



Décision n° 90-D-27 du 11 septembre 1990
relative à des pratiques relevées sur le marché des tuiles et des briques en Alsace

Le Conseil de la concurrence,

Vu la lettre enregistrée le 4 octobre 1988 sous le numéro F 188 (C 220) par laquelle la S.A. Bleger, négociant en matériaux de construction, dont le siège est situé à Ilsenheim (Bas-Rhin), a saisi le Conseil de la concurrence de pratiques discriminatoires dont elle serait l'objet de la part d'un de ses principaux fournisseurs en tuiles, briques et autres matériaux, la S.A. des tuileries Sturm, dont le siège est situé à Eguisheim (Haut-Rhin);

Vu les ordonnances n° 45-1483 et n° 45-1484 du 30 juin 1945, modifiées, relatives respectivement au prix et à la constatation, la poursuite et la répression des infractions à la législation économique;

Vu l'ordonnance n° 86-1243 du 1er décembre 1986 relative à la liberté des prix et de la concurrence, modifiée, ensemble le décret n° 86-1309 du 29 décembre 1986, modifié, pris pour son application;

Vu la décision n° 83-1 du 1er juillet 1983 du ministre de l'économie, des finances et du budget relative à des pratiques anticoncurrentielles relevées sur le marché des tuiles et briques en terre cuite en Alsace, ensemble l'avis rendu par la commission de la concurrence le 27 janvier 1983;

Vu les décisions n°s 89-DSA-06, 89-DSA-07, 89-DSA-08, 89-DSA-09 du président du Conseil de la concurrence, en date du 29 décembre 1989, relatives à la communication de pièces mettant en jeu le secret des affaires;

Vu les observations présentées par les parties et par le commissaire du Gouvernement;

Vu les autres pièces du dossier;

Le rapporteur, le rapporteur général, le commissaire du Gouvernement et les représentants de la société Justin Bleger et des sociétés S.A des tuileries Jean-Philippe Sturm et S.A. des tuileries réunies du Bas-Rhin entendus;

Retient les constatations (I) et adopte la décision (II) ci-après exposées :

I. - CONSTATATIONS

Les caractéristiques du marché

La commission de la concurrence, dans son avis du 27 janvier 1983 concernant la situation de la concurrence sur le marché alsacien des tuiles et des briques au cours des années 1977 à 1980, décrivait comme suit le marché de ces produits :

«L'industrie des tuiles et briques est répartie sur l'ensemble du territoire, ce qui tient à la fois à certaines traditions anciennes et au caractère pondéreux des produits qui les rend difficiles à transporter surtout s'agissant des briques; on observe, et ceci explique sans doute le caractère autonome des productions régionales, que les transferts de tonnage d'une zone à l'autre sont rares et que le particularisme des produits est sensible.»

1° Le marché de la brique.

Si la brique est devenue absente du marché de la grande construction (grands collectifs, H.L.M., constructions publiques), elle demeure en Alsace le matériau traditionnel de construction des maisons individuelles. On la trouve aussi fréquemment, en murs extérieurs, dans l'habitat collectif moyen.

L'industrie alsacienne, qui fabrique la gamme complète des produits nécessaires au marché régional de la construction, se singularise dans la production des briques creuses à perforations verticales qui sont spécifiques à la région, les autres régions françaises produisant des briques à perforations horizontales.

Les produits substituables à la brique, principalement constitués par les bétons cellulaires et les bétons légers, n'occupent qu'une très faible part du marché. L'avantage que leur conférerait leur prix n'apparaît pas dans l'immédiat suffisant pour permettre à ces matériaux d'y pénétrer de façon significative, la brique conservant la suprématie liée à une tradition régionale vivace.

2° Le marché de la tuile.

A l'exception de certaines constructions d'habitat collectif, la tuile reste le matériau de couverture utilisée pour l'ensemble de l'habitat individuel ou collectif en Alsace.

