à but non lucratif régie par la loi du 1<sup>er</sup> juillet 1901 dont le siège social est situé à Grenoble. L'association est dirigée par M. Guy C... qui dispose d'une délégation totale de la présidente de l'association, Mme Annie D....
44. L'association a pour objet « *la gestion d'équipements à vocation générale sportive de la ville de Grenoble ; la contribution au rayonnement, à la renommée de la ville de Grenoble* » (cotes 331 à 345). Le représentant du Palais des sports de Grenoble-Isère précise en outre que « *l'objet de l'association est l'organisation de manifestations sportives, culturelles et économiques. Nous organisons environ une quinzaine de manifestations par an* » (cotes 326 à 330).
45. Le représentant du Palais des sports de Grenoble-Isère indique également que « *le financement de notre association provient de subventions (7 millions de francs [1,07 millions d'euros] pour 2003, de sponsoring privés et d'entrées, ces deux derniers représentant la majeure partie de notre financement* » (cotes 326 à 330). Le chiffre d'affaires du Palais des sports de Grenoble-Isère est de 1,4 millions d'euros en 2000, 1,8 million d'euros en 2001 et 2,8 millions d'euros en 2002.
46. Le Palais des sports a organisé des manifestations sportives, dont des compétitions de pétanque comme l'International de Pétanque en 2001, 2003 et 2005 ainsi que les championnats du monde en 2002, 2004 et 2006.
47. Il convient de souligner que le concours International de Pétanque, anciennement appelé Boulmania, était un concours international inscrit dans le calendrier de la FFPJP, ouvert à tous les joueurs licenciés français et étrangers. Ce concours était régi par le règlement de la FFPJP spécifique à ce type de manifestation et avait lieu tous les deux ans. Il ressort en effet de l'enquête administrative que le concours a eu lieu en 2001, 2003 et 2005 et qu'il a disparu en 2007 sans être remplacé. L'organisation technique et matérielle de la manifestation était répartie entre le comité départemental de l'Isère (FFPJP), qui s'occupait entre autres des inscriptions, du tirage au sort et du déroulement de la compétition et le Palais des sports de Grenoble-Isère qui s'occupait entre autres de la réception, des

buvettes, de l'accueil et des contrats avec les partenaires. Cette manifestation, qui n'était organisée que tous les deux ans -et qui n'existe plus-, ne peut être considérée au nombre des compétitions majeures de pétanque en France.

### C. LES PRATIQUES RELEVÉES : LES CONTRATS D'EXCLUSIVITÉ

48. Ni les statuts de la FIPJP, dont l'objet est, notamment, d'organiser les championnats du monde, et qui délègue cette organisation à la fédération nationale du pays où se déroule le championnat du monde en question, ni le règlement des championnats du monde ne contiennent de dispositions qui imposeraient ou conseilleraient à la fédération nationale organisatrice de conclure des contrats de partenariat avec certains ou plusieurs annonceurs. Le président de la FFPJP indique que « *dans son cahier des charges, pour le championnat du monde, la fédération internationale n'a aucune disposition relative ni au droit à l'image, ni au partenariat ; ces deux domaines relèvent de la responsabilité exclusive de l'organisateur* » (cotes 238 à 242). Lorsque les championnats du monde se sont déroulés en France, la FFPJP en a assuré l'organisation matérielle sans que les contrats de partenariat qu'elle avait signés avec certains fabricants de boules ne trouvent à s'appliquer. En effet, comme le président de la FFPJP l'a précisé : « *Dans ses contrats de partenariat, la fédération française n'a aucune disposition relative aux manifestations internationales ; ceux-ci ne concernent que les championnats de France et le congrès national* » (cotes 238 à 242).
49. C'est dans ce cadre qu'en l'espèce, la FFPJP a cédé l'organisation matérielle du championnat du monde au Palais des sports de Grenoble-Isère pour les manifestations de 2002, 2004 et 2006. L'organisateur avait ainsi la possibilité de conclure des accords avec les annonceurs et fabricants de boules de pétanque de son choix.

#### 1. LE CONTRAT DE PARTENARIAT RELATIF AU CHAMPIONNAT DU MONDE DE 2002

50. Le premier accord de partenariat entre le Palais des sports de Grenoble-Isère et La Boule Obut a été conclu après que l'association a rencontré le fabricant en 2001 : Le « *directeur du Palais des sports [de Grenoble] nous a informé à cette occasion [Boulmania] que le championnat du monde 2002 était organisé à Grenoble et nous a proposé d'être sponsor du championnat du monde 2002 pour un montant astronomique que nous avons négocié [...]* » (cotes 444 à 447).
51. Le 29 mars 2001, un contrat de partenariat à l'occasion du championnat du monde de 2002 a été signé entre les mêmes parties. Ce contrat, valable pour l'année 2002, stipulait que « *en contrepartie d'une somme de 150 000 F/HT [22 867 euros/HT] en 2002, LA BOULE OBUT SA devient partenaire avec le Palais des Sports de Grenoble-Isère pour le championnat du monde de pétanque 2002 de la façon suivante : 1) sur le site internet du Palais des sports, spécial championnat du monde de pétanque [etc...]. Nous précisons que vous aurez l'exclusivité visuelle en tant que fabricant de boules* » (cotes 374 et 375). En d'autres termes, la société La Boule Obut serait le seul fabricant de boules de pétanque présent sur le site de la manifestation. Le contrat prévoyait en outre l'installation d'un camion de vente sur le parking du palais des sports.

## **2. LE CONTRAT DE PARTENARIAT RELATIF A L'INTERNATIONAL DE PETANQUE DE GRENOBLE 2003/2005 ET AU CHAMPIONNAT DU MONDE DE 2004**

52. Le 27 mai 2003, un contrat de partenariat à l'occasion du championnat du monde de 2004 et de l'International de Pétanque de 2003 et 2005, a été signé entre le Palais des sports de Grenoble-Isère et la société La Boule Obut. Il était convenu que « *en contrepartie d'une somme de 30 500 euros HT, LA BOULE OBUT SAS sera le partenaire officiel des compétitions de pétanque se déroulant au Palais des Sports Grenoble-Isère : l'international de Pétanque fin mai 2003, le championnat du monde de Pétanque du 22 au 26 septembre 2004, l'international de Pétanque 2005. LA BOULE OBUT SAS bénéficiera des avantages suivants : Logo Obut sur le site Internet du Palais des Sports spécial championnat du monde de Pétanque 2004 [etc...] Exclusivité visuelle et audiovisuelle en tant que fabricant de boules de pétanque pendant ces trois manifestations* » (cotes 376 et 377). Le contrat conclu pour le championnat du monde de 2004 incluait également une exclusivité à La Boule Obut pour l'International de Pétanque de 2003 et de 2005.

## **3. LE CONTRAT DE PARTENARIAT RELATIF AU CHAMPIONNAT DU MONDE DE 2006 ET AU CHAMPIONNAT DU MONDE FEMININ DE 2006**

53. Le renouvellement du contrat de partenariat pour le championnat du monde de 2006 s'est fait par échange de courriers électroniques les 19 et 20 février 2004. Le représentant de la société La Boule Obut précisait lors de son audition le 21 avril 2004 que « *pour les championnats du monde 2006, nous avons un engagement [du directeur du Palais des sports] pour conclure un autre contrat de partenariat pour le championnat du monde 2006 et l'International 2007. À ce jour, nous n'avons pas fixé le montant du contrat, ni ses conditions* » (cotes 444 à 447). Le représentant du Palais des sports de Grenoble-Isère avait indiqué en 2003 que « *lors des négociations pour 2004, Obut a souhaité conclure le même type de contrat pour les championnats 2006. Je n'ai pas souhaité conclure pour 2006 car je souhaite revoir le montant du contrat qui vraisemblablement sera supérieur à celui de 2004 en raison de la présence des féminines* » (cotes 326 à 330).
54. Le 25 juillet 2005, un contrat de partenariat à l'occasion du championnat du monde de 2006 et du championnat du monde féminin de 2006, a été signé entre le Palais des sports de Grenoble-Isère et la société La Boule Obut. Un avenant a été ajouté le 17 janvier 2006. Il a été convenu que « *en contrepartie d'une somme de 35 000 euros HT, LA BOULE OBUT SAS sera le partenaire officiel du CHAMPIONNAT DU MONDE DE PETANQUE 2006. LA BOULE OBUT bénéficiera des avantages suivants : logo Obut sur le site Internet du Palais des Sports spécial championnat du monde de Pétanque 2006 [etc...] Exclusivité visuelle et audiovisuelle en tant que fabricant de boules de pétanque* » (cotes 845 à 847).
55. Ces exclusivités ont été opposées aux autres fabricants de boules de pétanque et notamment à la société VMS-Plot qui a sollicité le Palais des sports de Grenoble-Isère pour conclure un partenariat avec lui à l'occasion des championnats du monde de 2002, 2004 et 2006.

