



Décision n° 02-D-36 du 14 juin 2002
relative à des pratiques relevées dans le secteur de la distribution
des lunettes d'optique sur le marché de l'agglomération lyonnaise

Le Conseil de la concurrence (section II),

Vu la lettre enregistrée le 27 novembre 1997 sous le numéro F 991, par laquelle le ministre de l'économie, des finances et de l'industrie a saisi le Conseil de la concurrence, sur le fondement des dispositions de l'article 11 de l'ordonnance n° 86-1243 du 1^{er} décembre 1986 (devenue l'article L. 462-5 du code de commerce), d'un dossier relatif à des pratiques concertées dans le secteur de la distribution de lunettes d'optique sur le marché de l'agglomération lyonnaise ;

Vu le livre IV du code de commerce relatif à la liberté des prix et de la concurrence, le décret n° 86-1309 du 29 décembre 1986 modifié, fixant les conditions d'application de l'ordonnance n° 86-1243 du 1^{er} décembre 1986 et le décret 2002-689 du 30 avril 2002 fixant les conditions d'application du livre IV du code de commerce ;

Vu les observations présentées par les sociétés Bourdeau, Nagabbo, Optique Chavril, Europtic, Optique Chavet, Optique Poignant, Optique Ducret, Idéal Optique, Francheville Optique, CG Optique, Les Opticiens Economes, Optique Gimet, Troussey, Razy, Optique 73, Optique Torrillon, Optique Saint-Priest, Optique 54, Debauge, Grand Optical, Mollière Optique, DTS Optique, Lefebvre, P. Sanders, Debourg Optique, Les frères Lissac, La Grande Pharmacie Lyonnaise, L'Amy France, O.D.L.M., Airess Distribution, Sporoptic Pouilloux, Bausch & Lomb, Luxottica, Gala Prestige de Paris, Berthet-Bondet, Cristal Optique, Optique médicale Girod, Christian Grenier, ainsi que par le commissaire du Gouvernement ;

Vu les autres pièces du dossier ;

Le rapporteur, Le rapporteur général et le commissaire du Gouvernement, les représentants des sociétés Cristal optique, Nagabbo, Bourdeau, Optique Chavril, Europtic, Grenier, Optique moderne Claude Moch, Gimet, Optique Régence, Cerf Optique, Haras (P. Sanders), Poignant, O. Lefebvre, Troussey, Chavet, Torrillon, Ducret, Razy, Optique 73, Provansal, Thivend, Debauge, Optique Saint-Priest, Optique 54, Optique du Grand Large, Eyes Cube, Baush & Lomb France, L'Amy France, Optique médicale D. Girod, Gala Prestige de Paris, Idéal Optique, Sporoptic Pouilloux, O.D.L.M., Grand Optical, Francheville Optique, Debourg Optique, entendus lors de la séance du 29 janvier 2002, les sociétés Optique Guigues, les Opticiens Economes (L.O.E.), la Grande Pharmacie Lyonnaise, Visions et Regards, Réal Optique, Anciens Etablissements J. Peter, Cynthia ("*Optique Galimard*"), DTS Optique, Optique du Serpent, Vermeersch, Contact Optique, Berthet-Bondet, Airess Distribution ayant été régulièrement convoquées ;

Adopte la décision fondée sur les constatations (I) et sur les motifs (II) ci-après exposés.

I. - Constatations

A. – LE SECTEUR CONCERNÉ

1. La lunetterie

Il existe, au stade de la production, deux activités distinctes et complémentaires :

- l'activité de fabrication des verres et lentilles de contact d'un côté ;
- l'activité de fabrication des montures et des lunettes solaires et de protection de l'autre.

Les pratiques en cause dans cette affaire concernent principalement les montures de lunettes et les lunettes solaires ; seules les données sur cette activité que les professionnels désignent sous le nom de "*lunetterie*" sont détaillées ci-dessous.

La lunetterie en France est concentrée principalement sur deux pôles régionaux : Morez dans le Jura et Oyonnax dans l'Ain. Ces deux régions réalisent près des trois quarts de la production nationale.

La lunetterie emploie environ 4 700 personnes et représente un chiffre d'affaires de 2,365 milliards de F. en 1995, dont la moitié environ à l'exportation (1 104 millions de francs). Les importations, quant à elles, atteignent 629,9 millions de francs en 1996. L'évolution du chiffre d'affaires en France, en volume et en valeur, est précisée ci-dessous :

CA France et nombre de pièces vendues	1993	1994	1995	1996 (1 ^{er} semestre)
Montures				
- en KF	811 168	692 914	730 066	421 016
- en nombre	5 465	5 451	5 636	3 241
- prix moyen en F	148	127	129	130
Lunettes solaires				
- en KF	229 367	223 795	255 208	154 337
- nombre de pièces	3 712	3 883	4 500	2 770
- prix moyen	62	58	57	56

Il convient de signaler l'existence de marques dites "*haut de gamme*", correspondant essentiellement aux griffes des grands parfumeurs, couturiers, bijoutiers ou des marques ayant percé dans le domaine sportif (Carrera, Elce, par exemple, pour les lunettes pour skieurs).