Trois types de tuiles sont présentes sur le marché :les tuiles plates, les tuiles pressées, les tuiles béton. La tuile plate est l'élément fondamental de la toiture traditionnelle en Alsace. Les tuiles pressées à emboîtement ou tuiles pannes sont d'un modèle largement répandu en France. Les tuiles béton présentent avec la tuile pressée des similitudes qui permettent à ces deux matériaux de répondre à une même catégorie de demande. L'augmentation de la place prise sur le marché par la tuile béton au cours des dernières années s'explique essentiellement par un rapport de prix favorable.

Les opérateurs intervenant sur le marché de la brique et de la tuile en Alsace

1° Sur l'existence d'un groupe de sociétés Sturm

La famille Sturm détient la quasi-totalité du capital de la S.A. des tuileries Jean-Philippe Sturm et de la S.A. des Tuileries réunies du Bas-Rhin dont les liens sont renforcés par des participations croisées. M. Jean-Dominique Sturm, qui possède environ 70 p. 100 du capital de chacune des sociétés, assure la présidence de celles-ci. L'unité de direction et de contrôle financier des deux sociétés en fait une entité économique qui permet de les considérer comme un groupe d'entreprises.

2° La situation des entreprises intervenant sur le marché de la brique en Alsace

Le marché de la brique en Alsace est alimenté uniquement par la production régionale qui est assurée par trois entreprises dont deux sont celles du groupe Sturm. La troisième est la S.A. Tuileries du pont d'Aspach, qui appartient au groupe suisse Laufen.

De 1984 à 1988, le groupe Sturm a disposé d'une part du marché de la brique en Alsace s'étageant de 81,9 p. 100 à 83,3 p. 100 des ventes.

Par rapport au groupe Sturm, son concurrent direct, la Société des tuileries du pont d'Aspach est de taille réduite. La situation géographique de son unité de production, au sud du Haut-Rhin, ne lui permet pas d'assurer une couverture de la région aussi efficace que celle du groupe Sturm avec ses trois usines bien situées sur les deux départements.

3° La situation des entreprises intervenant sur le marché de la tuile en Alsace

En ce qui concerne la tuile plate, le marché est alimenté par cinq entreprises dont deux implantées en Alsace et trois extérieures. La fabrication locale est assurée par la Société des tuileries Sturm et la société Bisch Marley.

Les entreprises extérieures sont constituées par trois sociétés appartenant respectivement aux groupes Imetal, Lambert et Laufen.

Les tuiles pressées ne sont fabriquées dans la région que par la société Bisch-Marley. Les apports extérieurs proviennent des groupes Imetal, Lambert et Laufen.

Les tuiles béton commercialisées en Alsace sont représentées par deux marques : les tuiles béton Redland et les tuiles Marley Betopan.

Les tuiles Redland sont vendues en Alsace par l'intermédiaire de la S.A. des tuileries Sturm, qui détient une concession lui accordant l'exclusivité de la commercialisation de ce produit.

Au cours de la période 1983 à 1988, la société Sturm a détenu, en ce qui concerne la tuile plate, des parts de marché variant de 75 à 80 p. 100.

En ce qui concerne les tuiles béton la société Sturm distance de très loin son concurrent Marley-Betopan, puisque avec la tuile Redland elle a réalisé entre 85 et 88 p. 100 des ventes de ce produit sur la période considérée.

Si l'on réfère à l'ensemble du marché de la tuile (tuile plate, tuile pressée, tuile béton), l'on constate que la période considérée, la société Sturm avec la tuile plate et la tuile Redland a pratiquement constamment fourni environ 50 p. 100 du marché alsacien.

Tant sur le marché de la brique que sur celui de la tuile en Alsace, la position du groupe Sturm, caractérisée par les parts de marché prépondérantes détenues, en ce qui concerne la brique, la tuile plate, la tuile béton, se trouve confortée par l'imperméabilité du marché aux produits de substitution ainsi que par les difficultés rencontrées par les opérateurs extérieurs pour y pénétrer en raison des coûts de transport et du caractère spécifique des produits découlant des traditions régionales en matière de construction.

