

**Décision n° 11-D-20 du 16 décembre 2011
relative à des pratiques mises en œuvre par Carrefour
dans le secteur de la distribution alimentaire**

L'Autorité de la concurrence (section V),

Vu la lettre, enregistrée le 5 août 2010 sous les numéros 10/0073 F et 10/0074 M par lesquelles les sociétés Marcadet Distribution 75 et Marcadet Exploitation 75 ont saisi l'Autorité de la concurrence de pratiques mises en œuvre par Carrefour SA ;

Vu la décision n° [11-D-04](#) du 23 février 2011 relative à des pratiques mises en œuvre par Carrefour dans le secteur de la distribution alimentaire ;

Vu le livre IV du code de commerce ;

Vu les engagements proposés par Carrefour le 29 juillet 2011 ;

Vu les observations déposées par les sociétés Marcadet Distribution 75 et Marcadet Exploitation 75 ;

Vu la décision de secret d'affaires n° 11-DSA-349 du 21 novembre 2011 ;

La rapporteure, le rapporteur général adjoint, les représentants de Carrefour SA et des sociétés Marcadet Distribution 75 et Marcadet Exploitation 75 entendus lors de la séance de l'Autorité de la concurrence du 23 novembre 2011 ;

Adopte la décision suivante :

I. Constatations

A. LA SAISINE ET LE DÉROULEMENT DE LA PROCÉDURE

1. Par lettre enregistrée le 5 août 2010 sous les numéros 10/0073 F et 10/0074 M, les sociétés Marcadet Distribution 75 et Marcadet Exploitation 75 ont saisi l’Autorité de la concurrence de pratiques mises en œuvre par la société Carrefour SA et certaines de ses filiales. Elles ont également demandé que des mesures conservatoires soient prononcées sur le fondement de l’article L. 464-1 du code de commerce.
2. En premier lieu, les sociétés saisissantes considèrent que le groupe Carrefour profite de leur état de dépendance économique à son égard pour les empêcher de sortir du réseau : elles soulignent notamment l’interdépendance de fait qui existe entre le contrat de franchise, le contrat de bail, le contrat de fidélisation et les statuts des sociétés Marcadet Distribution 75 et Marcadet Exploitation 75 (cf. décision n° [11-D-04](#), paragraphes 31 à 35). Elles estiment en deuxième lieu qu’à l’occasion du passage de l’enseigne Champion à l’enseigne Carrefour Market, profitant de l’état de dépendance économique dans lequel elles se trouvent, le groupe Carrefour a, d’une part, apporté unilatéralement et brutalement des modifications substantielles au contrat de franchise et au programme de fidélisation Champion auxquels elles avaient souscrit, d’autre part, inséré dans le contrat-type de franchise Carrefour Market proposé en remplacement du contrat Champion des clauses plus restrictives que celles incluses dans ce dernier (cf. décision n° [11-D-04](#), paragraphes 36 à 41). Enfin et en troisième lieu, les parties saisissantes estiment que le groupe Carrefour a profité de la situation de dépendance économique dans laquelle elles se trouveraient à son égard pour évincer, par l’intermédiaire de la société Soval (filiale du groupe Carrefour), la société Marcadet Distribution 75 des locaux dans lesquels est exploité le supermarché Champion de la rue Marcadet (cf. décision n° [11-D-04](#), paragraphe 42).
3. Dans sa décision n° [11-D-04](#) du 23 février 2011, l’Autorité de la concurrence a rejeté la demande de mesures conservatoires des sociétés saisissantes pour défaut d’urgence. Elle a toutefois estimé qu’il n’était pas exclu que, sous réserve d’actes d’instruction complémentaires, certaines des pratiques dénoncées puissent être qualifiées de pratiques anticoncurrentielles.
4. Le groupe Carrefour s’étant déclaré prêt à apporter des modifications aux clauses du contrat de franchise Carrefour Market proposé aux saisissantes et les circonstances de l’espèce s’y prêtant, il a été décidé de recourir à la procédure d’engagements prévue au I de l’article L. 462-4 du code de Commerce. Le 29 juillet 2011, en application des dispositions de l’article L. 464-2 du code du commerce, le groupe Carrefour a communiqué aux services de l’instruction une offre initiale d’engagements.

B. LES PARTIES SAISSANTES

5. Les sociétés parties à la présente saisine sont le groupe Carrefour d'une part (1), et les sociétés saisissantes soit, Marcadet Distribution 75 et Marcadet Exploitation 75, d'autre part (2).

1. LE GROUPE CARREFOUR

a) Généralités

6. Le groupe Carrefour est issu de la société Carrefour supermarchés créée en 1959 par les familles Fournier et Badin-Defforey. Sa holding, la société Carrefour SA, est une société anonyme à directoire et conseil de surveillance.
7. Le groupe Carrefour exploite tous les formats de distribution à dominante alimentaire au travers de plusieurs enseignes, dont le nombre et la diversité se sont accrus depuis la fusion avec le groupe Promodès le 30 mars 2000. Il compte désormais en France¹ :
- des hypermarchés : 231 magasins, dont 27 franchisés et partenaires² ;
 - des supermarchés : 973 magasins, dont 398 franchisés et partenaires ;
 - des magasins de proximité : 3 217 magasins qui sont tous des franchisés et partenaires ;
 - des magasins de « *cash and carry* » : 137 magasins dont 125 franchisés et partenaires.
8. Au 31 décembre 2010, présent dans 33 pays avec 15 937 magasins exploités en propre et en franchise (dont 5 494 en France), le groupe Carrefour est le premier distributeur à dominante alimentaire en Europe et le deuxième dans le monde. En 2010, il a réalisé un chiffre d'affaires de 90,1 milliards d'euros HT, dont 34,9 milliards d'euros en France³.

b) Les enseignes du groupe Carrefour

9. Le groupe Carrefour exploite différentes enseignes correspondant à différents concepts et différents formats de magasins.
10. L'enseigne Carrefour est exploitée sur le format des hypermarchés.
11. Sur le format des supermarchés, l'enseigne Carrefour Market remplace progressivement l'enseigne Champion. Ce changement d'enseigne, qui incarne la nouvelle orientation stratégique du groupe de distribution, a fait l'objet de six mois de test. Le véritable déploiement de l'enseigne Carrefour Market a débuté le 25 juin 2008 et, à ce jour, sur les 450 ex-supermarchés Champion, plus de 95 % sont exploités sous enseigne Carrefour Market. Le groupe Carrefour présente l'enseigne Carrefour Market comme étant un nouveau concept qui repose sur un nouvel assortiment enrichi de près de 20 % de produits à marque Carrefour (MDD) et de nouvelles gammes non alimentaires : textiles, culture et

¹ Données issues du rapport annuel 2010 du groupe Carrefour.

² Le terme de « partenaire » est repris du rapport annuel 2010 du groupe Carrefour. Ce terme n'y est pas défini. Il désigne vraisemblablement les locataires-gérants ainsi que les franchisés pour lesquels Carrefour participe au capital de leur société d'exploitation.

³ Rapport financier 2010 du groupe Carrefour.

loisirs, arts de la table notamment. Il repose également sur la carte de fidélité Carrefour que les clients peuvent utiliser dans tous les magasins du réseau⁴.