Ce segment de marché, qui généralement fait l'objet d'une distribution sélective, peut être approché en s'appuyant sur un article paru dans la revue "*Vente Optique*" de novembre/décembre 1995 intitulé : "*Les lunettes haut de gamme, un marché de spécialiste*". Son auteur écrit notamment : "*Bien qu'il ne représente qu'un faible pourcentage des ventes de montures en France, le marché des lunettes haut de gamme propose une offre importante en volume. Fabricants et distributeurs l'envisagent dorénavant comme un marché d'avenir parce qu'il devrait encore progresser tant en matière de technologie que de parts de marché*".

Selon les chiffres de la SOFRES repris par cet article, les lunettes griffées de 1 000 F et plus ne représenteraient que 12 % du marché, mais les firmes occupant une position de leader sur ce créneau estiment cette part à près de 30 %.

La société Jullien, qui est spécialisée dans le très haut de gamme, considère que la part de ce segment du marché est de 15 % environ.

Les éléments précédents montrent que ce segment des lunettes haut de gamme, s'il existe et continue de se développer, est difficile à évaluer, du fait de l'imprécision de sa définition. Par ailleurs, le consommateur a toujours la faculté de choisir entre un produit de marque "griffé" et un produit de moyenne gamme, produit parfois par le même fabricant. Il n'existe pas de séparation étanche entre les deux marchés, d'autant que l'opticien détaillant propose, en général, une gamme de produits assez large quant aux prix.

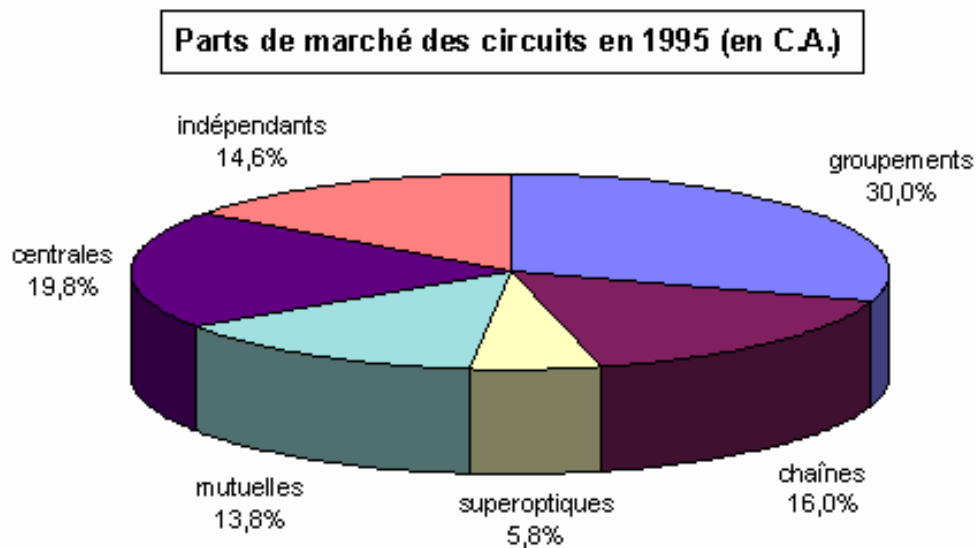
La société L'Amy France revendique la position de numéro 1 de la lunetterie, avec environ 10 % du marché en volume et plus de 15 % en chiffre d'affaires (voir l'article paru dans la revue professionnelle "Vente optique" novembre-décembre 1995 intitulé : Jean-Jacques Lugbull, dg de L'Amy "Rester numéro 1"). Par ailleurs, selon la même source, "les lunettes L'Amy sont n° 1 sur le marché généraliste, Lacoste est la première des griffes en France, Nina Ricci est la première griffe féminine sur le marché et Chevignon est leader sur le créneau des 15-25 ans" (toutes ces marques sont commercialisées par L'Amy).

2. Données générales sur la distribution de lunettes en France

a) Un nombre élevé de points de vente

En 1995, il y avait 6 700 magasins d'optique médicale recensés en France pour un chiffre d'affaires estimé à 17,4 milliards (cote 1424 du rapport).