Les négociants en matériaux de construction ne pourraient dans ces conditions que très difficilement se dispenser de commercialiser des produits émanant du groupe Sturm dont au surplus la notoriété dans la région est établie.

Le groupe Sturm dispose en outre d'un réseau commercial bien implanté dont l'efficacité est renforcée par le fait qu'il peut proposer toute une gamme diversifiée de matériaux de construction.

Les faits susceptibles d'être qualifiés

En quasi-totalité, les produits relevant du marché de la tuile et de la brique sont commercialisés par l'intermédiaire de négociants en matériaux. L'un de ceux-ci, M. Claude Bleger, président-directeur général de la société Justin Bleger S.A. constatait que depuis 1982 les conditions de vente des sociétés du groupe Sturm étaient restées identiques pour sa société, et qu'au cours des années 1983 à 1985 la S.A Bleger ne parvenait plus à placer de manière compétitive, auprès de ses clients, la gamme des produits provenant des sociétés du groupe Sturm.

Il n'existe pas de documents écrits retraçant les conditions générales de vente et les taux de remises susceptibles d'être accordés par les sociétés du groupe Sturm. Mais il résulte de l'instruction qu'au cours des années 1983 à 1989 les taux des remises accordées par ces sociétés aux autres négociants en matériaux et en particulier aux concurrents directs de la S.A. Bleger ont été réévalués et que la société Bleger a effectivement subi de ce fait un désavantage concurrentiel pour la commercialisation de la plupart des produits provenant des sociétés du groupe Sturm.

C'est ainsi que sur les briques les remises accordées à la S.A. Blerger par la S.A. des tuileries réunies sont restées comparables à celles de ses principaux concurrents jusqu'en 1985. A partir de l'année 1986 ces derniers bénéficient tous sur les briques perforées de remises supérieures (10 à 13 p. 100) à celles de la société Bleger (9 p. 100). A partir de l'année 1988 le taux de remise accordé à la société Bleger (5 p. 100) est inférieur de 2 à 6 p. 100 à celui dont bénéficient les autres négociants (7, 8, 11 p. 100), l'écart maximum étant observé par rapport à la société Kieffer qui est le principal concurrent de la S.A. Bleger.

Sur les briques normales et grand format les remises accordées à la S.A. Blerger (8 p. 100) par la S.A. des tuileries J.-P. Sturm sont restées stables sur toute la période. A partir de 1984 l'écart s'est creusé avec son principal concurrent, la société Kieffer, qui, pour son dépôt de

Sélestat, le plus proche des établissements Bleger, a vu ses remises portées de 10 à 13 p. 100 à partir de 1984 puis de 13 à 15 p. 100 à partir de 1988.

Les remises accordées par les deux sociétés du groupe Sturm sur les autres matériaux offerts sur le marché de la brique, à savoir les briques ISO-S et Isopor ont été établies, en partie, sur la base d'une convention pilote tendant à favoriser la promotion de ces matériaux, dont le début de mise en application remonte à l'année 1984.

Les signataires de la convention bénéficiaient automatiquement de 4 points de remise supplémentaire (base 7 p. 100) auxquels pouvaient s'ajouter 1 p. 100 pour stockage et 1 p. 100 pour gamme complète.

Sur la pratique ISO-S les remises de la S.A. Bleger sont restées de 7 p. 100, tandis que les négociants concurrents bénéficiaient de 11 à 13 p. 100. Sur la brique Isopor les écarts entre les remises de la S.A. Bleger et celles de ses principaux concurrents sont demeurés du même ordre.

Si sur la tuile plate les remises accordées à la société Bleger sont restées comparables à celles des autres négociants (8 p. 100), sur les tuiles béton Redland, elle ne bénéficiait que de 25 p. 100 de remises alors que le taux de celles accordées aux négociants concurrents était de 28 p. 100.