12. Sur le format de proximité, Carrefour exploite les enseignes Marché Plus, Shopi, 8 à Huit, Proxi, Carrefour Contact et Carrefour City.
13. Enfin, Carrefour exploite des magasins de « *cash and carry* » sous l'enseigne Promocash.

c) Les filiales du groupe Carrefour participant à l'activité de commerce d'alimentation générale

14. Certains magasins exploités sous les enseignes du groupe Carrefour sont des entreprises indépendantes liées au groupe par des contrats de franchise et des contrats d'approvisionnement, auxquels s'ajoutent parfois un ou plusieurs autres contrats.
15. Tous ces contrats sont signés entre les franchisés et des sociétés filiales détenues à 100 % par le groupe Carrefour, constituées sous forme de sociétés par actions simplifiées.
16. Ainsi, les contrats de franchise et d'approvisionnement sont-ils la plupart du temps signés avec les sociétés Prodim ou CSF. Par ailleurs, lors de la signature du contrat de franchise, il arrive que soit constituée une société entre un exploitant et une filiale du groupe Carrefour, autre que la filiale franchiseur. Les sociétés Selima et Profidis ont ainsi vocation à prendre des participations dans le fonds de commerce de certaines sociétés franchisées, avec ou sans conclusion d'un pacte d'associés. Enfin, pour qu'ils puissent exploiter leurs fonds de commerce, la société Soval loue aux franchisés certains murs dont elle est propriétaire.
17. L'ensemble de ces contrats est en outre complété par différentes conventions tarifaires (ristournes...).

2. LES SOCIÉTÉS SAISSANTES

18. Les sociétés Marcadet Distribution 75 et Marcadet Exploitation 75 sont toutes deux des sociétés anonymes ayant pour principal objet « *l'exploitation d'un fonds de commerce de type supermarché sis à Paris 18^{ème} – 163/165, rue Marcadet, sous l'enseigne « Champion » à l'exclusion de tout autre* » (article 3 de leurs statuts respectifs).
19. La société Marcadet Distribution 75 est propriétaire du fonds de commerce d'un supermarché sous enseigne Champion, d'une surface de vente de 1 185 m², situé 165-167 rue Marcadet 75018 Paris et exploité sous forme de location-gérance par la société Marcadet Exploitation 75.
20. Le capital de Marcadet Distribution 75 est détenu à 66 % par la famille Mio et à 34 % par Profidis, filiale de Carrefour. Le capital de Marcadet Exploitation 75 est quant à lui détenu à 99 % par la famille Mio et les 1 % restant par Profidis.

⁴ <http://www.carrefour.com/cdc/groupe/nos-activites/nos-enseignes/nos-enseignes-folder/supermarche.html>

3. PRÉSENTATION DES RELATIONS D'AFFAIRES ENTRE CARREFOUR ET LES SOCIÉTÉS SAISSANTES

21. Les sociétés saisissantes sont liées à Carrefour par des liens de nature capitalistique (1), ainsi que contractuelle et commerciale (2).

a) Les liens capitalistiques

22. Comme il a été dit *supra* (paragraphe 20), Carrefour participe, *via* sa filiale Profidis, au capital des sociétés saisissantes et ce, à hauteur de 34 % pour Marcadet Distribution 75 et de 1 % pour Marcadet Exploitation 75.
23. Sa prise de participation à hauteur de 34 % dans le capital de Marcadet Distribution 75 confère à Carrefour un droit de veto sur toute décision concernant le changement d'enseigne du fonds de commerce exploité par Marcadet Distribution 75.
24. En effet, comme indiqué *supra* (paragraphe 18), l'objet social de Marcadet Distribution 75 tel que défini à l'article 3 de ses statuts consiste en l'exploitation du supermarché de la rue Marcadet sous l'enseigne Champion à l'exclusion de toute autre. En outre, les statuts stipulent que l'assemblée générale extraordinaire a vocation à décider des modifications apportées aux statuts et qu'elle statue à la majorité des deux tiers des voix. L'ensemble de ces dispositions confèrent donc à Carrefour une minorité de blocage pour toute décision concernant le changement d'enseigne du fonds de commerce exploité par Marcadet Distribution 75.

b) Les liens contractuels et commerciaux

25. Outre ces liens capitalistiques, les sociétés plaignantes sont également liées à Carrefour par différents contrats.

Le bail commercial

26. La société Marcadet Distribution 75 est titulaire d'un bail commercial portant sur les locaux du magasin, dont le propriétaire est la société Soval, filiale de Carrefour.
27. Le 29 décembre 2008, la société Soval, en sa qualité de bailleur, a notifié à son locataire Marcadet Distribution 75 un congé avec refus de renouvellement du bail et offre d'indemnité d'éviction, dans les délais légaux au regard de la date d'échéance contractuelle du bail, fixée au 30 juin 2009. La procédure d'éviction est à l'heure actuelle en cours et les sociétés saisissantes disposent, en vertu des dispositions de l'article L. 145-28 du code de commerce, du droit de se maintenir dans les lieux jusqu'à l'issue de cette procédure.

Le contrat de franchise et d'approvisionnement Champion

28. La société Marcadet Distribution 75 a conclu le 29 août 1989 avec la société CSF, filiale du groupe Carrefour, un contrat de franchise et d'approvisionnement Champion d'une durée initiale de 7 ans, tacitement reconductible par périodes successives de trois ans.
29. Après avoir annoncé, en juin 2008, la substitution de l'enseigne Champion par l'enseigne Carrefour Market, Carrefour a remis à la famille Mio des projets de contrats Carrefour Market visant à remplacer l'actuel contrat de franchise Champion. Depuis lors, il semble que la famille Mio et Carrefour n'aient pas eu l'occasion de s'entretenir sur l'éventuel

changement d'enseigne du magasin Champion de la rue Marcadet ni sur les termes et conditions des projets de contrats Carrefour Market.

30. À l'heure actuelle, les relations commerciales entre les parties sont donc toujours régies par les dispositions du contrat de franchise Champion en date du 29 août 1989, qui a été reconduit par tacite reconduction pour une nouvelle période de trois ans le 29 août 2011.

Le contrat de fidélisation Carrefour

31. Le 6 novembre 2009, Marcadet Exploitation 75 a signé avec CSF un contrat de fidélisation Carrefour en remplacement du précédent contrat de fidélisation Champion, lui permettant de proposer la carte de fidélité Carrefour aux clients du magasin.

C. L'ÉVALUATION PRÉLIMINAIRE DES PRATIQUES ALLÉGUÉES

32. Par courrier daté du 4 juillet 2011, une évaluation préliminaire a été transmise au groupe Carrefour dans laquelle il a été fait part des préoccupations de concurrence que suscitent certaines des pratiques dénoncées dans la saisine.
33. La note d'évaluation préliminaire souligne que les sociétés saisissantes sont susceptibles de se trouver en état de dépendance économique à l'égard de Carrefour compte tenu, notamment, de la pénurie de locaux commerciaux résultant pour partie de l'existence de barrières réglementaires et économiques à la création de nouveaux magasins, des liens contractuels et capitalistiques qui les lient au groupe Carrefour, de leur taux d'approvisionnement d'environ 90 % auprès de ce même groupe et, enfin, de la notoriété et de la part de marché que ce dernier est susceptible de détenir sur les marchés concernés par les pratiques.
34. La note d'évaluation préliminaire mentionne également que la moindre visibilité de l'enseigne Champion, décidée par le groupe Carrefour alors que le contrat de franchise Champion conclu entre les sociétés saisissantes et le groupe Carrefour (ci-après « *le contrat de franchise Champion* ») était en cours d'exécution, est susceptible de constituer une modification abusive dudit contrat, dès lors que certaines clauses du contrat-type Carrefour Market, proposé en remplacement du contrat de franchise Champion, sont plus strictes que celles figurant au contrat de franchise Champion. Il en va notamment ainsi de la durée initiale de sept ans, renouvelable pour des périodes de même durée (alors même que dans ses écritures, Carrefour a indiqué que les coûts de passage de l'enseigne Champion à l'enseigne Carrefour Market supportés par le franchisé « *pourraient être amortis en quelques mois seulement* », cote n°759), de la clause de non-réaffiliation et de non-concurrence valable en cas de résiliation anticipée du contrat quelle qu'en soit la cause pendant toute la durée du contrat restant à courir sans que cette durée puisse être inférieure à deux ans, du droit de priorité sur le fonds de commerce au profit de la société CSF valable pendant toute la durée du contrat ainsi que pendant les deux ans suivant sa résiliation (quelque soit la cause de cette dernière) et du droit d'entrée à règlement différé (article 3.5.1, annexe 1 et projet d'avenant n° 1). Selon l'évaluation préliminaire, de telles clauses soulèveraient de sérieuses interrogations quant à l'équivalence des conditions de franchise offertes aux sociétés saisissantes.
35. De même, la poursuite du paiement par les sociétés saisissantes de la totalité des redevances de franchise Champion et de cotisations de fidélité alors même que Carrefour a