## **4. CONCLUSION**

56. Ces contrats exclusifs ne concernent que les championnats du monde de pétanque organisés en France, à Grenoble, par le Palais des sports de Grenoble-Isère, soit en ce qui

concerne les championnats du monde de 2002, 2004 et 2006. Les autres championnats du monde, y compris ceux organisés dans d'autres villes françaises ou dans les autres pays, sont ouverts aux concurrents de La Boule Obut. VMS-Plot y a d'ailleurs participé à plusieurs reprises, notamment aux championnats du monde suivants : à Montpellier en 1997, aux Canaries en 1998, à Sao Bras de Alportel au Portugal en 2000, à Monaco en 2001, à Genève en 2003 et à Bruxelles en 2005 (cotes 827 à 830). En raison du fait que la participation aux championnats du monde se déroulant hors de l'Europe nécessite un apport financier trop important, VMS-Plot n'y participe pas.

57. Concernant les exclusivités accordées par le Palais des sports de Grenoble-Isère à La Boule Obut, le président de la FFPJP déclarait au moment des faits : *« j'estime préférable que pour l'ensemble des championnats il existe la possibilité pour les fabricants d'avoir un stand ; je trouve dommage que pour Grenoble cela ne soit pas possible. C'est à la fédération internationale de régler ce problème en passant des accords de partenariat et en modifiant son cahier des charges »* (cotes 238 à 242).

## **II. DISCUSSION**

### **A. SUR LA PROCEDURE**

#### **1. SUR LA COMPETENCE DE L'AUTORITE DE LA CONCURRENCE**

58. Dans la mesure où la FFPJP a reçu de la FIPJP la responsabilité de l'organisation du championnat du monde de pétanque en France et où l'organisation de compétitions par une fédération sportive relève des prérogatives de puissance publique confiée par délégation du ministre chargé des sports, il convient de s'assurer que les contrats de partenariat en cause, conclus dans le cadre de l'organisation des championnats du monde entre le Palais des sports de Grenoble-Isère et la société La Boule Obut, sont des contrats qui peuvent être analysés au regard du droit de la concurrence, soumis à la compétence de l'Autorité de la concurrence.

#### **a) Principes**

59. L'article L. 410-1 du Code de commerce soumet aux règles définies notamment au titre II du livre IV du Code de commerce, consacré aux pratiques anticoncurrentielles, *« toutes les activités de production, de distribution et de service, y compris celles qui sont le fait de personnes publiques, notamment dans le cadre de conventions de délégation de service public »*.
60. Dans sa décision du 18 octobre 1999, Aéroports de Paris, le Tribunal des conflits a indiqué que *« si dans la mesure où elles exercent des activités de production, de distribution ou de services les personnes publiques peuvent être sanctionnées par le Conseil de la concurrence agissant sous le contrôle de l'autorité judiciaire, les décisions par lesquelles ces personnes assurent la mission de service public qui leur incombe au moyen de prérogatives de puissance publique, relèvent de la compétence de la juridiction administrative pour en apprécier la légalité »*. La décision reconnaît en revanche la

compétence du Conseil de la concurrence pour les pratiques « susceptibles de constituer un abus de position dominante » qui « sont détachables de l'appréciation de la légalité d'un acte administratif ».

61. L'Autorité de la concurrence est donc compétente lorsque l'acte est « détachable », c'est-à-dire lorsqu'il est dissociable de l'organisation même du service public et de l'appréciation de la procédure administrative en résultant et lorsque ces pratiques interviennent dans le cadre d'une activité économique exercée par la personne publique. L'Autorité de la concurrence, dans une décision n° [09-D-35](#) du 25 novembre 2009 relative à des pratiques mises en œuvre dans le secteur du transport médical d'urgence indique que « dans une décision [09-D-10](#) du 27 février 2009, le Conseil de la concurrence a rappelé, en ce qui concerne la dévolution d'un service public à un opérateur, le critère de distinction entre les actes détachables de la puissance publique de ceux qui ne le sont pas : "Il convient de faire le départ, s'agissant de l'activité des personnes publiques, entre :
- d'une part, les actes par lesquels les personnes publiques font usage, pour l'organisation du service public dont elles ont la charge, de prérogatives de puissance publique : leur légalité, et notamment leur conformité au droit de la concurrence, ne peut être appréciée que par le juge administratif ;
  - d'autre part, les activités des mêmes personnes publiques, intervenant dans la sphère économique, qui sont détachables de leurs actes de puissance publique : comme celles de toute entreprise, elles peuvent être qualifiées par le Conseil de la concurrence et le juge judiciaire qui le contrôle, au regard du droit des ententes et des abus de position dominante".
62. Le Tribunal des conflits a également affirmé, dans un jugement du 4 mai 2009 (Éditions Jean-Paul Gisserot c/ Centre des monuments nationaux), que « dans la mesure où [les personnes publiques] exercent de telles activités [c.à.d. les activités de production, de distribution et de service] et sauf en ce qui concerne les décisions ou actes portant sur l'organisation du service public ou mettant en œuvre des prérogatives de puissance publique, ces personnes publiques peuvent être sanctionnées par le Conseil de la concurrence agissant sous le contrôle de l'autorité judiciaire ».
63. A contrario, l'Autorité de la concurrence n'est donc pas compétente pour connaître des actes par lesquels une personne publique confie à une autre personne publique ou à une personne privée dotée de prérogatives de puissance publique une mission de service public et qui relèvent de l'organisation du service public (voir la décision n° [09-D-35](#) précitée).

#### **b) Application au cas d'espèce**

64. Les fédérations sportives ont pour objet, selon l'article L. 131-1 du code du sport, « l'organisation de la pratique d'une ou plusieurs disciplines sportives ». La FFPJP ayant reçu l'agrément du ministre chargé des sports, elle participe à l'exécution d'une mission de service public : « les fédérations sportives agréées participent à la mise en œuvre des missions de service public relatives au développement et à la démocratisation des activités physiques et sportives » (article L. 131-9, alinéa 1 du code du sport). Ainsi, lorsque la FFPJP organise des championnats de France, elle exécute une mission de service public. A ce titre, elle détient la responsabilité juridique de l'organisation de cette manifestation. En revanche, lorsque la FFPJP conclut des contrats de partenariat avec des annonceurs comme les fabricants de boules de pétanque, à qui elle vend, à l'occasion des championnats de France, une prestation de service, elle accomplit des actes détachables de la mission de service public, qui peuvent être analysés à la lumière de la jurisprudence précitée.

65. En outre, le code du sport (article L. 131-9 alinéa 2) rappelle que « *[les fédérations sportives] ne peuvent déléguer tout ou partie de l'exercice des missions de service public qui leur sont confiées si ce n'est au bénéfice des ligues professionnelles constituées en application de l'article L. 132-1* ». Ainsi, la FFPJP ne peut déléguer l'exercice de ses missions de service public à un organisateur de manifestations sportives comme le Palais des sports de Grenoble-Isère, cantonné à un rôle d'organisateur matériel.
66. En tout état de cause, l'organisation des championnats du monde demeurant sous la responsabilité juridique de la FIPJP, celle-ci ne relève pas de l'exécution des missions de service public de la FFPJP même si la FIPJP a désigné la FFPJP comme responsable matériel de l'organisation de la manifestation.
67. Ainsi, les contrats en cause, conclus entre deux personnes morales de droit privé et ayant pour objet la mise à disposition d'un espace de vente et de publicité, en contrepartie d'une rémunération, ce qui s'analyse comme une activité de service au sens de l'article L. 410-1 du Code de commerce, peuvent être soumis à la compétence de l'Autorité de la concurrence.

## 2. SUR L'APPLICATION DU DROIT COMMUNAUTAIRE

### a) Principes

68. L'article 101 du TFUE, ancien article 81 du traité CE, dispose que « *sont incompatibles avec le marché commun et interdits tous accords entre entreprises, toutes décisions d'associations d'entreprises et toutes pratiques concertées qui sont susceptibles d'affecter le commerce entre États membres et qui ont pour objet ou pour effet d'empêcher, de restreindre ou de fausser le jeu de la concurrence à l'intérieur du marché commun* ». De même, l'article 102 du TFUE, ancien article 82 du traité CE, dispose qu'« *est incompatible avec le marché commun et interdit, dans la mesure où le commerce entre États membres est susceptible d'en être affecté, le fait pour une ou plusieurs entreprises d'exploiter de façon abusive une position dominante sur le marché commun ou dans une partie substantielle de celui-ci* ».
69. En vertu de la pratique décisionnelle du Conseil de la concurrence puis de l'Autorité de la concurrence, se fondant notamment sur les lignes directrices de la Commission européenne relatives à la notion d'affectation du commerce figurant aux articles 81 et 82 du traité CE du 27 avril 2004 (JOCE C-101/81 du 27 avril 2004), trois éléments doivent être démontrés pour établir que les pratiques sont susceptibles d'avoir sensiblement affecté le commerce intracommunautaire : l'existence d'échanges entre États membres portant sur les produits faisant l'objet de la pratique, l'existence de pratiques susceptibles d'affecter ces échanges et le caractère sensible de cette affectation.
70. S'agissant tout d'abord de pratiques couvrant un seul État membre, les lignes directrices précitées de la Commission européenne exposent que « *la nature de l'infraction alléguée, et notamment sa propension à interdire l'accès au marché national, renseigne bien sur la capacité de l'accord ou de la pratique d'affecter le commerce entre États membres* » (§77). Plus particulièrement, « *lorsqu'une entreprise, qui occupe une position dominante couvrant l'ensemble d'un État membre constitue une entrave abusive à l'entrée, le commerce entre États membres peut normalement être affecté. En général, ce comportement abusif rendra plus difficile aux concurrents d'autres États membres la pénétration sur le marché, auquel cas les courants d'échanges sont susceptibles d'être affectés* » (§93) et « *toute pratique*