Les dirigeants des sociétés du groupe Sturm justifiaient l'octroi de remises différenciées par les considérations suivantes.

Pour le directeur commercial de la S.A. des tuileries Sturm «les conditions d'attribution des éventuelles remises sont négociées individuellement avec chaque nouveau client. Ces conditions individualisées ne sont pas remises en cause lors des révisions tarifaires annuelles».

Il précisait que les critères d'attribution des remises de base étaient les suivants :«importance et niveau du chiffre d'affaires - évolution du chiffre d'affaires - fidélité à la marque (référencement, gamme complète ou pas; exclusivité de notre marque pour un, plusieurs ou l'ensemble de notre gamme) - tenue des engagements financiers - services rendus par le négociant (prescription de nos produits, transport, service au client- ancienneté des relations commerciales».

Sur le mode de calcul des remises, il déclarait :«Les remises ne sont pas individualisées par critère étant donné que les paramètres sont tellement différents entre eux, par nature, non quantifiables, et que l'on ne peut pas les additionner. Dans les faits nous réalisons au niveau humain une appréciation propre à chaque client».

Pour sa part, le directeur commercial de la S.A. des tuileries réunies expliquait qu'une remise de base de 6 p. 100 sur facture était accordée aux négociants au titre des conditions générales de vente et qu'au titre des conditions particulières négociées avec chaque client pouvaient s'ajouter à cette remise de base des remises d'un taux maximum de 3 p. 100 destinées à rémunérer diverses fonctions. La remise maximale sur facture s'échelonne donc de 6 à 9 p. 100.

A partir de l'année 1988 les conditions de vente ont été modifiées et un nouveau taux de remise unique globale a été notifié à chaque négociant, ce taux cumulant la remise de base et les remises accordées au titre des conditions particulières dont le taux global avait été ramené de 3 p. 100 à 2 p. 100 et 2,5 p. 100.

Sur l'évolution générale des taux de remise :

Le directeur administratif et commercial de la S.A. des tuileries Sturm, lors de l'enquête diligentée au cours de la procédure d'information ouverte à la suite de la plainte de la S.A. Bleger, expliquait comme suit l'évolution des taux de remise :

«Pour les briques courantes Bleger a depuis 1975 et jusqu'en 1985 une remise de 8 p. 100, Kieffer Benfeld a 9 p. 100, Kieffer Eichoffen a 9 p. 100, Kieffer Colmar a 9 p. 100, Kieffer Sélestat a eu 9 p. 100 puis 10 p. 100 depuis 1982, 13 p. 100 depuis 1983. Depuis 1983 Siehr et Maechler ont 7 p. 100. L'écart est ridiculement faible et l'on ne peut parler de discrimination, d'autant plus que Kieffer, en tant que groupe, est le deuxième client de Sturm. En 1983 la remise de Kieffer a été portée à 13 p. 100 à Sélestat parce que cette remise était nécessaire à notre cliente pour placer nos produits face à ceux de T.P.A. vendus par Bleger».

«(...) Pour les tuiles Redland, je pense qu'il est facile d'établir que dans ce domaine également Bleger a toujours eu une prédilection pour la tuile concurrente de marque T.M.B. (...). Compte tenu de l'évolution de sa politique nous avons dû soutenir les clients Redland».

La politique commerciale suivie par la S.A. des tuileries réunies s'inspire des mêmes considérations comme en témoignent les déclarations faites au cours de l'enquête par le directeur commercial de cette société.

«En ce qui concerne la société Bleger, de 1983 à 1986, elle a bénéficié du niveau moyen des remises accordées. Ce niveau est même favorable si l'on se réfère au chiffre d'affaires réalisé. Elle n'a pas bénéficié des augmentations intervenues en 1986. De 1983 à 1987 le niveau des remises n'a pas été modifié(...)»