cessé de promouvoir et développer l'enseigne Champion suscite des préoccupations de concurrence.

36. En effet, les différentes pratiques précitées sont considérées comme susceptibles d'affecter le fonctionnement ou la structure de la concurrence dans la mesure où, soit les sociétés saisissantes souscrivent au contrat Carrefour Market, se liant ainsi de façon encore plus irrémédiable au groupe Carrefour, soit elles y renoncent et voient leur compétitivité dégradée du fait de la moindre visibilité de l'enseigne Champion combinée au maintien des redevances de franchise à leur niveau initial.

D. LA MISE EN ŒUVRE DE LA PROCÉDURE D'ENGAGEMENTS

1. LES ENGAGEMENTS PROPOSÉS PAR CARREFOUR

37. Pour répondre à ces préoccupations de concurrence, Carrefour a soumis le 29 juillet 2011 à l'Autorité de la concurrence des propositions d'engagements visant à lever toute préoccupation éventuelle de l'Autorité.
38. À cet effet, Carrefour s'engage, en premier lieu, à proposer aux sociétés saisissantes la signature d'un nouveau contrat de franchise sous enseigne Carrefour Market.
39. En second lieu Carrefour s'engage à ce que certaines de ces clauses du nouveau contrat de franchise proposé aux sociétés saisissantes soient adaptées par rapport au contrat-type Carrefour Market afin d'aboutir à l'équivalence des conditions offertes par rapport au contrat de franchise Champion.
40. Les adaptations proposées par Carrefour dans ce cadre portent sur les dispositions suivantes.

L'aménagement de la durée du contrat

41. Le contrat-type Carrefour Market prévoit que l'accord est conclu pour une durée initiale de sept ans, renouvelable par périodes successives de sept ans (article 6). Cependant, le contrat de franchise Champion ayant été conclu pour une durée initiale de sept ans renouvelable par périodes successives de trois ans, Carrefour, afin d'offrir à Marcadet une solution équivalente, s'engage à lui proposer un contrat de franchise Carrefour Market d'une durée initiale de trois ans, renouvelable par période de trois ans.

La suppression de la clause de non-réaffiliation et de non-concurrence post-contractuelle

42. Le contrat-type Carrefour Market prévoit, à l'article 7 paragraphes 3 et 4, une clause interdisant au franchisé, en cas de rupture anticipée du contrat, d'exploiter un magasin à dominante alimentaire, le cas échéant sous une enseigne concurrente, dans la zone géographique dans laquelle est implantée le magasin objet dudit contrat et ce, pendant toute la durée restant à courir dudit contrat, sans que cette dernière puisse être inférieure à deux ans. Le contrat de franchise Champion ne contenant ni clause de non-réaffiliation ni clause de non-concurrence post-contractuelle, Carrefour s'engage à proposer aux saisissantes un contrat de franchise Carrefour Market ne contenant pas les stipulations de l'article 7 paragraphes 3 et 4 du contrat-type Carrefour Market.

L'aménagement du droit de priorité

43. Le contrat-type Carrefour Market prévoit (article 3.4.2.) un mécanisme de droit de priorité conférant à Carrefour, dans le cadre de tout projet de cession relatif aux éléments constitutifs du fonds de commerce, le droit de se substituer à tout tiers candidat et ce, pendant toute la durée du contrat ainsi que pendant les deux années suivant sa résiliation. Le contrat de franchise Champion n'accordant au franchiseur un droit de priorité que pendant la durée du contrat, Carrefour s'engage à proposer aux saisissantes un contrat de franchise Carrefour Market n'accordant un droit de préférence au franchiseur que pendant la durée du contrat.

La suppression du droit d'entrée à paiement différé

44. L'article 3.5.1 du contrat-type Carrefour Market prévoit que *"le franchisé s'engage à verser au franchiseur un droit d'entrée, dont le montant est défini en annexe 1 des présentes"*. Carrefour s'engage à proposer à Marcadet un contrat de franchise Carrefour Market expressément expurgé des dispositions de l'article 3.5.1. telles que rappelées ci-dessus.

La prise en charge d'une partie des coûts des travaux liés au changement d'enseigne

45. En dernier lieu, Carrefour s'engage à prendre en charge une partie des travaux spécifiquement liés au changement d'enseigne du magasin exploité par les sociétés saisissantes. À ce titre, Carrefour s'engage à proposer aux saisissantes la prise en charge de 75 % des travaux spécifiquement liés à la transformation du magasin en Carrefour Market, jusqu'à concurrence de 225 000 euros au maximum.

2. LES OBSERVATIONS DES SOCIÉTÉS DES SAISSANTES

46. Le 7 septembre 2011, l'Autorité de la concurrence a lancé un test de marché à l'attention des tiers potentiellement intéressés en mettant en ligne sur son site Internet la proposition d'engagements de Carrefour. Seules les sociétés saisissantes ont émis des observations sur les engagements proposés par Carrefour dans le cadre de ce test de marché.
47. Selon elles, les engagements proposés par Carrefour ne seraient pas de nature à mettre fin aux préoccupations de concurrence énoncées dans la note d'évaluation préliminaire.
48. Elles considèrent en premier lieu que les engagements proposés ne répondent pas aux problèmes de concurrence que soulèverait l'éviction des locaux commerciaux dont elles seraient victimes si le groupe Carrefour continue de s'opposer à une renégociation du bail commercial. Ainsi, la réduction de la durée du contrat à trois ans ne constituerait ni un engagement, ni une concession car, selon les sociétés saisissantes, l'issue de la procédure d'éviction interviendra en tout état de cause préalablement (cotes n° 644 et 645).
49. En outre, la suppression de la clause de non-réaffiliation serait sans effet, eu égard à l'impossibilité matérielle de réinstallation à Paris (cote n° 645). Enfin, la suppression du droit de priorité post-contractuelle serait factice, le fonds de commerce étant en tout état de cause dépourvu de toute valeur et donc invendable, en présence d'un risque d'éviction des locaux (cotes n° 645 et 646). Les sociétés saisissantes proposent des engagements complémentaires relatifs au contrat de bail et aux locaux commerciaux visant :