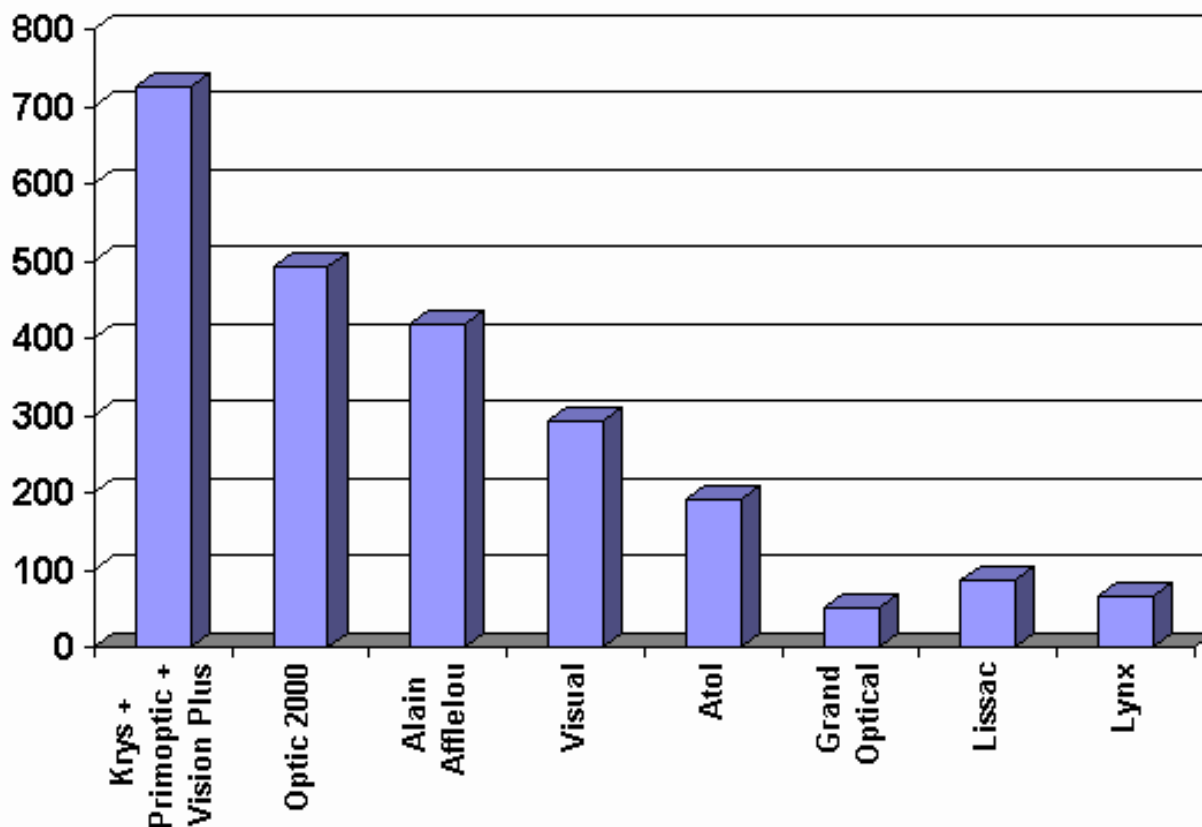
La distribution est donc très atomisée pour répondre au caractère local de la demande. Les opticiens ont néanmoins regroupé leur potentiel d'achats dans de puissants groupements. La répartition du marché par circuit de distribution est reprise au graphique ci-dessous, d'où il apparaît que les magasins traditionnels totalement indépendants ne représentent plus que 14,6 % en 1995.



b) Une distribution très organisée

Les chaînes de distribution, succursalistes, franchises et groupements totalisent 2 843 points de vente, mais 66 % du chiffre d'affaires du secteur. Les principales enseignes figurent au graphique ci-après, en nombre de points de vente.

Répartition des enseignes en nombre de points de vente (au 1/10/1995)



c) Les caractéristiques de la distribution des produits d'optique

Seules les personnes titulaires d'un brevet professionnel ou d'un brevet de technicien supérieur en optique-lunetterie peuvent exercer la profession d'opticien-lunetier et distribuer des produits d'optique médicale.

Les opticiens ont une grande influence sur le choix des consommateurs pour plusieurs raisons :

- leur fonction se situe dans le secteur paramédical
- des choix techniques peuvent intervenir au moment de l'adaptation des verres à la monture
- l'éventail de l'offre proposée au consommateur est très large
- les prix ne sont pas déterminables sans l'aide de l'opticien.

La distribution de lunettes de correction de la vue comporte une prestation de services déterminante, puisque l'opticien exécute une prescription médicale et assure le montage des verres. Cette compétence technique valorise également son rôle de conseil quant au choix de la nature des verres et des montures. Par ailleurs, le client est particulièrement sensible au service après-vente sur un matériel médical indispensable à sa vie quotidienne, appelé à durer et à être périodiquement ajusté ou réparé. En moyenne, le taux de renouvellement est de 3 ans pour les femmes et de 4 ans pour les hommes.

Ces particularités conduisent les consommateurs à acheter leurs lunettes correctrices, soit près de leur domicile, soit près du lieu où ils font régulièrement leurs achats (galeries marchandes), soit près de leur lieu de travail.

Concernant l'achat de lunettes solaires, le service apporté par l'opticien est secondaire, ce qui explique que les ventes de lunettes solaires par la grande distribution occupent une place très importante. La part des ventes de lunettes solaires par les opticiens demeure marginale (4 % de leur activité contre 86 % pour les lunettes d'optique). Autre différence significative, l'acquisition de lunettes solaires peut correspondre à un achat d'impulsion, avec un impact plus important de

la notion de marque et de mode.