«(...) Après la restructuration du tarif et des remises en 1988, la société Bleger se situe à un point en dessous de la remise de base. Ceci s'explique par le fait que c'est un petit client qui dénigre et travaille contre nos produits.»

Sur la convention pilote ISO-S Isopor :

Sur l'origine et les conditions de présentation aux négociants de la convention ISO-S Isopor, le directeur commercial de la S.A. des tuileries Sturm donnait les explications suivantes :

«Non content de prendre une brique d'un autre fabricant, Belger s'est dans le même temps lancé dans la promotion et la commercialisation d'un produit de substitution à nos briques de haut de gamme type ISO, en l'occurrence Calinoor qui est un produit d'importation. Les autres négoce entourant Bleger se sont plaints (...). Nous avons donc mis en place, puisque nous étions en train de développer une nouvelle gamme de briques, un contrat pilote par lequel le négociant s'engageait à assurer la promotion exclusive de ce nouveau produit.»

Il résulte de l'enquête que les négociants auxquels la convention a été proposée ont fait l'objet d'une sélection en fonction de leur préférence pour les produits commercialisés par les sociétés du groupe Sturm.

La convention ISO-S s'analyse comme un contrat de coopération commerciale par lequel le client prend certains engagements, rémunérés par le fournisseur au moyen de remises supplémentaires qui s'ajoutent à la remise de base accordée au négociant non signataire.

Les principales clauses de la convention concernent :

- la promotion du produit ISO-S;
- la non-commercialisation de produits concurrents;
- la disponibilité du produit sur stock;
- la commercialisation de la gamme complète;
- le respect des prix de vente.

En ce qui concerne l'application de la convention, tous les signataires ont systématiquement bénéficié du taux de remise maximum de 13 p. 100 à la S.A. des tuileries Sturm et de 12 p. 100 à la S.A. des tuileries réunies, indépendamment du respect des critères fixés par la convention.

De plus des négociants non signataires se sont vu accorder progressivement sur les produits ISO-S et Isopor le même taux de remise que les signataires, parce que, selon les déclarations des responsables des tuileries réunies du Bas-Rhin, «de fait ils respectaient l'esprit de la convention sans l'avoir signée».

II. - A LA LUMIERE DES CONSTATATIONS QUI PRECEDENT, LE CONSEIL DE LA CONCURRENCE

Sur la procédure :

Considérant que les faits dont a été saisi le Conseil de la concurrence et dont l'origine remonte à l'année 1983 ont fait l'objet d'actes réguliers tendant à leur recherche, leur constatation et leur sanction, d'abord au cours de la procédure suivie auprès du tribunal de grande instance de Colmar à la suite de la plainte avec constitution de partie civile formée le 23 juillet 1985 par la S.A. Bleger, ensuite au cours de l'enquête diligentée en 1989 par les services de la direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes à la suite de la présente saisine; que ces faits, qui sont la manifestation de comportements qui se sont poursuivis de façon continue, ne sont donc pas couverts par la prescription et peuvent être valablement qualifiés tant au regard des dispositions de l'ordonnance n° 86-1243 du 1er décembre 1986, qu'en application de celles de l'ordonnance n° 45-1483 du 30 juin 1945 pour ceux qui sont antérieurs à la date d'entrée en vigueur de l'ordonnance du 1er décembre 1986;

Sur le fond :

En ce qui concerne la définition du marché :