- à ce que Carrefour renonce expressément à la procédure d'éviction en contrepartie d'une renégociation équitable du loyer entre les parties et procède au renouvellement du bail pour une durée de neuf ans,
 - ou, à défaut, à ce que Carrefour fasse aux plaignantes une offre de réinstallation dans des conditions équivalentes en mettant à leur disposition des locaux équivalents à Paris intra muros, leur permettant de continuer à exercer leur activité de supermarché, et en les maintenant dans les lieux jusqu'à la réimplantation du magasin sur le nouveau site (cote n° 648).
50. En deuxième lieu, l'engagement tendant à la prise en charge d'une partie du coût des travaux de mise aux normes Carrefour Market serait en réalité stipulé au bénéfice exclusif de Carrefour. En effet, les saisissantes reprochent à Carrefour de vouloir leur faire réaliser les travaux de mise aux normes Carrefour Market, en laissant à leur charge le coût des travaux excédant 225.000 € et en tout état de cause, 25 % du coût total alors même qu'elles font l'objet d'une procédure d'éviction qui va conduire à terme à leur expulsion des locaux (cote n° 647).
51. Enfin, les plaignantes indiquent que malgré l'arrêt de toute promotion commerciale concernant l'enseigne Champion, Carrefour continue à leur facturer les cotisations « notoriété » et « enseigne » telles que prévues dans le contrat de franchise Champion (cotes n° 649 et 650).

II. Discussion

52. Selon les dispositions du I de l'article L. 464-2 du code de commerce, l'Autorité de la concurrence « *peut accepter des engagements proposés par les entreprises ou organismes et de nature à mettre un terme aux pratiques anticoncurrentielles* ». À cet égard, le communiqué de procédure du 2 mars 2009 relatif aux engagements en matière de concurrence précise à juste titre que « *la mission de défense de l'ordre public économique de l'Autorité l'habilite à rendre des décisions d'engagements, non pas pour satisfaire la demande d'une partie plaignante, mais pour mettre fin à des situations susceptibles d'être préjudiciables à la concurrence* » (Communiqué de procédure, paragraphe 8).
53. Eu égard aux engagements proposés par Carrefour et aux observations émises par les plaignantes, il convient d'examiner successivement l'éventuel caractère abusif de la mise en œuvre de la procédure d'éviction et des dispositifs limitant la sortie du réseau et la liberté d'approvisionnement des saisissantes (A), les adaptations du contrat de franchise Carrefour Market proposées par Carrefour (B), l'engagement relatif à la prise en charge par Carrefour d'une partie des travaux liés au changement d'enseigne du magasin (C) et le caractère abusif de l'augmentation du niveau des redevances de fidélité et de franchise (D). Enfin, il conviendra d'examiner les modalités de mise en œuvre des présents engagements (E).

A. SUR LE CARACTÈRE ABUSIF DE LA MISE EN ŒUVRE DE LA PROCÉDURE D'ÉVICTION ET DES DISPOSITIFS LIMITANT LA SORTIE DU RÉSEAU ET LA LIBERTÉ D'APPROVISIONNEMENT DES SAISSISSANTES

1. SUR LE CARACTÈRE ABUSIF DE LA MISE EN ŒUVRE DE LA PROCÉDURE D'ÉVICTION

54. Dans leurs observations en réponse à la proposition d'engagements, les sociétés saisissantes avancent que leur situation de dépendance vis-à-vis de la société Soval et de Carrefour est bien établie du fait de la rareté des locaux commerciaux disponibles sur le marché parisien, de la participation de Carrefour à leur capital et de leurs propres statuts. Elles seraient ainsi empêchées à la fois de quitter le réseau de franchise Carrefour et de trouver un autre local commercial. Selon les saisissantes, le refus de renouveler le contrat de bail constituerait alors un abus de cette dépendance car « *les plaignantes, conformément au bail qu'elles avaient contracté, et à la participation prise par Promodès (Profidis) originellement dans leurs entreprises, étaient en droit de se considérer à l'abri d'un comportement d'une telle déloyauté de la part de leur partenaire, qui les évince sans leur laisser la moindre chance de se réinstaller dans des conditions équivalentes* » (cote 644). Par cette pratique, le groupe Carrefour serait ainsi assuré, « *d'une part, (...) de récupérer leur fonds de commerce [des saisissantes], et d'autre part, du fait qu'elles ne pourront pas venir concurrencer les supermarchés Carrefour Market* » (cote 644).
55. Dans la décision n° [11-D-04](#) précitée, l'Autorité de la concurrence a considéré que : « *les sociétés saisissantes n'apportent pas d'éléments suffisamment probants de nature à étayer l'allégation selon laquelle, d'une part, la décision de Soval de ne pas renouveler le bail commercial aurait été rendue possible par une éventuelle situation de dépendance économique à l'égard de Carrefour et, d'autre part, cette décision serait constitutive d'un comportement abusif. En effet, en refusant de renouveler le bail commercial pour des raisons qui lui appartiennent et en respectant les délais légaux eu égard à la date d'échéance contractuelle du bail, Soval a simplement exercé le droit dont dispose chaque partie de mettre fin au contrat de bail à son arrivée à échéance. En conséquence, il apparaît qu'en l'espèce le fait pour Carrefour de ne pas renouveler le contrat de bail commercial ne peut, au vu des éléments dont font état les saisissantes, être assimilé à une pratique d'éviction constitutive d'un abus de dépendance économique* » (décision n° [11-D-04](#), paragraphes 59 et 60). Les arguments présentés par les saisissantes ne sont pas de nature à remettre en cause cette conclusion, dès lors que les éléments du dossier laissent apparaître que Carrefour a mis un terme au contrat de bail à son arrivée à échéance, pour des raisons légitimes et en respectant le délai de préavis contractuellement prévu.
56. Il apparaît donc légitime de ne pas attendre de Carrefour qu'il prenne des engagements concernant le bail commercial et les propositions d'engagements complémentaires formulées par les plaignantes, visant à ce que Carrefour renonce à la procédure d'éviction, renouvelle le contrat de bail ou, à défaut, mette à leur disposition des locaux équivalents dans Paris intra muros afin de leur permettre de continuer à exercer leur activité de supermarché, sont sans objet dans le cadre de la présente procédure.