*abusive qui rend plus difficile l'entrée sur le marché national doit donc être considérée comme affectant sensiblement le commerce » (§96).*

## **b) Application au cas d'espèce**

71. L'exclusivité accordée par le Palais des sports de Grenoble-Isère à la société La Boule Obut interdit à tout concurrent de cette entreprise d'accéder au site du championnat du monde afin de présenter et promouvoir ses produits auprès des fédérations, des joueurs, amateurs ou professionnels, de plusieurs Etats membres de l'Union européenne. Ceci est vrai des producteurs français mais aussi, à tout le moins, du producteur italien Boule Meg qui pourrait souhaiter développer ses ventes hors d'Italie en utilisant le levier que constituerait cette manifestation.
72. En outre, dans la mesure où la présence au championnat du monde d'un fabricant de boules de pétanque serait un vecteur important de promotion de ses produits, l'exclusivité accordée à La Boule Obut, qui est l'acteur majeur du marché français, est susceptible de dynamiser ses ventes en Europe où il commercialise déjà environ 20 % de sa production et d'affecter le développement de ses concurrents, en particulier Boule Meg. Cette pratique, qu'elle soit envisagée sous l'angle des ententes ou des abus de domination, est donc susceptible de rendre plus difficile l'accès au territoire français et d'affecter les échanges entre les États membres.
73. Enfin, l'appréciation du caractère sensible de l'affectation des échanges intracommunautaires dépend des circonstances de chaque espèce, et notamment de la nature de l'accord ou de la pratique, de la nature des produits concernés et de la position sur le marché des entreprises en cause. S'agissant en particulier de l'application de la règle « AISC » (§52 des lignes directrices pré-citées), il convient de constater que la part de marché de La Boule Obut sur le marché français des boules de pétanque de compétition, s'élève à plus de 5 %. La présomption négative de non affectation n'est donc pas applicable.
74. Il s'ensuit que les échanges entre les États membres sont susceptibles d'être affectés de manière sensible et que les pratiques en cause tombent sous le coup des articles 101 et 102 du TFUE. Ces dernières relèvent donc à la fois du droit national et du droit communautaire de la concurrence.

## **B. SUR LE FOND**

### **1. SUR LES MARCHES PERTINENTS CONCERNES**

#### **a) Principes**

75. Selon la communication de la Commission européenne sur la définition du marché en cause aux fins du droit communautaire de la concurrence (JOCE n° C 372 du 09/12/1997 p.5), le marché pertinent est « *le lieu où se confrontent l'offre et la demande de produits ou de services qui sont considérés par les acheteurs ou les utilisateurs comme substituables entre eux mais non substituables aux autres biens ou services offerts* ». La substituabilité y est définie comme l'interchangeabilité des produits ou services « *en raison de leurs caractéristiques, de leur prix et de l'usage auquel ils sont destinés* ».

76. Suivant la même approche, l'Autorité de la concurrence a rappelé récemment, notamment dans sa décision n° [09-D-36](#) du 9 décembre 2009 qu' « *il y a lieu de rappeler que se situent sur un même marché les produits et services dont on peut raisonnablement penser que les acheteurs les regardent comme des moyens alternatifs entre lesquels ils peuvent arbitrer pour satisfaire une même demande. Dans son rapport annuel pour 2001, le Conseil de la concurrence a précisé que la substituabilité entre différents biens ou services du point de vue de la demande constitue le critère déterminant pour la délimitation du marché pertinent* ».
77. En outre, dans sa communication sur la définition du marché en cause précitée, la Commission européenne précise que l' « *exercice de définition du marché consiste, fondamentalement, à identifier les autres sources réelles d'approvisionnement auxquelles les clients des entreprises en cause peuvent recourir, tant sous l'angle des produits ou des services que ces autres fournisseurs proposent que du point de vue de leur localisation géographique* ».
78. Le marché géographique, quant à lui, comprend le territoire sur lequel les entreprises sont engagées dans l'offre et la demande en cause et sur lequel les conditions de concurrence sont homogènes.
79. Enfin, le Conseil de la concurrence a rappelé plusieurs fois que la délimitation précise du marché pertinent n'est pas nécessaire lorsque les pratiques sont recherchées au titre de la prohibition des ententes (voir la décision du Conseil de la concurrence n° [08-D-32](#) du 16 décembre 2008 relative à des pratiques mises en œuvre dans le secteur du négoce des produits sidérurgiques).

#### **b) Application au cas d'espèce**

80. Au cas d'espèce, le saisissant considère que le contrat d'exclusivité conclu entre le Palais des sports de Grenoble-Isère et la société La Boule Obut, à l'occasion de l'organisation des championnats du monde de pétanque en 2002, 2004 et 2006 aurait porté préjudice à la société VMS-Plot au motif que cette dernière n'ayant pu accéder à l'espace commercial du palais des sports, n'aurait pas été en mesure de promouvoir ses produits. Le contrat d'exclusivité aurait donc, selon le saisissant, créé un effet de verrouillage sur un marché qu'il a limité à l'organisation des championnats du monde de pétanque en France.
81. Dans cette situation, il appartient à l'Autorité de la concurrence de s'interroger sur le périmètre du marché pertinent concerné par cette pratique afin de vérifier l'existence de l'effet de forclusion allégué. A cet égard, elle doit notamment examiner l'absence ou l'existence d'alternatives crédibles dont VMS-Plot pouvait disposer pour promouvoir ses produits, dans la période considérée (2002, 2004 et 2006). En d'autres termes, il s'agit d'évaluer si le championnat du monde de pétanque organisé en France constitue, sur la base d'un faisceau d'éléments objectifs, une compétition spécifique et distincte des autres compétitions de pétanque se déroulant sur le territoire national ou bien si ce championnat présente des caractéristiques communes avec ces autres compétitions qui lui seraient dès lors substituables. Dans cette dernière hypothèse, ces compétitions pourraient être considérées comme appartenant au même marché pertinent et seraient qualifiées de compétitions d'importance majeure.
82. Le saisissant a considéré qu'il était pertinent de retenir comme critères de définition du marché en cause, la durée de la manifestation, le nombre de spectateurs, la notoriété de la compétition, la retransmission télévisée et le caractère officiel de la rencontre.



## *Le marché de la mise à disposition d'espace commercial à l'occasion de compétitions de pétanque d'importance majeure*

### *Marché de produits*

83. Conformément à la pratique décisionnelle des autorités de la concurrence, la définition du marché pertinent s'attache à identifier les sources réelles d'approvisionnement auxquelles la société VMS-Plot ou les autres concurrents de la société La Boule Obut peuvent recourir afin de satisfaire leurs besoins de promotion et de vente de boules de pétanque à l'occasion de compétitions sportives de pétanque. Sur la base des critères retenus par le saisissant, l'Autorité de la concurrence constate que les fabricants de boules de pétanque avaient à leur disposition, pendant la période des pratiques alléguées, des moyens alternatifs pour satisfaire leur demande d'accès à des espaces commerciaux offerts à l'occasion de compétitions de pétanque organisées en France.
84. En effet, plusieurs compétitions d'importance majeure et de notoriété équivalente peuvent être considérées comme substituables ainsi que les services offerts par leurs organisateurs aux fabricants de boules de pétanque. Elles regroupent non seulement le championnat du monde mais aussi le championnat de France, les Masters de pétanque ainsi que les manifestations à caractère international comme le Mondial de Millau. Ces compétitions peuvent être qualifiées de « *compétitions d'importance majeure* ».
85. Ces dernières présentent en effet des caractéristiques spécifiques et communes qui en font des événements distincts :
- les compétitions de pétanque d'importance majeure ont une périodicité annuelle ;
  - ces compétitions se déroulent toutes sur plusieurs jours (le championnat de France dure de 2 à 3 jours, le championnat du monde et le Mondial de Millau, 5 jours) ;
  - elles rassemblent plusieurs milliers de spectateurs (entre 3 000 et 4 000 en ce qui concerne le championnat du monde selon le représentant de VMS-Plot, 5 000 par étapes pour les Masters de Pétanque). Les compétitions de pétanque d'importance majeure attirent des spectateurs et des joueurs venus de nombreux pays ;
  - les titres remis lors des championnats sont prestigieux : titres de champion du monde ou champion de France, remise de médailles. Le championnat de France peut, au cas d'espèce, compter au titre des compétitions d'importance majeure au même titre que les compétitions internationales dans la mesure où plus des deux tiers des licenciés sont français ;
  - les compétitions de pétanque d'importance majeure bénéficient d'une grande notoriété puisqu'elles sont toutes diffusées à la télévision sur des chaînes régionales ou nationales telles que France Télévision ou Sport + ;
  - en outre, contrairement aux observations du saisissant, le coût de la participation au championnat du monde ne peut être retenu comme un critère de différenciation par rapport aux autres compétitions. En effet, La Boule Obut a payé autant pour bénéficier d'une exclusivité aux championnats du monde en 2004 que pour les autres compétitions se déroulant la même année et pour lesquelles elle était partenaire « privilégié », mais non exclusif, de la FFPJP. La présence non exclusive aux compétitions nationales vaut à peine moins (22 500 euros par compétition) que la présence exclusive à la compétition mondiale (27 450 euros). Cette comparaison tend plutôt à montrer l'équivalence en valeur de ces compétitions ;