Considérant que les sociétés du groupe Sturm mettent en cause la délimitation à la région Alsace du marché pertinent, en faisant valoir que depuis l'avis émis par la commission de la concurrence le 27 janvier 1983 qui portait sur la situation de la concurrence au cours des années 1977 à 1980, le secteur aurait été marqué par la diminution du nombre des entreprises

et l'émergence de grands groupes industriels tels que les groupes Laufen, Imetal ou Lambert, que sur le marché national les six premiers groupes représenteraient 70 p. 100 du chiffre d'affaires de la profession, alors que la part du groupe Sturm n'atteindrait de manière constante que moins de 4 p. 100 et que les établissements Sturm ne destinent plus à l'Alsace, par exemple, que 40 p. 100 des briques qu'ils produisent, alors qu'inversement les opérateurs industriels extérieurs à l'Alsace sont déjà représentés sur le marché alsacien où leurs ventes progressent; que les sociétés du groupe Sturm, sur la base de ces constatations, en viennent à conclure que «le marché de référence jusqu'alors fragmenté en ressorts géographiques délimités autour des centres de production se dilate à l'échelon national et international», et contestent par voie de conséquence détenir une position dominante sur le marché des tuiles et sur celui des briques;

Mais considérant que les restructurations intervenues au cours de ces dernières années n'ont pas affecté la position détenue par le groupe Sturm en Alsace tant en ce qui concerne le marché des briques, l'absorption par le groupe Laufen de la société des Tuileries du Pont d'Aspach n'a eu aucune incidence sur la part de marché de 20 p. 100 détenue par cette société, alors que les sociétés du groupe Sturm en conservaient 80 p. 100; qu'en ce qui concerne le marché des tuiles, la position des sociétés du groupe Sturm n'a pas été davantage menacée puisque depuis 1983 ces sociétés ont conservé une part d'environ 50 p.

100, en dépit de la présence de grands groupes tels que Laufen, Imetal et Poliet Lambert;

Considérant que si les entreprises alsaciennes fabriquant des tuiles et des briques vendent une partie non négligeable de leur production en dehors de l'Alsace, il n'en demeure pas moins qu'indépendamment de la concurrence qu'elles peuvent y rencontrer, il existe, pour les tuiles d'une part et les briques de l'autre, un marché géographique alsacien sur lequel elles concentrent principalement leurs efforts et où elles entrent directement en concurrence;

Considérant que la délimitation de ces marchés à l'Alsace résulte de données objectives qui demeurent et tiennent aux traditions locales de construction privilégiant la tuile et la brique par rapport aux matériaux de substitution, à la spécificité des produits utilisés en Alsace et au caractère pondéreux de ces matériaux, dont la faible valeur intrinsèque s'accorde mal avec le caractère onéreux des transports;

Considérant qu'il résulte des constatations consignées dans la partie I de la présente décision que, sur les marchés ainsi définis, le groupe d'entreprises formé par la société des Tuileries Jean Philippe Sturm S.A. et la société des tuileries réunies du Bas-Rhin S.A. détient une position dominante;

En ce qui concerne les pratiques des sociétés du «groupe Sturm» :

Sur le système d'attribution des remises :

Considérant que, contrairement à la réglementation, les conditions générales de vente des sociétés du groupe Sturm ne comportent aucune mention concernant les critères d'attribution et le niveau des remises, ni aucun barème d'écart; que la politique commerciale de ces sociétés, ainsi dépourvue de transparence, ne permet pas de vérifier l'objectivité des critères retenus pour l'attribution des remises ni les modalités de leur application;

Considérant qu'il ressort, tant des constatations opérées que des déclarations des responsables des sociétés du groupe Sturm, que le système d'attribution des remises qu'elles retiennent s'apparente, au regard des principaux critères retenus, aux remises dites «de fidélité», calculées non exclusivement en fonction de quantités fixées objectivement et valables pour l'ensemble des acheteurs éventuels, mais d'estimations établies cas par cas pour chaque client;

Considérant que, mis en œuvre par un groupe de sociétés disposant d'une position dominante sur le marché de la tuile et sur celui de la brique, dont les négociants sont les partenaires obligés pour un certain nombre de produits de grande notoriété, un tel système qui affecte le fonctionnement global de la concurrence, dans la mesure où il fausse le jeu de la concurrence entre les négociants et entrave l'accès au marché dans des conditions de compétition normale de produits concurrents, constitue une exploitation abusive de ladite position dominante;