2. SUR LE CARACTÈRE ABUSIF DES DISPOSITIFS LIMITANT LA SORTIE DU RÉSEAU ET LA LIBERTÉ D'APPROVISIONNEMENT DES SAISSANTES

57. Dans la décision n° [11-D-04](#) précitée, l'Autorité de la concurrence a indiqué que « *s'agissant des pratiques dénoncées par les saisissantes, l'instruction devra s'attacher à déterminer si l'interdépendance des différents contrats formalisant leurs relations d'affaires avec Carrefour, la clause d'approvisionnement prioritaire prévue dans le contrat de franchise Champion, la clause de non-concurrence présente dans ce même contrat de franchise et valable pendant toute sa durée d'exécution et, enfin, les prises de participation de Carrefour dans leur capital sont constitutives d'abus de dépendance économique en ce qu'elles empêchent les sociétés saisissantes de sortir du réseau Carrefour ou, pour ce qui concerne la clause d'approvisionnement, de s'approvisionner auprès de fournisseurs de leur choix* » (décision n° [11-D-04](#), paragraphe 65).
58. Or, si dans de précédents avis et décisions (décision n° 98-D-52 en date du 7 juillet 1998 relative à des pratiques relevées dans le secteur du mobilier urbain ; décision n° [10-D-08](#) en date du 3 mars 2010 relative à des pratiques mises en œuvre par Carrefour dans le secteur du commerce d'alimentation générale de proximité et avis n° [10-A-26](#) en date du 7 décembre 2010 relatif aux contrats d'affiliation de magasins indépendants et les modalités d'acquisition de foncier commercial dans le secteur de la distribution alimentaire), l'Autorité de la concurrence a considéré que la formalisation d'une relation d'affaires par différents contrats interdépendants peut s'avérer problématique lorsque le décalage entre leurs échéances respectives a pour effet de prolonger artificiellement la durée des engagements souscrits, en l'espèce, il ressort de l'examen des stipulations contractuelles régissant la relation entre les parties que la résiliation du contrat de franchise entraîne *ipso facto* la résiliation du contrat de bail et réciproquement (contrat de bail commercial du 28 mars 1989, cotes n° 567 et 568), ainsi que celle du contrat de fidélisation (contrat de fidélisation du 6 novembre 2009, article 6, cote n° 499). Le morcellement des contrats n'a donc pas, en l'espèce, pour effet de prolonger artificiellement les engagements souscrits en dissuadant les saisissantes de mettre fin à leurs relations d'affaires avec Carrefour. Il n'est dès lors pas susceptible être constitutif d'un abus de dépendance économique.
59. En outre, si ces clauses contractuelles, acceptées par les saisissantes dès l'origine de leur relation avec Carrefour et dénoncées aujourd'hui par elles comme étant non-justifiées et excessives, pourraient permettre, le cas échéant, d'établir l'existence d'un état de dépendance économique des saisissantes à l'égard de Carrefour, en revanche, aucun élément du dossier ne permet de démontrer que ces dernières étaient en état de dépendance économique à l'égard de Carrefour (anciennement Promodès) lorsqu'elles ont souscrit à l'ensemble des clauses précitées et que Carrefour aurait ainsi profité de cet état pour les obliger à souscrire lesdites clauses. Le cumul de ces restrictions ne peut donc être susceptible d'être regardé comme constituant un abus de dépendance économique de Carrefour à l'égard des saisissantes.
60. Les dispositifs précités n'appelaient donc pas, de la part de l'Autorité de la concurrence, de préoccupations de concurrence, auxquelles Carrefour aurait dû répondre par de nouveaux engagements.

B. SUR L'ADAPTATION DES CLAUSES DU CONTRAT DE FRANCHISE CARREFOUR MARKET

61. L'évaluation préliminaire indique que la volonté de Carrefour de substituer au contrat de franchise Champion le contrat de franchise Carrefour Market est susceptible de constituer un abus de dépendance économique dans la mesure où certaines clauses du contrat-type Carrefour Market sont plus strictes que celles figurant dans le contrat de franchise Champion (Note d'évaluation préliminaire, paragraphe 17, cotes n° 610 et 611). En réponse à cette préoccupation de concurrence, Carrefour s'engage à proposer aux parties saisissantes la signature d'un nouveau contrat de franchise en vue de l'exploitation du magasin sous enseigne Carrefour Market, adapté dans certaines de ces clauses par rapport au contrat-type Carrefour Market, afin d'aboutir à l'équivalence des conditions offertes par rapport au contrat de franchise Champion. Les modifications proposées par Carrefour visent à aménager la durée du contrat (1), à supprimer la clause de non-réaffiliation et de non-concurrence post-contractuelle (2), à aménager le droit de priorité (3) et enfin, à supprimer le droit d'entrée à paiement différé (4).

1. L'AMÉNAGEMENT DE LA DURÉE DU CONTRAT

62. Le contrat de franchise Champion ayant été conclu pour une durée initiale de sept ans tacitement renouvelable par période de 3 ans, Carrefour, afin d'offrir aux saisissantes une solution équivalente, s'engage à lui proposer un contrat de franchise Carrefour Market d'une durée initiale de trois ans, renouvelable par période de trois ans. Dans le cas où les sociétés saisissantes seraient expulsées des locaux à l'issue de la procédure d'éviction actuellement en cours, le contrat de franchise Carrefour Market serait alors considéré comme caduc et résilié sans indemnité de part et d'autre (cote n° 625).
63. Cette proposition d'engagement de Carrefour répond à la préoccupation de concurrence soulevée dans la note d'évaluation préliminaire en ce qu'elle permet de proposer aux saisissantes un nouveau contrat de franchise Carrefour Market d'une durée équivalente à celle du contrat de franchise Champion actuellement en cours. Ainsi, l'éventuel changement d'enseigne du magasin Marcadet et la signature du nouveau contrat de franchise Carrefour Market ne seront pas l'occasion pour Carrefour d'imposer aux plaignantes une durée d'engagement plus longue que celle convenue dans le contrat de franchise antérieur alors même que, selon Carrefour, les coûts liés au passage de l'enseigne Champion à l'enseigne Carrefour Market supportés par le franchisé « *pourraient être amortis en quelques mois seulement* » (cote n° 759). Enfin, la durée de trois ans proposée par Carrefour est compatible avec l'analyse menée par l'Autorité de la concurrence dans son avis n° 10-A-26 du 7 décembre 2010 relatifs aux contrats d'affiliation de magasins indépendants et aux modalités d'acquisition de foncier commercial dans le secteur de la distribution alimentaire.

2. LA SUPPRESSION DE LA CLAUSE DE NON-RÉAFFILIATION ET DE NON-CONCURRENCE POST-CONTRACTUELLE

64. Tant le contrat de franchise Champion que le contrat-type de franchise Carrefour Market soumettent le franchisé à une obligation de non-concurrence pendant toute la durée dudit contrat.

65. En revanche, contrairement au contrat de franchise Champion qui ne prévoit pas de clause identique ou similaire, le contrat-type Carrefour Market soumet le franchisé à une obligation de non-réaffiliation et de non-concurrence post-contractuelle en cas de rupture anticipée du contrat : *« en cas de rupture de la présente convention avant son terme et sans préjudice de l'exercice de la clause pénale ci-dessus et toute demande de dommages intérêts complémentaire, le Franchisé s'oblige à ne pas utiliser directement ou indirectement, personnellement ou par personne interposée, en société ou autrement, une enseigne déposée ou non, arborée par plus de vingt magasins au niveau national et à ne pas offrir en vente des marchandises dont les marques sont liées à ces enseignes (marques propres) ceci dans un rayon de cinq kilomètres du magasin Carrefour Market faisant l'objet du présent accord. Cette interdiction prendra effet à compter de la date de résiliation du présent contrat et sera valable pendant toute la durée restant à courir dudit contrat, sans pouvoir être inférieure à deux ans. Il est précisé que dans le cas où le franchisé violerait cette obligation dans le délai sus indiqué, le point de départ du délai est reporté à la date de cessation effective de la violation de l'interdiction susvisée »* (contrat-type de franchise Carrefour Market, article 7, paragraphes 3 et 4).
66. Le contrat de franchise Champion ne contenant pas de stipulation similaire, Carrefour s'engage à proposer aux saisissantes un contrat de franchise Carrefour Market dépourvu d'une telle clause. L'éventuel passage du magasin Marcadet sous enseigne Carrefour Market ne permettra donc pas à Carrefour de soumettre les saisissantes à une obligation de non-concurrence et de non-réaffiliation post-contractuelle alors qu'elles ne sont aucunement soumises à une obligation similaire dans le cadre du contrat de franchise Champion actuellement en cours. Cet engagement est en outre compatible avec l'analyse menée par l'Autorité dans le cadre de son avis n° [10-A-26](#) incitant les opérateurs, compte tenu de l'atteinte que porte ce type de clauses au libre exercice de son activité par l'affilié, à limiter les clauses de non-réaffiliation et de non-concurrence post-contractuelles présentes à une durée d'un an et au seul magasin objet du contrat en cause dès lors que de telles clauses paraissent nécessaires à la protection d'un savoir-faire substantiel, spécifique et secret.