- enfin, le fait que les championnats du monde soient soumis à un règlement de jeu officiel ne leur confère pas un caractère particulier, comme le soutient le saisissant. Les championnats de France et la Coupe de France des Clubs par exemple sont également soumis à un règlement de jeu officiel, tandis que les compétitions comme les Mondiaux de Millau appliquent le règlement de jeu officiel de la FIPJP. Ces compétitions sont donc équivalentes eu égard aux règles appliquées.
86. Ainsi, du point de vue de la demande, la tenue d'un stand à l'occasion de compétitions de pétanque d'importance majeure que sont les championnats de France, les championnats du monde, les Masters de Pétanque et les Mondiaux de Millau, n'est pas substituable à la tenue d'un stand lors d'une autre compétition mineure, telle que les compétitions régionales, départementales ou locales.
  87. Par ailleurs, contrairement aux observations du saisissant, on ne peut retenir au cas d'espèce un marché du sponsoring ou du parrainage sportif, puisque le contrat portait non seulement sur de la publicité visuelle et audiovisuelle mais également sur l'accès à un stand.
  88. En effet, s'il y avait eu contrat de parrainage sportif, celui-ci aurait été conclu entre la FIPJP et La Boule Obut pour promouvoir les produits de la Boule Obut par l'intermédiaire, par exemple, des joueurs de pétanque chargés de promouvoir la marque. En l'espèce, il s'agit d'un contrat de partenariat passé avec l'organisateur matériel d'une manifestation qui couvre non seulement la publicité visuelle et audiovisuelle de La Boule Obut, mais également un stand de vente.
  89. En outre, le marché du sponsoring sportif a été analysé dans la décision n° [09-D-31](#) du 30 septembre 2009 relatives à des pratiques mises en œuvre dans le secteur de la gestion et de la commercialisation des droits sportifs de la Fédération française de football. Cette décision n'est pas applicable au cas d'espèce. L'Autorité a en effet défini « *un marché des droits marketing du sport* ». Elle relevait ainsi : « *il existe bien une offre de droits marketing proposée par leurs détenteurs, propriétaires d'événements sportifs attractifs pour les spectateurs et pour les téléspectateurs. A cette offre correspond une demande spécifique des entreprises. La rencontre de cette offre et de cette demande constitue bien un marché pertinent des droits marketing du sport* ». Or, la pétanque n'est pas mentionnée dans cette décision au nombre des sports jugés attractifs pour les spectateurs et téléspectateurs.

#### *Marché géographique*

90. Étant donné que les fabricants de boules de pétanque étrangers sont susceptibles d'être intéressés par la tenue d'un stand à l'occasion de ces compétitions, et que certaines de ces compétitions (notamment les championnats du monde) ne se déroulent pas qu'en France, le marché géographique pourrait être plus large que le seul marché national.
91. Le marché pertinent au sens le plus étroit pourrait donc être circonscrit au marché national de la mise à disposition d'espace commercial à l'occasion des compétitions de pétanque d'importance majeure.
92. Il n'est cependant pas nécessaire de trancher la question de la définition des marchés pertinents dans la mesure où, comme exposé plus loin, aucune pratique restrictive de concurrence n'est établie au cas d'espèce.

### ***Le marché connexe des boules de pétanque de compétition***

93. Le second marché à prendre en considération est celui des boules de pétanque de compétition. Ce marché est connexe à celui de la mise à disposition d'espace commercial à l'occasion de compétitions de pétanque d'importance majeure puisque les fabricants de boules de pétanque se rendent à ces compétitions afin de se faire connaître et de promouvoir leurs produits en vue de vendre des boules de pétanque dans le futur et de vendre des boules de pétanque directement aux joueurs et spectateurs à l'occasion de ces compétitions.
94. Le marché pertinent est celui sur lequel se confrontent l'offre de boules de pétanque faite par les fabricants et la demande venant des utilisateurs des boules de pétanque de compétition (les joueurs). Le Conseil de la concurrence a, à plusieurs reprises, considéré le marché de produits spécifiques de sport comme un marché pertinent. Notamment, dans sa décision n° [97-D-90](#) du 9 décembre 1997, le Conseil de la concurrence avait indiqué le « *marché des boules et accessoires destinés à la pratique du sport-boules* » (voir aussi, le marché de la chaussure de football de marque - décision du Conseil de la concurrence n° [97-D-71](#) - ou encore le marché de la chaussure d'escrime - décision du Conseil de la concurrence n° [98-D-31](#)).
95. Tout d'abord, la boule de pétanque se distingue des autres boules notamment de la boule lyonnaise, par ses spécificités techniques liées à la pratique d'un sport (la pétanque) dont les règles sont définies dans un règlement de jeu officiel établi par la FIPJP.
96. Ensuite, afin d'être utilisées en compétition, les boules de pétanque doivent notamment être agréées par la FIPJP. Le règlement de jeu officiel applicable sur l'ensemble des territoires des fédérations nationales membres de la FIPJP dispose, en son article 2 (cote 313) que « *la pétanque se joue avec des boules agréées par la FIPJP et répondant aux caractéristiques suivantes :*
- a. *être en métal*
  - b. *avoir un diamètre compris entre 7,05 cm (minimum) et 8 cm (maximum),*
  - c. *avoir un poids compris entre 650 grammes (minimum) et 800 grammes (maximum). Le label (marque du fabricant) et les chiffres correspondant au poids doivent être gravés sur les boules et toujours lisibles,*
  - d. *n'être ni plombée ni sablée [...]».*
97. Par ailleurs, les boules de pétanque de loisir ne répondent pas aux mêmes conditions de fabrication puisque celles-ci ne doivent répondre qu'à la norme NF S 52-200 qui garantit simplement la qualité de la boule de pétanque. En outre, certaines sociétés ne fabriquent que des boules de compétition, comme VMS-Plot, et d'autres, les deux types de boules, comme La Boule Obut. Enfin, du point de vue d'un joueur licencié voulant participer à une compétition officielle, les boules de loisir et de compétition ne sont pas des produits interchangeables, étant donné que le joueur ne peut participer à une compétition que s'il utilise des boules de pétanque agréées par la FIPJP.
98. D'un point de vue géographique, le marché ainsi défini est, pour ce qui concerne la France, un marché de dimension nationale. Selon le rapport d'enquête administratif, l'essentiel de la demande française est satisfaite par la production nationale caractérisée par la prééminence de la société La Boule Obut. En outre, les fabricants vendent leurs produits principalement via différents réseaux de distribution à caractère national : supermarchés, revendeurs, correspondance, lors de manifestations, etc.

99. Il n'est cependant pas nécessaire de trancher la question de la définition des marchés pertinents dans la mesure où, comme exposé plus loin, aucune pratique restrictive de concurrence n'est établie au cas d'espèce.

