



Décision n° 90-MC-09 du 4 juillet 1990
relative à une demande de mesures conservatoires présentée par M. Michel Champetier

Le Conseil de la concurrence,

Vu la lettre enregistrée le 25 mai 1990 sous le numéro M 71 par laquelle M. Michel Champetier a saisi le Conseil de la concurrence d'une demande de mesures conservatoires à l'encontre du syndicat des producteurs de films publicitaires (S.P.F.P.);

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

Vu les observations présentées par M. Champetier;

Vu les observations présentées par le S.P.F.P.;

Vu les observations du commissaire du Gouvernement;

Le rapporteur, le rapporteur général, le commissaire du Gouvernement et les parties entendus;

Considérant en premier lieu qu'à la suite d'une lettre adressée par M. Champetier à des annonceurs en octobre 1989 et préconisant une réduction du coût des films publicitaires, le président et les vice-présidents du syndicat des producteurs de films publicitaires se sont adressés en ces termes à l'ensemble des adhérents de l'organisation professionnelle ainsi qu'aux principales agences publicitaires : «Un de nos anciens confrères, M. Michel Champetier (ex-Transcontinentale Productions) diffuse auprès des annonceurs une charte offrant ses services conseiller en production audiovisuelle (Cost controller). Nous avons pris connaissance de sa «charte». Elle nous pose de graves problèmes. Les méthodes préconisées enlèvent en effet au producteur et à l'agence une part trop importante de leurs prérogatives indispensables. La plus élémentaire éthique est bafouée. Le discours est démagogique et partiellement diffamatoire. Nous vous confirmons que les agences sont et doivent demeurer nos premiers interlocuteurs et qu'il est, bien entendu, impensable que nous traitons les productions publicitaires en négligeant le rôle essentiel de l'agence ainsi que le recommande (et le pratique) M. Champetier. Le résultat prévisible de telles ingérences est que les campagnes vont être créativement mal traitées, que les annonceurs en subiront des préjudices et qu'ils en feront éventuellement porter la responsabilité aux agences et aux production. Néanmoins, la promesse de baisser les coûts de production de 30 à 40 p. 100 séduit inévitablement et des annonceurs importants ont déjà confié des missions à M. Champetier (Philips, Reckitt, Benkiser et apparemment de nombreux autres). Les vingt-six producteurs du S.P.F.P. (liste jointe) ont décidé de refuser les films pour lesquels M. Champetier serait mandaté par les annonceurs. Nous constatons que les annonceurs désirent être rassurés par la présence à leurs côtés d'experts de différents types afin d'améliorer la transparence dans leurs rapports avec les agences et les producteurs. Dans la mesure où les responsabilités des uns et des autres sont clairement définies et déontologiquement acceptables, notre association n'a pas

d'état d'âme devant cet état de fait. Dans l'état actuel de la 'charte d'intervention' de M. Michel Champetier, c'est inenvisageable. Nous attendons de sa part un démenti public (...);

Considérant que cette lettre-circulaire du S.P.F.P. contient un véritable appel au boycott de l'entreprise de M. Champetier, le S.P.F.P. ayant d'ailleurs reconnu dans ses observations que cette pratique était de nature à opposer un «obstacle» à l'exercice de l'activité professionnelle de ce dernier; que la pratique mise en oeuvre, de manière discriminatoire par l'organisation professionnelle en cause est susceptible de constituer la manifestation d'une entente manifestement illicite au sens des dispositions de l'article 7 de l'ordonnance du 1er décembre 1986 dans la mesure où elle peut avoir pour effet de limiter fortement l'accès du marché des films publicitaires à l'entreprise de M. Champetier;

Considérant en second lieu qu'à la suite d'une délibération de l'assemblée générale extraordinaire en date du 29 janvier 1990 du S.P.F.P. celui-ci a adressé le 31 janvier aux membres du syndicat et aux principales agences publicitaires une nouvelle lettre-circulaire qui comporte les mentions suivantes : «(...) 1. Nous souhaitons la transparence dans les rapports Annonceurs/Agence/Production. Les conseillers audiovisuels dont la mission va dans ce sens sont les bienvenus. 2. Notre interlocuteur est le TV Producer en tant que représentant de l'agence. 3. Les propositions d'intervention de M. Champetier demeurent inacceptables pour nous. 4. Lorsqu'une agence devra faire un film sur lequel M. Champetier serait susceptible d'intervenir, nous soumettrons au TV Producer le devis et le discuterons avec lui. Nous serons à disposition ensuite de l'agence pour rencontrer M. Champetier, avec le TV Producer, en présence de l'annonceur et expliquerons notre proposition et nos responsabilités réciproques. 5. Le producteur se réservera quant à lui le droit de ne pas accepter une commande dont les conditions lui paraîtraient périlleuses économiquement ou artistiquement (...); que, selon le S.P.F.P., cette correspondance était de nature à lever tout obstacle à l'exercice de l'activité de M. Champetier;

Mais considérant d'abord que cette deuxième lettre-circulaire ne lève pas le boycott lancé par la première; que, bien plus, le paragraphe 3 ci-dessus reproduit confirme l'opposition du syndicat à l'entreprise de M. Champetier et le paragraphe 4 organise une ingérence dudit syndicat dans le libre choix des entreprises; que, du fait de la discrimination qu'elle maintient, cette correspondance ne peut être regardée comme autant mettant fin au trouble constaté;

Considérant que, contrairement à ce que prétend le S.P.F.P., les consignes discriminatoires diffusées par cette organisation exposent l'entreprise de M. Champetier, du fait notamment de sa création récente et de la fragilité qui en résulte, à un danger grave et immédiat; qu'il ressort d'ailleurs du dossier qu'au moins une entreprise non adhérente au syndicat a suivi le mot d'ordre le boycott; qu'en outre, lesdites consignes portent une atteinte grave à l'intérêt immédiat des annonceurs dans la mesure où elles restreignent le libre jeu de la concurrence entre les producteurs; qu'il y a lieu, dès lors, en application de l'article 12 de l'ordonnance du 1er décembre 1986 susvisée, de prescrire au syndicat de prendre les dispositions propres à faire disparaître les entraves dont il s'agit,

Décide :

Article unique. - Il est enjoint au syndicat des producteurs de films publicitaires d'adresser, dans un délai de huit jours à compter de la notification de la présente décision, à ses membres ainsi qu'à ceux de l'association des agences conseils en communication (A.A.C.C.) et à l'union des annonceurs (U.D.A.) une lettre recommandée avec avis de réception :

a) Mettant fin expressément à l'ordre de boycott frappant M. Champetier, conformément d'ailleurs à la délibération de l'assemblée générale extraordinaire du S.P.F.P. en date du 29 janvier 1990;

b) Annulant expressément les paragraphes 3 et 4 de la lettre circulaire du 31 janvier 1990;

c) Comportant en annexe une copie général de la présente décision.

Délibéré en commission permanente sur le rapport oral de M. Jean-René Bourhis dans sa séance du 4 juillet 1990 où siégeait :

M. Laurent, président;

MM. Béteille et Pineau, vice-présidents.

Le rapporteur général,
F. Jenny

Le président,
P. Laurent

© Conseil de la concurrence