3. L'AMÉNAGEMENT DU DROIT DE PRIORITÉ

67. Le contrat de franchise Champion n'accorde un droit de priorité au franchiseur pendant la durée du contrat (Contrat de franchise Champion, article 3.5). En revanche, le contrat-type de franchise Carrefour Market accorde un droit de priorité au franchiseur pendant toute la durée du contrat ainsi que pendant les deux années suivant l'expiration du contrat : *« le droit de préférence consenti dans le cadre des présentes l'est pour toute la durée du contrat, pendant sa période initiale et ses périodes de renouvellement, prorogation ou reconduction et qu'il ne deviendra caduc qu'à l'expiration de la deuxième année qui suivra la date de la perte de la qualité de franchisé, ce quels que soient les motifs de cette perte de qualité »* (Contrat-type Carrefour Market, article 3.4.2.1).
68. Carrefour s'engage donc à proposer aux saisissantes, un contrat de franchise Carrefour Market dont l'article 3.4.2.1 serait rédigé de la façon suivante : *« Il est expressément convenu entre les parties que le droit de préférence consenti dans le cadre des présentes l'est exclusivement pour la durée du contrat, pendant sa période initiale et ses périodes de renouvellement, prorogation ou reconduction »*.
69. Cet engagement répond aux préoccupations de concurrence car il permet d'éviter que Carrefour profite du passage du magasin Marcadet sous enseigne Carrefour Market et de la

signature d'un nouveau contrat de franchise pour imposer aux saisissantes des conditions contractuelles plus strictes.

70. Cet engagement est en outre compatible avec l'analyse menée par l'Autorité dans son avis n° [10-A-26](#) précité, qui a suggéré « *aux opérateurs de ne plus insérer dans les contrats de droits de priorité ou dispositifs assimilés au profit de la tête de réseau et de priver de toute exécution ceux afférents aux contrats en cours d'exécution, à tout le moins, dans l'hypothèse où le groupe de distribution n'est pas propriétaire des murs du magasin et ne possède aucune participation financière dans la société d'exploitation. En effet, dans cette perspective, la remise en concurrence de l'enseigne avec d'autres enseignes concurrentes est facilitée par la réelle liberté d'action dont dispose la société d'exploitation pour conclure un nouveau partenariat avec un groupe de distribution plus performant. Il est évident que dans l'hypothèse où le groupe de distribution est réellement partenaire du développement du magasin indépendant (prise de participation correspondant à une véritable aide financière du groupe de distribution, possession des murs ou fonds de commerce), l'existence d'un droit de priorité ou d'un dispositif assimilé paraît justifiée* » (Avis n° [10-A-26](#), paragraphe 227).

4. LA SUPPRESSION DU DROIT D'ENTRÉE À PAIEMENT DIFFÉRÉ

71. Le contrat de franchise Champion, actuellement en cours d'exécution, ne soumet pas le franchisé à l'obligation de verser un droit d'entrée au franchiseur. En revanche, l'article 3.5.1 du contrat-type de franchise Carrefour Market prévoit le versement par le franchisé d'un droit d'entrée exigible le jour où le contrat prend fin. Afin de garantir le complet paiement de ce droit d'entrée, le contrat prévoit en outre l'obligation pour le franchisé d'affecter son fonds de commerce en nantissement au profit du franchiseur pour le même montant (cotes n° 436 et 437).
72. Carrefour s'engage à proposer aux saisissantes un contrat de franchise Carrefour Market expressément expurgé des dispositions de l'article 3.5.1 (cote n° 626).
73. En premier lieu, il convient de souligner qu'est sans fondement la critique des saisissantes selon laquelle cet engagement ne constituerait pas une réelle concession. Les plaignantes font valoir que, si elles étaient amenées à signer le contrat de franchise Carrefour Market, elles ne seraient pas tenues, faute d'entrer dans un nouveau réseau, de verser à Carrefour le montant correspondant audit droit d'entrée. Mais, l'article 1.1 de l'annexe 1 du contrat-type de franchise Carrefour Market prévoit que, dans le cas où le franchisé exploitait, antérieurement à la date de signature du présent contrat de franchise, le magasin objet du contrat sous une enseigne appartenant au groupe auquel appartient le franchisé, le montant du droit d'entrée correspond à 1 % du chiffre d'affaires prévisionnel TTC avec carburant de la première année d'exploitation (cote n° 442).
74. En deuxième lieu, cet engagement répond aux préoccupations de concurrence car il ne permet pas à Carrefour, à l'occasion du passage du magasin Marcadet sous enseigne Carrefour Market et de la signature du nouveau contrat de franchise, de soumettre les saisissantes à une obligation de paiement d'un droit d'entrée à paiement différé à laquelle elles ne sont pas soumises dans le cadre du contrat de franchise Champion actuellement en cours d'exécution.
75. Enfin, cet engagement est compatible avec l'analyse menée par l'Autorité dans son avis n° [10-A-26](#) précité. Aux termes de cette analyse, si le droit d'entrée est de nature à permettre à l'opérateur indépendant d'alléger la contrainte financière qui pèse sur ses

comptes durant les premières années de son activité, la clause de paiement différé comporte le risque de limiter sa liberté commerciale en le dissuadant de quitter le réseau. C'est pourquoi il a semblé préférable à l'Autorité de privilégier des mécanismes d'étalement dans la durée du paiement du droit d'entrée.

C. SUR LA PRISE EN CHARGE PAR CARREFOUR D'UNE PARTIE DES TRAVAUX SPÉCIFIQUEMENT LIÉS AU CHANGEMENT D'ENSEIGNE DU MAGASIN

76. Compte tenu de la situation potentiellement précaire des saisissantes en raison de la procédure d'éviction actuellement en cours, Carrefour s'engage à proposer aux saisissantes la prise en charge de 75 %, jusqu'à concurrence de 225 000 euros au maximum, des travaux spécifiquement liés à la transformation du magasin Carrefour Market.
77. Le groupe Carrefour a présenté les montants des travaux ayant dû être réalisés pour plusieurs magasins Champion passés sous enseigne Carrefour Market. Le montant prévisionnel des travaux directement liés au changement d'enseigne n'a jamais excédé 300 000 euros, voire un montant bien inférieur. En l'espèce, dans le cas du magasin exploité par les saisissantes, un devis a été réalisé, concluant à un montant de travaux nécessaires de 151 000 euros. La participation des saisissantes aux travaux devant être réalisés serait donc comprise entre 38 000 et 75 000 euros. Par ailleurs, selon les chiffres avancés par le groupe Carrefour, les chiffres d'affaires des magasins passés sous enseigne Carrefour Market présentent, l'année qui suit le changement d'enseigne, une augmentation de 3,8 % du chiffre d'affaires (à magasins comparables, hors essence) en moyenne. L'éviction éventuelle des saisissantes des locaux commerciaux qu'elles exploitent actuellement ne devant pas intervenir avant fin 2014 au plus tôt, compte tenu de la hausse espérée du chiffre d'affaires et de la marge réalisée sur cette augmentation, l'amortissement économique des travaux aura donc vraisemblablement été réalisé à cette date (cote n° 886). Enfin, l'amortissement des coûts des travaux est susceptible également de passer par une réévaluation de l'indemnité d'éviction du fait des travaux de rénovation réalisés et de la progression du chiffre d'affaires qu'ils entraînent.
78. La participation exigée des saisissantes aux travaux de rénovation du magasin ne paraît ni inéquitable dans la mesure où, même si cela n'est pas automatique, le passage sous enseigne Carrefour Market est de nature à entraîner une progression du chiffre d'affaires, ni discriminatoire, dès lors que les autres magasins franchisés du réseau ont également assumé une partie des travaux nécessaires à l'implantation d'une nouvelle enseigne. Par ailleurs, si Carrefour n'avait pas décidé de remplacer l'enseigne Champion par l'enseigne Carrefour Market, il aurait en tout état de cause été amené à améliorer le concept Champion et les sociétés saisissantes auraient dû procéder aux travaux afférents, au risque, sinon, de constater une dégradation de l'enseigne et des ventes des magasins Champion.
79. Enfin, en tout état de cause, compte tenu du montant relativement limité de la participation attendue des saisissantes aux travaux, soit 75 000 euros maximum, et de la marge nette réalisée par ces dernières, soit 3 % du chiffre d'affaires en 2010, 5,2 % en 2009 et 6 % en 2008, le partage des coûts des travaux liés au changement d'enseigne proposé par Carrefour n'est pas de nature à affecter la concurrence sur le marché concerné. En effet, le montant, relativement limité, de la participation aux travaux laissé à la charge des saisissantes n'est pas de nature à restreindre la pression concurrentielle exercée par celles-ci sur le marché concerné ni, de manière générale, à y désavantager ces dernières dans l'exercice du jeu concurrentiel.