Il apparaît ainsi que la distribution de lunettes d'optique intègre un service de proximité important.

Les marges dans le secteur sont élevées : dans l'optique médicale, le prix de vente des montures est déterminé par application d'un multiplicateur auquel s'ajoute un forfait relatif au montage. Au total, les coefficients multiplicateurs les plus couramment appliqués se situent entre 2,6 et 2,8.

Il en est de même pour la détermination du prix de vente des verres. Les coefficients varient de 2,15 à 3 suivant que le prix d'achat est plus ou moins élevé, avec une complexité plus grande au niveau du forfait montage, compte tenu du nombre plus important de catégories de verres et de correction visuelle.

Le forfait de montage appliqué sur le prix des verres, mais aussi sur celui des montures, a un effet important sur le niveau global du coefficient multiplicateur appliqué au prix d'achat.

La plupart des chaînes intervenant sur ce marché pratiquent de façon ponctuelle ou quasi permanente des politiques de remises plus ou moins importantes.

Ainsi, par exemple, les adhérents à l'enseigne Kryss distribuent une carte d'achat par l'intermédiaire des comités d'entreprises, qui donne droit au porteur de celle-ci et aux membres de sa famille à 20 % de réduction sur les montures, 10 % sur les lunettes de soleil.

Une pratique similaire est observée chez les adhérents aux enseignes Atol et Visual. Atol distribue une carte "*privilège*" offrant à ses détenteurs une remise de 20 % sur les montures et les verres correcteurs. De même, les magasins appartenant à la chaîne Visual distribuent des cartes "*comités d'entreprise*" qui permettent d'obtenir des remises de 20 % sur les montures et de 10 % sur les verres, tout en accordant ponctuellement des remises à taux variable, mais ne dépassant pas les taux précédents, aux particuliers.

Les opticiens adhérents à la chaîne Optic 2000 ont lancé en mai 1997 une campagne promotionnelle octroyant pour tout achat d'une paire de lunettes d'optique à verre progressif, une 2^{ème} paire offerte.

Les magasins Grand Optical commercialisent, pour leur part, une carte "*Grand'Avantage*" qui offre une garantie totale pendant 3 ans et une remise de 10 % sur tous les achats au-delà du premier achat de lunettes correctrices.

Il apparaît ainsi que les politiques de remises sont présentes dans pratiquement toutes les enseignes.

3. La distribution de produits d'optique médicale à Lyon

Cette affaire concerne le territoire de la Communauté Urbaine de Lyon qui regroupe 55 communes, soit une population de 1,3 millions d'habitants environ.

D'après la brochure qui recense par département le nombre de magasins d'optique, confirmée par la déclaration du directeur commercial de la société Berthet Bondet, il y a 92 magasins d'optique sur les villes de Lyon et Villeurbanne. L'élargissement du recensement à l'ensemble des 55 communes situées sur le territoire de la Communauté Urbaine de Lyon (Courly) permet de comptabiliser environ 170 points de vente.

Il ressort du dossier que 40 opticiens implantés sur ces communes ont participé aux pratiques qui seront décrites ci-dessous, soit 57 magasins.

4. La puissance parallèle de la société Grand Optical et de son groupe GPS

La société Grand Optical, qui est également mise en cause dans cette affaire, regroupe 58 magasins en France et a réalisé un chiffre d'affaires TTC de 872 millions de francs en 2000. A Lyon, elle possède 2 magasins réalisant chacun environ 15 millions de francs de chiffre d'affaires. Quant au groupe, il contrôle également la société Générale d'Optique dont les ventes, avec 52 magasins, s'élèvent à 354 millions de francs TTC.

B. – LES PRATIQUES RELEVÉES

1. Les pratiques concertées des opticiens de l'agglomération lyonnaise à la suite de l'ouverture d'un magasin "Optical Center" en centre ville

a) L'ouverture d'un magasin à l'enseigne "Optical Center" fin septembre 1996 à Lyon.

Fin septembre 1996, s'est ouvert, 4 rue de la Bourse à Lyon (1^{er}), en plein cœur de la ville, un magasin d'optique à l'enseigne "Optical Center".

Ce magasin appartient à la société Eyes Cube, dont le siège social est situé 72 rue Nationale à Lille (59000). Cette société exploitait à l'époque 8 autres magasins en France situés à Angers, Bordeaux, Boulogne, Puteaux (CNIT La Défense), Lille, Nantes, Neuilly, Versailles.

Le nouveau magasin a lancé, à la même époque, une campagne publicitaire en direction des consommateurs ; cette campagne incluait notamment la distribution dans les boîtes aux lettres d'une lettre accompagnée d'une "carte d'achat familiale" offrant à ses détenteurs, sur présentation à l'opticien, les réductions de prix suivantes :

- 40 % sur les montures optiques
- 40 % sur les verres optiques
- 20 % sur les lunettes de soleil (sauf Ray Ban)
- 20 % sur les lentilles de contact et les produits d'entretien pour lentilles de contact

Cette carte mentionnait également que "*pour un produit identique, si vous trouvez moins cher, Optical Center s'engage à vous rembourser la différence*".