## 2. SUR L'ABUS DE POSITION DOMINANTE ALLEGUE PAR LA SAISINE

### a) L'appréciation de la position dominante sur les marchés pertinents

#### *Sur le marché de la mise à disposition d'espace commercial à l'occasion de compétitions de pétanque d'importance majeure*

100. Il existait, au moment des faits, plusieurs compétitions annuelles de pétanque d'importance majeure : le championnat du monde de pétanque, le championnat de France, le mondial de Millau ainsi que les Masters de pétanque.
101. Le Palais des sports de Grenoble-Isère s'est vu confier l'organisation des championnats du monde de 2002, 2004 et 2006, c'est-à-dire une fois tous les deux ans sur une période de cinq ans, alors que le championnat du monde est organisé tous les ans. Les comptes de résultats fournis par le Palais des sports de Grenoble-Isère indiquent les chiffres d'affaires HT suivants : 1 443 732 euros en 2000, 1 784 182 euros en 2001 et 2 789 969 en 2002. Le chiffre d'affaires lié spécifiquement à l'organisation du championnat du monde n'est pas connu et est donc englobé dans le chiffre d'affaires total de 2002.
102. La FFPJP organise, via ses comités départementaux, la plupart des compétitions nationales et notamment les championnats de France. Le président de la FFPJP indique que « *chaque année sont organisées en France environ 30 000 compétitions sous l'égide de la FFPJP par l'intermédiaire de ses ligues, comités et clubs dont environ 2 000 épreuves qualificatives à de championnats de France dans les ligues et les comités. La FFPJP n'organise aucune manifestation directement puisque l'organisation des championnats de France est déléguée à des comités départementaux avec un cahier des charges que la fédération établit* » (cotes 238 à 242). La FFPJP, via ses comités, est donc présente toutes les années concernées sur le marché pertinent. Les chiffres d'affaires HT de la FFPJP sont d'environ un million d'euros sur la période 2000-2002 (cotes 254 à 274).
103. Les autres organisateurs des championnats du monde organisent les championnats se déroulant dans leurs pays respectifs. En effet, la FIPJP demande à la fédération nationale du pays dans lequel se déroule le championnat du monde de l'organiser. Il y a donc au moins un organisateur différent par pays concerné.
104. Les Mondiaux de Millau sont toujours organisés par la société Millau Pétanque Promotion. Enfin, les Masters de Pétanque sont organisés par l'agence de marketing sportif Quarterback, par ailleurs agence officielle de la FFPJP. Plusieurs concurrents dont la FFPJP, via ses comités, et le Palais des sports de Grenoble-Isère, sont donc actifs sur ce marché.

105. Sur la base de ces éléments, il est possible de déterminer, sur la période considérée, la position des différents organisateurs de compétitions de pétanque d'importance majeure en France.

Année	Palais des sports de Grenoble-Isère		FFPJP		Millau Pétanque Promotion		Quarterback		Total	
	Nombre de compétitions	Part de marché	Nombre de compétitions	Part de marché	Nombre de compétitions	Part de marché	Nombre de compétitions	Part de marché	Nombre de compétitions	Part de marché
2002	1 (championnat du monde)	25%	1 (championnat de France)	25%	1 (Mondial de Millau)	25%	1 (Masters de Pétanque)	25%	4	100
2003	0	0%	1	33,3%	1	33,3%	1	33,3%	3	100
2004	1	25%	1	25%	1	25%	1	25%	4	100
2005	0	0%	1	33,3%	1	33,3%	1	33,3%	3	100
2006	1	25%	1	25%	1	25%	1	25%	4	100

106. Il ressort de ce tableau que, sur la période considérée, le Palais des sports de Grenoble-Isère n'a détenu, sur les années 2002, 2004 et 2006, qu'une part de marché maximale de 25 % en nombre de compétitions d'importance majeure en France.

107. En outre, la position de marché du Palais des sports de Grenoble-Isère n'est pas pérenne puisque dans les années 2003 et 2005, le championnat du monde étant organisé hors de France, la part de marché de l'opérateur devient inexistante puisqu'elle passe de 25 % à 0 %.

108. Il s'ensuit que le Palais des sports de Grenoble-Isère ne détient pas une position dominante sur le marché.

109. Le saisissant estime que la part du marché relatif à la mise à disposition d'espace commercial à l'occasion de compétitions de pétanque d'importance majeure « *ne saurait dépendre du nombre de compétitions organisées chaque année, mais doit être évaluée en fonction du financement octroyé par les fabricants* ».

110. Cependant, le nombre de compétitions de pétanque d'importance majeure organisées en France est un facteur d'autant plus utile à prendre compte que chaque compétition constitue une opportunité pour les fabricants de boules de pétanque de promouvoir leurs produits. Ces autres compétitions sont d'autant plus importantes pour les fabricants, et notamment VMS, qu'il n'y a en règle générale aucune exclusivité contractuelle.

111. En outre, la méthode d'évaluation de la part de marché proposée par le saisissant serait inhabituelle. Une part de marché correspond à la part des ventes réalisées par chacun des fournisseurs sur le marché en cause. En effet, la Commission européenne, dans sa communication du 9 décembre 1997 précitée, a défini la notion de part de marché de la manière suivante : « *La définition du marché en cause, tant au niveau des produits qu'au niveau de sa dimension géographique, permet de savoir quels sont les opérateurs (fournisseurs, clients, consommateurs) sur ce marché. Sur cette base, il est possible de calculer, pour chacun des fournisseurs, la taille totale du marché et les parts de marché détenues, sur la base du chiffre d'affaires correspondant aux produits en cause, vendus sur le territoire en cause* ».

112. Enfin, quand bien même il faudrait prendre en compte le financement octroyé par les fabricants de boules de pétanque pour calculer la part de marché du Palais des sports de Grenoble-Isère, étant donné que La Boule Obut aurait versé en 2004, 27 450 euros au Palais des sports de Grenoble-Isère et que la totalité du marché s'élèverait au minimum à environ 102 000 euros, le Palais des sports aurait une part de marché de 26,9 %.
113. Enfin, si l'on retenait, comme le suggère le saisissant, « *un marché du sponsoring sportif* », la part de marché de la FIPJP en tant qu'offreur serait infinitésimale puisque s'élevant à 0,004 %, le marché total étant estimé à 638 millions d'euros.
114. En tout état de cause, quelle que soit l'approche suivie, en volume ou en valeur, le Palais des sports de Grenoble-Isère ne détient pas de position dominante sur le marché de la mise à disposition d'espace commercial à l'occasion de compétitions de pétanque d'importance majeure en France.

### ***Sur le marché connexe des boules de pétanque de compétition***

Tableau : parts de marché des producteurs et vendeurs de boules de pétanque

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
VMS-Plot	1,20%	1,40%	1,45%	1,35%	1,25%	1,25%	1,15%	1,30%	1-1,50%
Boule Bleue	Parts de marché stable mais en légère baisse.								0-5%
Boule Intégrale	Parts de marché en baisse.								8-10%
La Boule Noire	Parts de marché entre 0-1% - Rachat par Obut en 2007.								
La Boule Obut	En 2004, la société est « <i>leader tant pour les boules de loisir que de compétition</i> » et représente 80% des ventes en France (cotes 444 à 447).								Environ 80%

115. Il ressort du tableau ci-dessus que la société La Boule Obut détenait 80 % de parts de marché sur une période de plus de quatre ans, ce qui constitue, conformément à la pratique décisionnelle et à la jurisprudence nationale et communautaire, un indice sérieux de l'existence d'une position dominante (cotes 831, 835 et 837). Il convient également d'observer que les parts de marché des quatre concurrents de la société La Boule Obut sont tout à fait marginales. Ces derniers ne sont donc pas en situation d'exercer une pression concurrentielle sur la société La Boule Obut.
116. En outre, La Boule Obut possède une grande notoriété vis-à-vis des acteurs du secteur de la pétanque. Elle fait beaucoup de publicité et édite même une revue propre à sa société diffusée dans le milieu sportif : « *Nous éditons une revue « Pétanque Magazine » qui résume les manifestations sponsorisées et fait un bilan de notre activité pendant l'année écoulée ; nous la donnons aux clubs, à la fédération et aux relations diverses à l'occasion de rencontres* » (cotes 444 à 447) ;
117. La Boule Obut a par ailleurs des liens contractuels et commerciaux avec d'autres fabricants de boules de pétanque de compétition : La Boule Intégrale sous-traite ses fabrications acier à la société La Boule Obut et a un contrat de fourniture avec La Boule Obut ; la Boule Bleue est cliente de La Boule Obut qui sous-traite la confection de leurs ébauches de boules (avant façonnage et finition dans les ateliers de la Boule Bleue).
118. La Boule Obut était donc en position dominante sur le marché français de la production et vente des boules de pétanque de compétition au moment de la commission des pratiques en 2002, 2004 et 2006.

## **b) Sur l'abus de position dominante**

119. Le courrier reçu par VMS-Plot de la part du Palais des sports de Grenoble-Isère établit le refus de ce dernier de lui accorder l'accès au championnat du monde de 2002 (cote 49). Le représentant du Palais des sports de Grenoble-Isère indique en outre lors de son audition qu'il a refusé la demande de VMS-Plot en ce qui concerne l'accès aux championnats du monde de 2004 et de 2006. La Boule Intégrale indique enfin que les exclusivités accordées à La Boule Obut lui ont été opposées pour les trois années en cause - 2002, 2004 et 2006 - (cote 836).
120. Le Palais des sports de Grenoble-Isère s'est ainsi fondé sur le contrat d'exclusivité conclu avec La Boule Obut pour refuser de donner accès à la manifestation aux autres fabricants de boules de pétanque de compétition qui en avaient fait la demande.
121. Pour apprécier si une clause d'exclusivité est abusive au regard des articles 102 TFUE et L. 420-2 du Code de commerce, il faut établir qu'elle constitue une barrière artificielle à l'entrée sur le marché, en prenant en compte plusieurs critères déjà développés dans la pratique décisionnelle antérieure.