Sur la convention ISO-S Isopar :

Considérant que, présentée comme un contrat de coopération commerciale tendant à favoriser la promotion de produits nouveaux, en l'espèce des briques de modèle ISO-S ou Isopor à haut pouvoir isolant fabriquées par les sociétés du groupe Sturm, et propres à maintenir la position des produits en terre cuite face à la concurrence de produits de substitution en béton allégé, tels ceux des marques Calinoor ou Bisotherm, la convention avait en fait pour objet et pour effet de procurer un avantage financier substantiel aux négociants qui s'engageaient à ne pas commercialiser les produits de substitution; que, dans les faits, la convention a servi de justification purement formelle à l'attribution des remises aux négociants attachés à la commercialisation des produits Sturm sans vérification de la réalité des services rendus, en accordant pratiquement à tous le taux maximum de remise, des négociants non signataires se trouvant par la suite alignés sur les commerçants signataires;

Considérant, dans ces conditions, que, comme le système général d'attribution des remises, celui qui découle de la convention constitue une pratique ayant pour effet de pénaliser les négociants cherchant à diversifier leurs sources d'approvisionnement; qu'en raison de la position dominante des sociétés du groupe Sturm, semblable pratique a pu fausser la situation de la concurrence dans les mêmes conditions que le système général d'attribution des remises dont elle constitue le prolongement;

Considérant enfin, que en raison de leur position dominante, les sociétés du groupe Sturm ont pu également imposer aux commerçants signataires de la convention ISO-S Isopor l'engagement de ne pas commercialiser de produits concurrents et celui de respecter des prix de vente, ces obligations ayant manifestement pour objet et pouvant avoir pour effet de fausser le jeu de la concurrence sur le marché considéré;

Considérant que la circonstance, invoquée par les sociétés du groupe Sturm, que celles-ci entendaient se défendre contre les initiatives commerciales de la société Bleger, qui s'efforçait de diffuser notamment des produits importés, ne les autorisait pas à recourir à des procédés contraires aux règles de la libre concurrence;

Considérant, dès lors, que les pratiques ci-dessus analysées tombent sous le coup de l'article 8 de l'ordonnance n° 86-1243 du 1er décembre 1986, sans qu'aucun fait les justifie au regard de l'article 10 de ce texte et, pour les faits antérieurs à la date d'entrée en vigueur de l'ordonnance du 1er décembre 1986, sous le coup de l'article 50, dernier alinéa, de l'ordonnance n° 45-1483 du 30 juin 1945 sans pouvoir être justifiées au regard de son article 51,

Décide :

Art. 1er. - Il est enjoint à la Société des tuileries Jean-Philippe Sturm S.A. et à la société des tuileries réunies du Bas-Rhin S.A.:

1° D'inclure dans leurs conditions générales de vente des critères précis et objectifs d'attribution des remises sur le prix d'achat par les négociants des tuiles et des briques;

2° De modifier les «conventions pilotes» concernant la commercialisation des briques Iso-S et Isopor afin de supprimer les clauses relatives à l'engagement de ne pas commercialiser de produits concurrents et de respecter des prix de vente.

Art. 2 - Dans un délai de six semaines à compter de la date de notification de la présente décision, le texte intégral de celle-ci sera publié aux frais communs des sociétés anonymes des tuileries Jean-Philippe Sturm et des tuileries réunies du Bas-Rhin, dans Le Moniteur des travaux publics.

Délibéré en section, sur le rapport de M. Jean-Marie Somny, dans sa séance du 11 septembre 1990, où siégeaient :

M. Béteille, vice-président, président,
M. Fries, Mme Hagelsteen, Mme Lorenceau et M. Schmidt, membres.

Le rapporteur général suppléant,
A.P. WEBER

Le vice-président, président la section,
R. BETEILLE

© Conseil de la concurrence