La publicité d'Optical Center indiquait que ces remises étaient applicables sur un choix de plus de 3 000 montures, sur tous les verres optiques, toutes les lentilles et tous les produits d'entretien, les lunettes solaires (sauf Ray Ban) et que le magasin était "*dépositaire des marques les plus prestigieuses*". D'autre part, plusieurs prix indicatifs étaient donnés sous la forme suivante :

- les basics : moins de 300 F
- les classiques : de 300 à 600 F
- les grandes marques : à partir de 600 F
- le forfait vision de loin ou de près : 395 F
- le forfait progressif : 995 F

(les forfaits comprenant : une monture, 2 verres, un étui rigide).

A aucun moment, la lettre publicitaire et la carte familiale ne faisaient mention nominativement des marques de verres ou de montures faisant l'objet de remises.

Cependant, en vitrine et sur la porte du magasin, un certain nombres de marques prestigieuses étaient affichées à l'ouverture du magasin, mais sans indication de remise, selon ce qu'a déclaré Mlle Laurence Pepin, responsable du magasin le 3 avril 1997 (cotes 1445-1446) : *"Je crois me souvenir que figuraient sur la vitrine de la porte les marques suivantes : Chevignon, Kenzo, Silhouette, Yves Saint Laurent, Moschino, Air Force, Persol, Elce, Valentino, Vogue, Ushuaia. J'ai un doute quant à la présence des marques Armani et Façonnable."*

Par ailleurs, le magasin offrait à ses clients une "chiffonnette" (cote 1451) comportant, outre ses propres références, l'indication des marques suivantes : Essilor, Lacoste, Ray-Ban, Façonnable, Lafont, Vuarnet, Giorgio Armani, Henri Jullien, Persol, Boss, Fred, Guy Collin, Yves Saint Laurent, Nina Ricci, Christian Dior, Silhouette, Kenzo, Frédéric Beausoleil, Vogue.

Cette campagne publicitaire a suscité de vives réactions de la part des opticiens en place.

b) Les réunions entre les opticiens lyonnais et les contacts avec leurs fournisseurs

La réunion du 8 octobre 1996

Cette réunion a eu lieu le 8 octobre 1996 à la brasserie Paulaner, Place Bellecour à Lyon (2^{ème}). Elle a réuni 40 à 50 participants, tous opticiens professionnels établis sur l'agglomération lyonnaise, ainsi qu'il ressort des déclarations de plusieurs de ceux-ci (cf. cote 14, déclaration de M. Naggabo, *"une quarantaine d'opticiens de l'agglomération lyonnaise"* ; cote 55, déclaration de M. Pierre Bourdeau, *"autour de 45 participants"* ; cote 358, déclaration de M. Chevallier, *"une cinquantaine de participants"*, etc.).

Un dossier avait été préparé préalablement à la réunion et était disponible sur une table lors de celle-ci. Il comprenait la publicité diffusée par Optical Center, un devis établi par cet opticien, la liste des marques exposées en vitrine, une lettre type comportant deux formulations destinée à être envoyée aux fournisseurs dont les marques figurent sur cette liste (voir cotes 100 à 105).

Le devis établi le 3 octobre 1996 fait apparaître des remises de 40 % aussi bien sur les verres que sur les montures dans trois variantes. La *"liste des marques Optical Center"* comprend 26 marques, un (v) précisant celles qui se trouvent en vitrine. Une note signale que *"Benetton ne figure plus sur la porte d'entrée du magasin à ce jour. Le représentant a fait le nécessaire en fin de semaine dernière, pas de lunettes de cette marque dans le magasin lors de sa visite, à suivre"*. D'après M. Bourdeau (cf. *infra*), cette liste a été établie par une opticienne et le représentant d'une marque (cote 56).

Les deux formulations laissées au choix des opticiens sont les suivantes :

"1^{er}) Au vu des nouvelles options que vous semblez prendre sur Lyon, j'ai le regret de vous informer que je suis dans l'obligation de suspendre la promotion de vos marques X et Y, et, ce, dans le seul et unique but de préserver l'image et la réputation de mon magasin"

"2^o) Nous sommes très surpris des choix commerciaux que vous semblez faire sur Lyon actuellement. Vous comprendrez aisément qu'afin de préserver l'image et la réputation de notre magasin, nous nous devons de prendre du recul par rapport aux produits concernés."