### ***Les principes applicables à l'analyse des clauses d'exclusivité***

122. Le Conseil de la concurrence peut se prévaloir d'une pratique décisionnelle abondante en matière d'examen des contrats d'exclusivité, pratique qui a fait l'objet d'une synthèse dans le cadre du rapport d'activité pour l'année 2007. L'Autorité de la concurrence a faite sienne l'approche suivie par le Conseil dans les premières décisions qu'elle a adoptées en matière d'exclusivité.
123. Dans son étude thématique sur l'exclusivité et les contrats de long terme de 2007, le Conseil de la concurrence rappelle les principes qui guident son analyse.
124. Tout d'abord, les obligations d'exclusivité qu'elles soient analysées sous l'angle des ententes ou des abus de position dominante ne constituent pas des restrictions de concurrence *per se*, c'est-à-dire qu'elles ne sont pas par leur nature même anticoncurrentielles. En effet, même si ce type d'obligations peut limiter les possibilités d'échanges pour des périodes plus ou moins longues et priver des entreprises tierces de l'accès à une source d'approvisionnement, l'exclusivité peut être porteuse de gains d'efficacité pour le marché en cause. En effet, dans sa décision n° [08-D-16](#) du 3 juillet 2008, le Conseil de la concurrence indiquait : les clauses d'exclusivité « *peuvent être nécessaires pour assurer la rentabilité d'une activité, par exemple, du fait de l'existence d'investissements spécifiques ou du fait du caractère particulièrement risqué de l'activité* ».
125. Ainsi, dans sa décision n° [07-MC-01](#) du 25 avril 2007 confirmée par la cour d'appel de Paris le 26 juin 2007, le Conseil de la concurrence rappelait : « *La conclusion de clauses d'exclusivité au bénéfice d'une entreprise en position dominante ne constitue, par elle-même, un abus à condition que le comportement de l'opérateur dominant n'affecte pas la concurrence au-delà des restrictions qui sont la conséquence de sa position dominante* ». L'Autorité de la concurrence a repris cette position de principe, notamment dans les affaires n° [09-D-32](#) du 26 octobre 2009 ou n° [10-D-07](#) du 2 mars 2010, dans lesquelles l'Autorité s'est référée explicitement à la pratique antérieure du Conseil.
126. Dès lors qu'il est affirmé qu'un contrat d'exclusivité ne constitue pas par sa nature même une restriction de concurrence, il convient de s'intéresser au contexte dans lequel il est conclu. Le Conseil de la concurrence indique dans son étude thématique publiée en 2007

que « *L'effet d'éviction d'un contrat dépend de l'action conjuguée de ses différentes dispositions, ainsi que des caractéristiques de l'environnement concurrentiel, en particulier du pouvoir de marché des parties* ».

127. C'est pourquoi, le Conseil de la concurrence, dans ses décisions n° [07-MC-01](#) et n° [08-D-16](#), ou l'Autorité de la concurrence, dans ses décisions n° [09-D-32](#) et n° [10-D-07](#) précitées ainsi que dans sa décision n° [09-D-36](#) du 9 décembre 2009, précisent qu'il faut procéder à un examen circonstancié des contrats d'exclusivité : « *Il convient, de s'assurer que les clauses d'exclusivité n'instaurent pas en droit ou en pratique, une barrière artificielle à l'entrée sur le marché en appréciant l'ensemble de leurs éléments constitutifs : le champ d'application, la durée, l'existence d'une justification technique à l'exclusivité, et la contrepartie économique obtenue par le client* ».
128. L'appréciation à laquelle se livrent le Conseil puis l'Autorité de la concurrence consiste donc à s'interroger sur l'existence d'une barrière à l'entrée sur le marché, laquelle serait la conséquence de l'exclusivité. C'est pourquoi, l'examen du pouvoir de marché des parties, évoqué par le Conseil dans son étude thématique, y compris lorsqu'une qualification d'entente est recherchée, constitue une étape importante de l'analyse. En effet, la barrière à l'entrée sur le marché sera d'autant plus élevée que l'un ou l'autre des contractants, voire les deux, disposent de parts de marché élevées.
129. C'est la raison pour laquelle l'Autorité ne partage pas la position du saisissant qui affirme que « *le fait que la clause ne couvre qu'une partie du marché pertinent n'entre pas en compte pour examiner le champ d'application des clauses d'exclusivité dans le cadre d'une qualification d'entente* ». L'approche défendue par le saisissant n'est pas conforme à la pratique décisionnelle des autorités de concurrence.
130. Dans sa décision n° [07-D-37](#) du 7 novembre 2007, le Conseil de la concurrence a considéré qu'un accord de distribution entre le groupe France Télécom et le réseau Photo Europe n'était pas restrictif de concurrence en constatant que les réseaux de distribution des deux concurrents d'Orange et l'ensemble des distributeurs multimarques, comprenant des enseignes de la grande distribution, représentaient plus de la moitié des ventes du marché de la vente de services de téléphonie mobile et que ces réseaux constituaient des alternatives pour un concurrent ou un nouvel opérateur pour développer son réseau de distribution.
131. Dans sa décision n° [09-D-31](#), l'Autorité de la concurrence relève au sujet du champ des accords d'exclusivité : « *L'effet de ces contrats exclusifs et de longue durée a été au surplus amplifié par le choix systématique d'un partenaire unique pour l'ensemble des contrats et pour l'ensemble des droits marketing, y compris les plus modestes, interdisant de ce fait à un nouvel entrant de faire ses preuves sur ce nouveau marché et d'acquérir une expérience lui permettant de se mesurer au leader* ». On note également dans la partie relative à la qualification de l'entente : « *L'effet verrouillant de cette pratique ne peut être appréciée indépendamment de la position spécifique qu'occupe le groupe Jean Claude Darmon sur le marketing du football en France* ». L'analyse de l'Autorité ne s'est donc pas arrêtée à la description du champ contractuel mais a pris en compte le contexte de marché dans lequel s'inscrit l'exclusivité, à savoir qu'elle couvre l'ensemble du marché et dès lors empêche l'accès aux nouveaux entrants, ce qui constitue la preuve même de la forclusion et de la restriction de concurrence liée à ces exclusivités.
132. Par ailleurs, le droit communautaire considère également qu'il convient de tenir compte du contexte économique dans lequel s'inscrit l'accord afin de déterminer si ce dernier vise ou non à restreindre la concurrence. La CJCE a jugé très tôt (1966) qu'il convenait de se



référer à la position des parties à l'accord sur le marché en cause, y compris pour une appréciation au titre de l'article 101 TFUE.

133. Ainsi, dans l'affaire Société Technique minière contre Maschinenbau Ulm GmbH, la Cour a jugé : « *dès lors, pour apprécier si un contrat assorti d'une clause "concedant un droit exclusif de vente" doit être considéré comme interdit en raison de son objet ou de son effet, il y a lieu de prendre en considération notamment la nature et la quantité limitée ou non des produits faisant l'objet de l'accord, la position et l'importance du concédant et celles du concessionnaire sur le marché des produits concernés [soulignement ajouté], le caractère isolé de l'accord litigieux ou, au contraire, la place de celui-ci dans un ensemble d'accords, la rigueur des clauses destinées à protéger l'exclusivité ou, au contraire, les possibilités laissées à d'autres courants commerciaux sur les mêmes produits ...* » (CJCE, 30 juin 1966, Aff. 56-65, Société Technique Minière contre Maschinenbau Ulm GmbH).
134. Il s'ensuit qu'il convient d'apprécier le contrat d'exclusivité conclu entre le Palais des sports de Grenoble-Isère et la société La Boule Obut au regard de la position des acteurs et notamment de l'offreur de la prestation de service, à savoir le Palais des sports de Grenoble-Isère sur le marché de la mise à disposition d'espace commercial à l'occasion des compétitions de pétanque d'importance majeure. Cette position s'élève à environ 25 % du marché. Eu égard à cette part de marché relativement modeste de l'offreur, les contrats d'exclusivité qu'il peut être conduit à conclure ne peuvent en aucun cas provoquer un effet de verrouillage du marché pertinent.
135. En l'espèce, c'est à la lumière de ce contexte concurrentiel que doivent être examinées les exclusivités conclues entre le Palais des sports de Grenoble-Isère et la société La Boule Obut. Seront donc successivement analysés, tout comme dans les décisions précitées du Conseil puis l'Autorité de la concurrence, le champ d'application et la durée des clauses d'exclusivité conclues, les effets de ces restrictions sur la concurrence, et enfin les éventuelles justifications économiques des clauses concernées.