D. SUR L'AUGMENTATION DU NIVEAU DES REDEVANCES DE FIDÉLITÉ ET DE FRANCHISE

80. La note d'évaluation préliminaire indique que « *la poursuite du paiement de redevances de franchise et de cotisations de fidélité équivalentes ou plus onéreuses que celles négociées lors de l'exploitation de l'enseigne Champion combinée aux moindres visibilité et notoriété de l'enseigne Champion sont susceptibles d'atténuer la pression concurrentielle que peuvent exercer les sociétés saisissantes sur une zone de chalandise apparaissant comme particulièrement concentrée* ».
81. En effet, les sociétés saisissantes indiquent avoir été contraintes de signer, le 6 novembre 2009, le nouveau contrat de fidélisation alors même que celui-ci leur serait « *économiquement et financièrement défavorable* » car, selon elles, d'une part les consommateurs ne seraient pas informés que le programme de fidélisation est utilisable dans les magasins sous enseigne Champion et d'autre part, le montant de la redevance prévu dans le nouveau contrat serait sensiblement supérieur à celui prévu dans l'ancien contrat de fidélisation Champion. De même, dans leurs observations sur les propositions d'engagements de Carrefour datées du 6 octobre 2011, les sociétés saisissantes indiquent que, malgré la cessation de toute promotion commerciale, le groupe Carrefour continue, encore à ce jour, de leur facturer les cotisations « notoriété » et « enseigne » sur les mêmes bases que préalablement à la substitution de l'enseigne Carrefour Market à l'enseigne Champion (cote n° 650).
82. Toutefois, les engagements proposés par Carrefour permettent désormais aux saisissantes de disposer d'une solution alternative, équitable et non-discriminatoire, à leur ancien contrat de franchise Champion. La poursuite du paiement des redevances de franchise et de fidélité Champion ne peut donc plus être susceptible d'être regardée comme constituant un abus, dès lors que les saisissantes peuvent exploiter l'enseigne Carrefour Market dans des conditions identiques à celles qui présidaient à l'exploitation de l'enseigne Champion.
83. Il convient en outre de rappeler qu'à ce jour, les plaignantes proposent la carte de fidélité Carrefour à leurs clients et bénéficient de l'intégralité des prestations prévues dans le contrat de fidélisation. De plus, en mars 2010, Carrefour a proposé aux saisissantes d'informer, à ses frais, les clients des magasins Carrefour de la zone de chalandise concernée ainsi que l'ensemble de la population de la zone de chalandise par voie d'affichages grand format, de la possibilité d'utiliser la carte de fidélité Carrefour dans le magasin Champion de la rue Marcadet, ce que les saisissantes ont refusé (cote n° 762).
84. S'agissant du montant des redevances de fidélité (passé, selon les saisissantes, de 0,34 % à 1 % du CA HT) et du montant des redevances de franchise, dont l'augmentation serait de 0,1 point de pourcentage (porté de 0,7 % à 0,8 %) en cas de passage du magasin sous enseigne Carrefour Market, les éléments du dossier ne permettent pas de démontrer que de telles hausses seraient de nature à affecter le jeu de la concurrence sur le marché.
85. L'appréciation du caractère proportionné ou non du montant des cotisations versées par les saisissantes en contrepartie des prestations fournies par Carrefour relève du juge commercial et non de l'Autorité de la concurrence, dès lors que ces pratiques n'affectent pas le jeu de la concurrence sur le marché concerné. À cet égard, l'article L. 442-6, I, 1° du code de commerce dispose expressément que le fait pour un commerçant « *d'obtenir ou de tenter d'obtenir d'un partenaire commercial un avantage quelconque ne correspondant à aucun service commercial effectivement rendu ou manifestement disproportionné au regard de la valeur du service rendu* » constitue une pratique restrictive de concurrence. Les saisissantes ont donc la possibilité d'introduire une action auprès du juge commercial

pour obtenir, si elles l'estiment fondée, réparation des sommes indûment versées à Carrefour au titre du contrat de fidélisation.

86. Compte tenu des engagements déjà proposés par Carrefour, il n'apparaît donc pas nécessaire d'exiger des engagements supplémentaires relatifs au niveau des redevances de fidélité.

E. SUR L'ENTRÉE EN VIGUEUR DES PRÉSENTS ENGAGEMENTS

87. Carrefour devra, dans un délai d'un mois à compter de la notification qui lui sera faite de la présente décision, adresser par lettre recommandée avec accusé de réception aux sociétés saisissantes une proposition de contrat de franchise Carrefour Market, respectant les principes énoncés ci-dessus. Une copie de ce courrier devra être adressée à l'Autorité de la concurrence. À défaut de signature du contrat de franchise Carrefour Market par la société Marcadet Distribution 75 dans un délai de deux mois suivant la réception par les sociétés saisissantes du courrier recommandé décrit ci-dessus, les engagements pris par Carrefour dans le cadre de la présente procédure devant l'Autorité de la concurrence deviendront caducs.
88. En conclusion, il y a lieu d'accepter et de rendre obligatoires les engagements proposés par Carrefour le 29 juillet 2011 et réitérés à l'issue de la séance, qui répondent aux préoccupations de concurrence soulevées dans l'évaluation préliminaire et présentent un caractère substantiel, crédible et vérifiable.

DÉCISION

Article 1^{er} : L'Autorité de la concurrence accepte et rend obligatoire les engagements pris par Carrefour, qui font partie intégrante de la présente décision à laquelle ils sont annexés.

Article 2 : La saisine enregistrée sous les numéros 10/0073 F et 10/0074 M est close.

Délibéré sur le rapport oral de Mme Juliette Herzele, rapporteure et l'intervention de M. Etienne Pfister, rapporteur général adjoint, par M. Patrick Spilliaert, vice-président, président de séance, Mmes Reine-Claude Mader-Saussaye et Pierrette Pinot, membres.