Les organisateurs de cette réunion étaient, selon la déclaration de Mme Evelyne Brethes, présidente de la société *"Contact Optique"* (cote 6) : *"M. Bourdeau (Bourdeau Optique), la responsable d'Europtic, l'associé de Naggabo (M. Guillemain) rue Emile Zola à Lyon ainsi que M. Guigues à Sainte-Foy-les-Lyon"*

M. André Guigues, responsable du magasin *"Optique Chavril"*, 10 Place Saint Luc, 69110 Sainte Foy les Lyon, confirme

totallement cette déclaration : *"Le magasin Optical Center a ouvert rue de la Bourse à Lyon aux environs du début du mois d'octobre 1996. Suite à un coup de fil de M. Bourdeau, je suis allé à une réunion de réflexion, où nous étions 4 (M. Bourdeau, moi-même, le représentant Naggabo et Europtic). Nous avons parlé de la pratique du magasin Optical Center qui consiste à proposer des remises de 40 % sur devis. Nous avons décidé de contacter d'autres confrères afin d'entrevoir une démarche à suivre."* (cote 92). Par ailleurs, M. Guigues indique (cote 96) que les deux options de la lettre type *"nous ont été proposées lors de la réunion par Naggabo"*.

M. Pierre Bourdeau, responsable des achats du magasin *"Optique lunetterie Bourdeau"*, 55 rue de la charité 69002 Lyon, reconnaît également son rôle dans l'organisation de la réunion du 8 octobre : *"Concernant la 1^{ère} réunion du 8 octobre 1996, 5 à 6 personnes ont pris l'initiative de l'organiser, dont moi-même. Au début, il était prévu de réunir une dizaine d'opticiens de la presque île lyonnaise pour aborder la politique commerciale d'Optical Center installé depuis fin septembre rue de la Bourse Lyon 1^{er}. L'information s'est diffusée de bouche à oreille et par l'intermédiaire des représentants des fabricants ; nous nous sommes retrouvés autour de 45 participants..."* (cote 55).

M. Thierry Guillermin, gérant technique et administrateur de la société anonyme *"Naggabo"*, 13 rue Emile Zola, 69002 Lyon, déclare : *"J'ai participé à l'élaboration de ces formules (celles de la lettre type) qui ont été mises au point avant la réunion. Si j'ai pu apparaître comme étant un des intervenants importants à cette réunion, c'est parce que mon magasin est plus touché par l'arrivée d'Optical Center, du fait de son implantation, et que le magasin Naggabo est en vue sur le centre de Lyon."* (cote 19).

Enfin Mme Martine Patris, présidente de la société anonyme *"Europtic"*, 104 rue du Président Herriot, 69002 Lyon, a déclaré : *"J'ai reçu en septembre dans la boîte aux lettres d'Europtic un prospectus publicitaire annonçant des remises sur des lunettes de marque pratiquées par le magasin Optical Center rue de la Bourse 69002 Lyon. Je me suis présentée en ma qualité d'opticienne pour constater les marques et les prix pratiqués chez Optical Center. J'ai fait part de ma surprise auprès du responsable d'Optical Center sur le niveau des remises pratiquées. Le dossier dont vous me remettez une copie (constitué de la publicité d'Optical Center et de la liste des marques référencées chez Optical Center) a été réalisé par mes soins. J'ai demandé à un ami de faire réaliser un devis auprès d'Optical Center. Ce n'est pas le devis qui figure dans le dossier. Je ne peux vous indiquer qui a fait rédiger le devis du dossier. La liste des marques a été établie par l'ensemble des opticiens ayant visité le magasin Optical Center. Je ne peux vous indiquer les opticiens ayant dressé cette liste."* (cote 132).

L'objet de cette réunion était d'organiser de façon concertée une pression sur les fournisseurs présents dans le magasin Optical Center afin de les inciter à renoncer à livrer ce point de vente ; plusieurs opticiens ayant participé à cette réunion emploient le mot *"boycott"*, dans leurs déclarations.

C'est ainsi que Mme Evelyne Brethes, présidente de la société *"Contact Optique"*, déclare : *"Je précise que j'ai été invitée par la responsable d'Europtic Mme Patris, rue Edouard Herriot 69002 Lyon, à participer à cette réunion pour boycotter toutes les marques référencées chez Optical Center. Nous avons été invités à informer ces fournisseurs que s'ils continuaient à approvisionner Optical Center, nous leur retournerions leurs produits référencés dans nos établissements. A l'issue de la réunion, un vote à main levée a eu lieu afin de décider de suivre cette action à l'encontre d'Optical Center. La quasi totalité des participants ont voté pour se prononcer en faveur du boycott des grandes marques référencées chez Optical Center. Je précise que je n'ai pas voté en faveur de cette pratique."* (cotes 5 et 6).

De même, M. Claude Rosen, fondé de pouvoir de la S.A.R.L. *"Cristal Optique"*, 76, rue Edouard Herriot 69002 Lyon, décrit ainsi le déroulement de la réunion : *"Il y a deux semaines, les opticiens (une trentaine) de Lyon dont moi-même sommes réunis dans un café, afin de nous informer et nous concerter sur les prix pratiqués par Optical Center, nous avons décidé d'informer les fournisseurs référencés chez Optical Center des réductions de prix pratiqués par Optical Center. Nous avons décidé de choisir deux formules à adresser à nos fournisseurs afin de les boycotter s'ils continuaient à approvisionner Optical Center."* (cotes 2 et 3).