### ***L'analyse des clauses d'exclusivité***

*L'analyse de la restriction par objet sur le marché de la mise à disposition d'espace commercial à l'occasion de compétitions de pétanque d'importance majeure*

#### **◆ Champ d'application et portée de l'exclusivité**

##### **a) Principes**

136. Comme exposé plus haut, il ressort de la pratique décisionnelle du Conseil puis de l'Autorité de la concurrence mais aussi de la jurisprudence communautaire que le champ d'application de l'exclusivité s'analyse dans le contexte dans lequel il s'inscrit.
137. À cet égard, il convient de se reporter à l'arrêt de la cour d'appel de Paris qui a confirmé la décision [97-D-90](#) du Conseil de la concurrence relative à des pratiques relevées dans le secteur de la distribution des boules lyonnaises, dans lequel la cour a estimé à la suite du Conseil que « *l'exclusivité d'accès aux compétitions nationales, étendue dans les faits à d'autres compétitions organisées au niveau local, s'est exercée au détriment de concurrents déjà actifs sur le marché français* » (arrêt de la cour d'appel de Paris du 20 octobre 1998, 1<sup>ère</sup> chambre, section H, BOSP n° 23 du 12 décembre 1998, p. 727).
138. L'exclusivité ainsi accordée à La Boule Intégrale, producteur de boules lyonnaises, empêchait, dans les faits, l'accès des fabricants concurrents à toutes les compétitions

nationales, régionales et départementales de jeu de boules lyonnaises. Le contrat de partenariat conclu entre la fédération française de sport-boules et la société La Boule Intégrale contenait en outre une autre exclusivité qui empêchait les autres fabricants de boules lyonnaises de publier des messages publicitaires dans la revue officielle de la fédération. Or, comme le relevait le Conseil de la concurrence dans sa décision précitée, « *compte tenu de la spécificité du sport-boules, sa promotion et la promotion des articles et accessoires que requiert sa pratique sont essentiellement assurées d'une manière permanente par l'intermédiaire de la revue Sport-Boules Magazine et, sur les lieux d'entraînement ou de compétitions officielles, sous forme de mise à disposition de stands ou de « banderoling »*. En l'espèce, le caractère généralisé du champ de l'exclusivité conduisait à verrouiller l'accès des concurrents de La Boule Intégrale à toute forme efficace de promotion de leurs produits.

### **b) Application au cas d'espèce**

139. Même si l'exclusivité est absolue, le champ d'application de la clause d'exclusivité demeure en réalité restreint puisque la société La Boule Obut ne bénéficie d'une exclusivité que pour une seule manifestation (le championnat du monde se déroulant à Grenoble pour 2002), clause qui a ensuite été insérée dans les contrats relatifs aux championnats du monde de 2004 et 2006 et des Internationaux de Pétanque pour 2003 et 2005, mais qui n'est pas étendue, dans les faits, à d'autres manifestations. En effet, et contrairement à l'affaire n° [97-D-90](#) précitée, l'exclusivité accordée à La Boule Obut ne couvre qu'une partie du marché pertinent et ne constitue pas un élément de verrouillage de ce marché.
140. Ainsi, des alternatives existaient notamment en 2002, 2004 et 2006, puisque les concurrents de La Boule Obut avaient accès à d'autres manifestations équivalentes, c'est-à-dire aux multiples championnats de France répartis sur tout le territoire, aux Masters de Pétanque qui se déroulent dans plusieurs villes en plusieurs étapes, ainsi qu'aux Mondiaux de Millau, compétitions appartenant au même marché pertinent. Ces concurrents avaient donc, sur la période considérée, l'opportunité de faire connaître leurs produits et de médiatiser leurs marques auprès des joueurs nationaux et étrangers présents sur ces différents sites.
141. En outre, il convient de rappeler que les concurrents de La Boule Obut ont eu accès aux championnats du monde de 2003 et 2005 organisés à la périphérie du territoire français (Genève, puis Bruxelles). Ils ont donc été en mesure, pour cette seule compétition, de promouvoir leurs produits auprès des fédérations nationales, des compétiteurs et des amateurs de pétanque.

◆ Durée de l'exclusivité

### **a) Principes**

142. Dans l'arrêt Hoffmann-La Roche, la CJCE a pris en compte les caractéristiques temporelles des contrats litigieux pour établir leur caractère anticoncurrentiel. En l'espèce, la Cour avait souligné « *que la plupart des contrats étaient conclus pour une durée indéterminée, soit d'après leurs termes mêmes, soit par la mise en œuvre d'une clause de reconduction tacite et qu'ils étaient manifestement conçus pour établir des relations s'étendant sur plusieurs années* » (CJCE, aff. 85/76 du 13 février 1979, Hoffmann-La Roche /Commission, Rec. 461). Cet aspect des contrats renforçait l'effet d'exclusion des

pratiques mises en œuvre par l'entreprise pour inciter les acheteurs à s'approvisionner exclusivement auprès d'elle.

143. En outre, le Conseil de la concurrence a souligné dans sa décision n° [08-D-16](#) précitée que *« les clauses d'exclusivité sont susceptibles de produire des effets de verrouillage du marché quelle que soit la durée de l'engagement contractuel. Elles sont toutefois d'autant plus graves que cette durée est longue. Or il convient de prendre en compte la durée effective des contrats, qui peut être plus longue que la durée inscrite au contrat du fait de l'existence de clause de tacite reconduction »*.
144. Dans la décision n° [02-D-33](#) du 10 juin 2002, confirmée par la cour d'appel de Paris, le Conseil de la concurrence avait considéré que *« si les contrats proposés par SOGEC Gestion sont d'une durée limitée à un an, l'existence d'une clause de tacite reconduction et le fait que les campagnes de coupons couvrent souvent des périodes qui ne coïncident pas avec la date de renouvellement des contrats, conduit en pratique à considérer que SOGEC Gestion est liée à ses clients par des relations d'exclusivité de plus longue durée »*. Le Conseil a conclu que l'exclusivité exigée par la société SOGEC, qui portait sur la quasi-intégralité de la demande, constituait une *« entrave considérable à l'entrée sur le marché de nouveaux opérateurs et à leur développement »*.
145. Le Conseil de la concurrence effectue donc une analyse *in concreto* de la durée effective des contrats pour apprécier son caractère de soutien à la forclusion du marché.

#### **b) Application au cas d'espèce**

146. En l'espèce, la durée des accords d'exclusivité ne dépasse pas un an (à savoir les années 2002, 2004 et 2006). Elle s'étend à chaque fois sur cinq jours consécutifs pour les années 2002, 2004 et 2006, deux jours pour les Internationaux de Pétanque en 2003 et 2005, ces derniers n'étant pas des compétitions d'importance majeure. Les contrats ne sont pas renouvelables tacitement. Ils ont à chaque fois été négociés par les parties. Les contrats ont été signés aux périodes suivantes :
  - a. le 29 mars 2001 en ce qui concerne le championnat du monde de 2002 ;
  - b. le 27 mai 2003 en ce qui concerne le championnat du monde de 2004 ainsi que les Internationaux de Pétanque de fin mai 2003 et de 2005 ;
  - c. le 25 juillet 2005 en ce qui concerne le championnat du monde 2006 et le championnat du monde féminin de 2006.
147. Ces dates de conclusion de contrats sont conformes à la pratique usuelle. Notamment, le représentant de VMS-Plot indique que *« en général pour être présent à une manifestation telle que les championnats du monde, en dehors des contacts éventuellement déjà effectués lors de la précédente édition, les contacts s'établissent environ 10 mois avant, suivent les négociations puis l'accord final est arrêté 6 mois avant la manifestation »* (cotes 178 à 182). Le représentant du Palais des sports de Grenoble-Isère explique que *« pour les championnats du monde 2002, nous avons reçu une seule autre demande émanant de la société VMS PLOT par courrier du 15 mai 2002. La date de cette demande est bien trop tardive pour une manifestation qui a lieu en septembre de l'année »* (cotes 326 à 330). VMS-Plot avait donc fait sa demande seulement 4 mois avant la date de la manifestation, contrairement aux usages du secteur d'activité.
148. Le saisissant conteste cette analyse et invoque notamment à l'appui de sa démonstration la décision de l'Autorité de la concurrence n° [09-D-31](#) précitée pour en déduire que le renouvellement anticipé des contrats *« constitue une indication supplémentaire du*

*caractère anticoncurrentiel de l'exclusivité* ». Le rappel de cette décision paraît inapproprié eu égard aux faits de l'espèce. En effet, la décision n° [09-D-31](#) concerne le renouvellement souvent par tacite reconduction de contrats ayant des durées comprises entre 4 et 8 ans et pour « *une période totale de 17 ans, excluant de ce fait toute possibilité qu'au terme de leur échéance théorique, de réelles discussions puissent être engagées pour en faire le bilan et envisager les conditions de leur renouvellement* ». La durée effective des contrats d'exclusivité conclus entre le Palais des sports de Grenoble-Isère et La Boule Obut qui, même cumulée, ne dépasse pas 15 jours, s'étale sur trois années non consécutives, ce qui est sans commune mesure avec la durée mentionnée dans la décision n° 09-D-31.