La secrétaire de séance,
Béatrice Déry-Rosot

Le vice-président,
Patrick Spilliaert

SAISINE 10/0073 F
ENGAGEMENTS DE LA SOCIETE CARREFOUR S.A.

Le 23 novembre 2011

Dans le cadre de la procédure actuelle, Carrefour est disposée, pour répondre de manière appropriée, crédible et vérifiable aux préoccupations de concurrence rappelées ci-dessus, à prendre les engagements suivants :

- Carrefour s'engage à proposer à Marcadet (sociétés Marcadet Distribution 75 et Marcadet Exploitation 75) la **signature d'un nouveau contrat de franchise sous enseigne Carrefour Market**. Un tel engagement répond directement à la première préoccupation de concurrence : en effet, dès lors que le magasin géré par Marcadet sera exploité sous enseigne Carrefour Market, il se trouvera dans une situation identique à celles des autres magasins du réseau Carrefour Market et, notamment, bénéficiera directement de l'ensemble des actions de promotion de cette enseigne.
- Pour répondre à la seconde préoccupation de concurrence, Carrefour s'engage à ce que ce **nouveau contrat de franchise proposé à Marcadet soit adapté dans certaines de ces clauses par rapport au contrat-type Carrefour Market** (tel qu'il a été communiqué par Carrefour en PIECE 40 de ses observations dans le cadre de la procédure de mesures conservatoires) afin d'aboutir à l'équivalence des conditions offertes par rapport au Contrat de franchise Champion Marcadet¹. Les adaptations proposés par Carrefour dans ce cadre portent sur les dispositions suivantes :

① Aménagement de la durée du contrat :

Le Contrat de franchise Champion Marcadet ayant été conclu pour une durée initiale de 7 ans renouvelable pour 3 ans, Carrefour, s'engage à proposer à Marcadet un contrat de franchise Carrefour Market d'une durée initiale de trois ans, renouvelable par période de trois ans.

¹ Il doit être observé que ce contrat est très ancien (il a été signé en 1989) et que, ce faisant, il présente des différences non négligeables par rapport aux contrats de franchise Champion les plus récents, tels qu'ils étaient proposés aux franchisés préalablement au développement du concept Carrefour Market.

Dans le cas où Marcadet serait expulsée des locaux à l'issue de la procédure d'éviction actuellement en cours, le contrat de franchise Carrefour Market serait alors considéré comme caduc et, partant, résilié sans indemnité de part et d'autre.

② Suppression de la clause de non-réaffiliation :

L'article 3.2.6. § 2 du Contrat de franchise Champion Marcadet dispose que *"le franchisé s'engage à ne pas exploiter d'autres magasins à dominante alimentaire sans obtenir l'autorisation du franchiseur"*.

L'article 1.2. du contrat-type Carrefour Market contient une disposition en tout point similaire.

Par ailleurs, son article 7 précise, aux paragraphes 3 et 4, qu' *"en cas de rupture de la présente convention avant son terme et sans préjudice de l'exercice de la clause pénale ci-dessus et toute demande en dommages intérêts complémentaire, le FRANCHISE s'oblige à ne pas utiliser directement ou indirectement, personnellement ou par personne interposée, en société ou autrement, une enseigne déposée ou non, arborée par plus de vingt magasins au niveau national et à ne pas offrir en vente des marchandises dont les marques sont liées à ces enseignes (marques propres) ceci dans un rayon de cinq kilomètres du magasin CARREFOUR MARKET faisant l'objet du présent accord. Cette interdiction prendra effet à compter de la date de résiliation du présent contrat et sera valable pendant toute la durée restant à courir dudit contrat, sans pouvoir être inférieure à deux ans. Il est précisé que dans le cas où le franchisé violerait cette obligation dans le délai susindiqué, le point de départ du délai est reporté à la date de cessation effective de la violation de l'interdiction susvisée"*.

Le Contrat de franchise Champion Marcadet ne contenant pas de disposition similaire à celle rappelée ci-dessus, Carrefour s'engage à proposer à Marcadet un contrat de franchise Carrefour Market ne contenant pas les dispositions de l'article 7 paragraphes 3 et 4 du contrat-type Carrefour Market.

③ Aménagement du droit de priorité :

L'article 3.5. du Contrat de franchise Champion Marcadet dispose que *"dans le cas où le FRANCHISE désirerait vendre ou apporter en société le fonds de commerce objet des présentes, pendant la durée du présent contrat ou au cours des période de renouvellement, le FRANCHISEUR aura un droit de préférence sur cette cession ou*

cet apport (...). Si le FRANCHISEUR décide de se porter acquéreur, il aura une priorité" absolue pour racheter le fonds (...)".

Le contrat-type Carrefour Market prévoit également un mécanisme de droit de préférence (article 3.4.2.), l'article 3.4.2.1. relatif à la durée de ce droit disposant que *"le droit de préférence consenti dans le cadre des présentes l'est pour toute la durée du contrat, pendant sa période initiale et ses périodes de renouvellement, prorogation ou reconduction et qu'il ne deviendra caduc qu'à l'expiration de la deuxième année qui suivra la date de la perte de la qualité de franchisé, ce quels que soient les motifs de cette perte de qualité"*.

Le Contrat de franchise Champion Marcadet n'accordant au franchiseur un droit de priorité que pendant la durée du contrat, Carrefour s'engage à proposer à Marcadet un contrat de franchise Carrefour Market dont l'article 3.4.2.1. serait rédigé de la façon suivante : *"Il est expressément convenu entre les parties que le droit de préférence consenti dans le cadre des présentes l'est exclusivement pour la durée du contrat, pendant sa période initiale et ses périodes de renouvellement, prorogation ou reconduction"*.

④ Suppression du droit d'entrée à paiement différé :

L'article 3.5.1 du contrat-type Carrefour Market prévoit que *"le franchisé s'engage à verser au franchiseur un droit d'entrée, dont le montant est défini en annexe 1 des présentes"*.

A toutes fins utiles, Carrefour s'engage à proposer à Marcadet un contrat de franchise Carrefour Market expressément expurgé des dispositions de l'article 3.5.1. telles que rappelées ci-dessus.

⑤ Prise en charge d'une partie des travaux spécifiquement liés au changement d'enseigne du magasin exploité par Marcadet

Carrefour s'engage, pour tenir compte de la situation potentiellement précaire de Marcadet du fait de la procédure d'éviction, à proposer à Marcadet la prise en charge de soixante-quinze (75) %, jusqu'à concurrence de deux-cent vingt-cinq mille (225.000) euros au maximum, des travaux spécifiquement liés à la transformation du magasin en Carrefour Market.

Mise en œuvre

Carrefour mettra en œuvre ces engagements dans un délai de un (1) mois à compter de la notification à Carrefour de la décision de l'Autorité de la concurrence qui les rend obligatoire.

Cette mise en œuvre sera faite par lettre recommandée avec accusé de réception aux sociétés Marcadet Distribution 75 et Marcadet Exploitation 75. Une proposition de contrat de franchise Carrefour Market, respectant les principes énoncés ci-dessus, sera jointe à cet envoi, dont une copie sera adressée à l'Autorité de la concurrence.

Le présent engagement prendra fin à la signature par la société Marcadet Distribution 75 du contrat de franchise Carrefour Market respectant les principes énoncés ci-dessus et au plus tard dans un délai de deux (2) mois suivant l'envoi de la lettre recommandée avec accusé de réception décrite ci-dessus.

Pour Carrefour


Patrick Hubert, avocat

Pour l'Autorité de la concurrence
le Président de séance