M. Christian Chevallier, gérant de la S.A.R.L. "Brunaud-Chevallier", 12, rue de la Barre, 69002 Lyon, déclare : "Nous estimons qu'une remise de 40 % est dangereuse pour la pérennité d'une entreprise. C'est pour cela que mes collègues et moi-même avons participé le 8 octobre 1996 à la Brasserie Paulaner à une réunion pour évoquer le problème d'Optical Center. Pour ma part nous avons été convoqué par Mme Patris exploitante d'un magasin d'optique rue Edouard Herriot à Lyon. Nous étions une cinquantaine de participants à cette réunion au cours de laquelle M. Bourdeau a pris la parole, ainsi que Mme Patris et d'autres opticiens dont je ne connais les noms. Nous avons évoqué diverses mesures à prendre éventuellement vis à vis de nos fournisseurs, dont le boycott. Au cours de cette réunion du 8/10/96 nous a été remis un dossier concernant Optical Center comportant un devis, une liste de marques et une page de publicité." (cotes 358-359). Au passage, M. Chevallier souligne le rôle moteur joué par M. Bourdeau et Mme Patris dans l'animation de la réunion¹.

M. Yves Brossard, gérant de la S.A.R.L. "Optique des Charpennes" précise (cote 369) : "Un vote a eu lieu lors de cette réunion pour évaluer la part des présents susceptibles d'entreprendre une action dans ce domaine, à savoir faire pression sur les fournisseurs de ce magasin (...). Le vote a été effectué à main levée."

Il convient enfin de noter que certains opticiens absents de cette réunion ont néanmoins obtenu un ou plusieurs documents qui y avaient été diffusés. C'est ainsi que M. Thierry Caillat, président de la S.A. "Idéal Optique", 22, rue de Bonnel 69003 Lyon, déclare : "Je n'ai pas participé à la réunion du 8 octobre 1996, cependant j'étais informé de la tenue de cette réunion (...). J'ai eu connaissance de la lettre type mise à disposition des opticiens et dont un exemplaire figure dans la copie du dossier que vous m'avez remis." (cotes 232-233).

M. Kalfoun, gérant de la S.A.R.L. "Debourg Optique" n'a pas été informé de la réunion du 8 octobre 1996, mais a eu "communication d'un devis établi par Optical Center par un confrère ou un représentant." (cote 383).

Les contacts entre les opticiens lyonnais et leurs fournisseurs à l'occasion du SILMO

Les opticiens lyonnais ont mis à profit le Salon international de la lunetterie, de l'optique oculaire et du matériel pour opticiens (SILMO) qui se tenait à Paris du 25 au 28 octobre 1996 pour rencontrer leurs fournisseurs et faire pression sur eux à propos de l'ouverture du magasin "Optical Center" de Lyon.

M. Pierre Bourdeau, responsable des achats du magasin "Optique lunetterie Bourdeau", déclare ainsi : "A ce salon étaient présents tous les fournisseurs et les opticiens lyonnais ont pu les rencontrer individuellement. Moi-même, j'ai rencontré avec M. Guigues opticien à Sainte-Foy-lès-Lyon les responsables de Luxottica, M. Fabianne², directeur Luxottica France et M. Duranton, subsidiary manager, ainsi que M. Bouzendorfer, représentant de la marque Armani, M. Bento, représentant de la marque Luxottica, M. Guignet, représentant la marque Sphiroflex. M. Fabianne au cours de cet entretien nous a précisé que son représentant n'aurait pas dû nouer des relations commerciales avec Optical Center et a demandé à M. Bouzendorfer représentant de retirer les produits Armani du magasin Optical Center. Mais d'après moi, cette demande n'a pas été suivie d'effet. Pour ce qui concerne la société Airess, tout le monde a rencontré a priori M. Xavier Terle, manager des ventes chez Airess et M. Alain Geoffroy, représentant Kenzo. M. Terle a précisé qu'il n'avait pas de raisons de modifier sa politique commerciale avec Optical Center." (cotes 57 à 59).

De son côté, M. Gilles Bourdeau, gérant de la S.A.R.L. "Optique lunetterie Bourdeau", déclare : "J'avais rencontré au SILMO M. Tarte, directeur des ventes l'Amy-Lacoste, qui m'avait tenu les mêmes propos que M. de Thoisy³ et pris les mêmes décisions (retrait des produits Lacoste de chez Optical Center)" (cote 60-61).

M. Guigues, responsable du magasin "Optique Chavril", précise de son côté : "La réaction de Luxottica a été de me téléphoner afin que je les rencontre au salon SILMO à Paris, en octobre 96, où j'ai rencontré avec M. Naggabo et mon fils, M. Fiaban⁴, directeur général de Luxottica. Ils ont demandé à leur représentant (M. Bouzendorfer) d'aller retirer les montures de ce magasin (Armani) Optical Center. Sans couverture de sa direction, et sur conseil de son avocat, M. Bouzendorfer n'a pas obtempéré aux consignes qui lui avaient été données." (cote 93).