◆ Les autres critères

149. Dans la mesure où la portée et la durée des contrats d'exclusivité conclus entre le Palais des sports de Grenoble-Isère et la société La Boule Obut ne sont pas de nature à verrouiller le marché de la mise à disposition d'espace commercial à l'occasion de compétitions de pétanque d'importance majeure en France, il n'y a pas lieu d'examiner les autres critères d'appréciation définis par le Conseil de la concurrence.
150. En règle générale, l'examen des justifications techniques ou économiques de l'exclusivité trouve sa place dès lors que l'accord est considéré comme restrictif de concurrence du fait de son objet ou de ses effets. Comme le rappelle l'étude thématique du Conseil de la concurrence, « *en droit interne, l'article L. 420-4 du Code de commerce permet de prendre en compte les justifications apportées par les entreprises mises en cause dans des dossiers d'entente ou d'abus de position dominante* ». En d'autres termes, l'application de cet article dont le pendant en droit communautaire est l'article 101§3 TFUE, implique que les pratiques des entreprises mises en cause puissent tomber sous le coup des règles d'interdiction fixées aux articles L. 420-1 et L. 420-2 du Code de commerce. En effet, l'examen de l'accord ou de la pratique au titre des articles L. 420-4 du Code de commerce ou 101§3 TFUE a pour finalité d'évaluer si les effets restrictifs de concurrence de l'accord ou de la pratique peuvent être compensés par des efficacités de nature technique ou économique et si cette compensation bénéficie au consommateur sans que la concurrence ne soit éliminée.
151. Or, au cas d'espèce, le contrat d'exclusivité conclu entre le Palais des sports de Grenoble-Isère et la société La Boule Obut ne tombe pas dans le champ de l'interdiction des ententes ou des abus de position dominante, notamment eu égard au fait qu'il n'est pas de nature à verrouiller l'accès au marché.

***L'analyse des effets sur le marché connexe des boules de pétanque de compétition***

152. Il convient enfin d'apprécier si cette clause d'exclusivité a affecté le marché connexe de la production et vente des boules de pétanque de compétition. En effet, dans le secteur du sport, le Conseil de la concurrence a été conduit à considérer qu'un accès exclusif aux espaces commerciaux de manifestations sportives pouvait constituer une barrière à l'entrée significative sur le marché connexe de l'équipement sportif. Ainsi, dans une décision n° [98-D-31](#) du 13 mai 1998 relative à des pratiques mises en œuvre dans le secteur de l'escrime, le Conseil de la concurrence avait estimé que « *le refus discriminatoire de stand commercial à l'occasion d'une compétition a eu pour objet et pu avoir pour effet d'entraver l'accès au marché de la chaussure d'escrime sur lequel l'entreprise ECL, qui ne disposait pas à l'époque d'un magasin de vente au public, développait son activité* ».

153. Dans la mesure où il a été démontré que la pratique d'exclusivité entre le Palais des sports de Grenoble-Isère et la société La Boule Obut ne constituait pas un abus au sens des articles 102 TFUE et L. 420-2 du Code de commerce sur le marché français de la mise à disposition d'espace commercial à l'occasion de compétitions de pétanque d'importance majeure, cette même exclusivité n'est pas susceptible de restreindre la concurrence sur le marché connexe de la production et vente des boules de pétanque de compétition en France. En effet, dès lors que les fabricants de boules de pétanque de compétition disposent de l'accès à un nombre significatif de compétitions d'importance majeure, ils sont en mesure de vendre leurs produits et de les promouvoir par divers moyens publicitaires.
154. En outre, et à titre surabondant, l'examen des résultats des fabricants de boules de pétanque pendant la période considérée démontre que cette pratique sans objet anticoncurrentiel n'a eu aucun effet restrictif sur le marché connexe de la production et vente de boules de pétanque de compétition en France.
155. La présence aux championnats du monde de Grenoble pour les années concernées par les pratiques n'a pas d'effet sensible sur les ventes annuelles réalisées par les fabricants de boules de pétanque, comme le montrent les données suivantes.

Tableau : nombre total de triplettes vendues par année et par fabricant.

Fabricants	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
VMS-Plot	5 646	6 689	6 714	6 467	6 018	6 018	5 563	6 140
Boule Intégrale	-	-	-	8 300	9 100	8 600	7 900	4 400 (Les ventes ne sont pas le reflet de l'activité normale (cote 836).
B. Bleue	Environ 15 000 triplettes par an							

156. Il ressort du tableau ci-dessus que :

- les ventes de triplettes de VMS entre 2000 et 2002 ont augmenté ;
- les ventes réalisées en 2004 sont équivalentes à celles réalisées en 2005. Or, VMS avait accès au championnat du monde se déroulant à Bruxelles en 2005 puisqu'aucune pratique d'exclusivité n'a été dénoncée ;
- la société La Boule Bleue vend plus de jeux de triplettes que les deux autres concurrents alors même qu'elle ne se rend pas aux championnats du monde.

157. Il n'existe donc pas de corrélation entre le nombre de triplettes vendues et la présence aux championnats du monde se déroulant à Grenoble.

158. En outre, la vente directe réalisée lors des championnats du monde de Grenoble par la société La Boule Obut (via la Boule Noire) en 2002 est de 15 000 euros, soit 200 jeux de triplettes (ce qui représente environ 0,15 % du chiffre d'affaires boules de pétanque de compétition de La Boule Obut – cotes 444 à 447). Le représentant de la société La Boule Obut indique en outre que le chiffre d'affaires réalisé en vente directe sur les lieux de compétition par La Boule Noire est de 100 000 euros (soit 1 % du chiffre d'affaires boules de pétanque de compétition de La Boule Obut, cotes 444 à 447). Les ventes réalisées lors du championnat du monde ne représentent donc que 15 % de ce chiffre d'affaires spécifique relatif à la vente directe sur les lieux de compétition, laissant supposer que 85 % de ce chiffre d'affaires est réalisé lors d'autres compétitions sur une même année. La présence du fabricant au championnat du monde de 2002 n'a donc qu'un effet minime sur ses ventes de boules de pétanque de compétition.

159. VMS-Plot estime subir un « *manque à gagner* » du fait de son absence aux championnats du monde de 2002. Ce manque concerne la vente de 150/200 jeux de triplettes et un chiffre d'affaires « *boules et accessoires* » entre 25 000 et 27 000 euros. Cela représente donc environ 3,1 % de son chiffre d'affaires.
160. Enfin, le représentant de VMS-Plot confirme lors de son audition, le 15 avril 2008, que la notoriété de sa marque « *reste grande* » et ne considère donc plus que son absence aux championnats du monde ait eu un impact sur sa notoriété, ce qui aurait eu pour conséquence d'affecter ses ventes (cotes 827 à 830).
161. L'accès exclusif aux championnats du monde organisés à Grenoble en 2002, 2004 et 2006 dont bénéficiait La Boule Obut n'a donc pas eu d'effet anticoncurrentiel sur le marché connexe des boules de pétanque de compétition. Cette pratique n'est donc pas susceptible de constituer un abus au sens des articles 102 TFUE et L. 420-2 du Code de commerce sur ce marché connexe.

### 3. SUR L'ENTENTE VERTICALE

162. Les articles 101 TFUE et L. 420-1 du Code de commerce s'appliquent tout d'abord lorsqu'il existe un accord de volonté entre entreprises. En l'espèce, l'exclusivité prend la forme d'une clause écrite insérée dans un contrat signé par deux parties, et l'accord a été négocié entre elles (cotes 444 à 447). Le Palais des sports de Grenoble-Isère et la société La Boule Obut sont des entreprises au sens des articles 101 TFUE et L. 420-1 du Code de commerce.
163. Il a été démontré dans le cadre de l'examen de l'abus de position dominante allégué que le contrat d'exclusivité conclu entre le Palais des sports de Grenoble-Isère et la société La Boule Obut n'était pas de nature à verrouiller le marché pertinent pour les concurrents de la société La Boule Obut. Dès lors, le même contrat ne saurait enfreindre les dispositions relatives aux ententes verticales puisque, de la même façon, il n'a ni pour objet ni pour effet la fermeture du marché de la mise à disposition d'espace commercial à l'occasion de compétition de pétanque d'importance majeure en France.
164. Il s'ensuit que les pratiques dénoncées par la saisine ne tombent pas sous le coup des articles 101 du TFUE et L.420-1 du Code de commerce.

## DECISION

**Article unique** : Il n'est pas établi que la société La Boule Obut, l'association Palais des Sports de Grenoble-Isère, la Fédération internationale de pétanque et jeu provençal et la Fédération française de pétanque et jeu provençal aient enfreint les dispositions des articles L. 420-1 et L.420-2 du Code de commerce et les articles 101 et 102 du traité sur le fonctionnement de l'Union européenne.

Délibéré sur le rapport oral de Mme Laure Dosogne, rapporteure, et l'intervention de M. Éric Cuziat, rapporteur général adjoint, par Mme Françoise Aubert, vice-présidente, présidente de séance, Mme Anne Perrot et M. Patrick Spilliaert, vice-présidents.

La secrétaire de séance,  
Véronique Letrado

La vice-présidente,  
Françoise Aubert

---

© Autorité de la concurrence