Ainsi il est établi que trois des organisateurs de la réunion du 8 octobre 1996 (MM. Bourdeau, Guigues, Naggabo) ont rencontré, séparément ou collectivement, à l'occasion du SILMO, quelques-uns des fournisseurs (Luxottica, Airess, L'Amy) qui avaient été pris pour cible lors de cette réunion. Ils ont clairement fait pression sur eux afin qu'ils cessent d'approvisionner le magasin Optical Center. Luxottica aurait pris des engagements qui n'auraient ensuite pas été tenus. L'Amy, au contraire, aurait effectivement retiré ses produits de chez Optical Center, tandis qu'Airess aurait opposé une fin de non recevoir.

Les réunions des 5 novembre 1996 et 7 janvier 1997

Une deuxième réunion a eu lieu le 5 novembre 1996 au café Bellecour. Selon M. Pierre Bourdeau (cote 57) : "*Elle a regroupé environ 60 participants pas nécessairement les mêmes que ceux présents à la première réunion (25 % de nouveaux). L'objet de la réunion était de faire le point sur le nombre de lettres envoyées aux fournisseurs et les réactions de ces derniers. Au cours de cette réunion, une liste de présents a été établie, mais je n'en ai pas d'exemplaire.*"

Mme Wurm, présidente de la S.A. "*Bellecour Optique*", de son côté, indique : "*J'ai participé également à la réunion du 5/11/96 au café Bellecour, nous étions 54 participants, une liste a été établie à l'entrée. Au cours de cette réunion, nous avons fait un point des actions entreprises auprès des fournisseurs et nous avons appris qu'au salon des opticiens qui a eu lieu à Paris certains fournisseurs avaient fait comprendre que ces mesures de rétorsion leur importaient peu. Nous avons également appris que seulement une vingtaine de lettres avaient été envoyées.*" (cotes 364-365).

Enfin, M. Christian Chevallier, gérant de la SARL "*Brunaud-Chevallier*", déclare : "*Une seconde réunion a eu lieu le 5 novembre 1996 pour le même objet dans le café Bellecour à Lyon. J'ai été invité à cette réunion par Mme Patris. Au cours de cette réunion, il a été décidé de maintenir notre action, à savoir : pression auprès des fournisseurs concernés qui peut prendre la forme suivante : "si vous continuez de fournir ce magasin qui fait des remises de 40 %, nous ne ferons plus de commande chez vous en attendant une autre politique"*" (cote 359). La volonté de boycott des fournisseurs restait donc à l'ordre du jour. En outre, M. Chevallier ajoute : "*Une troisième réunion est prévue en janvier 1997*" (cote 559).

M. Jean Razy, gérant de la SARL "*Optique 73*" et président de la S.A. "*Optique Razy*", qui a été entendu le 28 janvier 1997, a déclaré aux enquêteurs : "*Je vous confirme qu'une troisième réunion a eu lieu le 7/01/97 au café Bellecour, elle avait également pour objet de faire le point sur ce dossier.*" (cote 1130). M. Alain Desjardins, directeur général de la S.A. "*Saint Priest Optique*" fait également allusion à une troisième réunion, à laquelle il n'aurait pas participé (cote 1348).

Des investigations plus poussées n'ont pu être faites sur cette réunion, la plupart des opticiens concernés par cette affaire ayant déjà été interrogés avant cette date. La déclaration de M. Patrick Bibas, responsable du magasin Optical Center, faite le 15 mai 1997 ("*Les pressions exercées par quelques opticiens lyonnais sur certains fournisseurs restent réelles et d'actualité*" cote 1454) montre en tout cas que les opticiens lyonnais persévéraient à cette date à vouloir influencer leurs fournisseurs.

Les courriers envoyés par les opticiens lyonnais à leurs fournisseurs

A la suite de la réunion du 8 octobre 1996 et conformément à la décision prise à l'issue de celle-ci, les opticiens présents ont écrit à leurs fournisseurs pour faire pression sur eux.

Il ressort des déclarations des opticiens concernés que 13 fournisseurs ont été destinataires de courriers, soit tous ceux dont les produits avaient été identifiés dans le magasin Optical Center et figuraient sur la liste mise à disposition lors de la réunion du 8/10/96. Ce sont : L'Amy (marques Chevignon, Lacoste, Nina Ricci) ; Luxottica (marques Yves Saint Laurent, Giorgio Armani, Emporio Armani, Vogue, Persol, Moschino, Genny, Valentino) ; Pouilloux (Vuarnet) ; Berthet-Bondet (Police) ; F. Pinton (François Pinton) ; Airess (Kenzo) ; O.D.L.M. (Façonnable, Majorette) ; Henry Jullien (H. Jullien) ; New Charmes (Silhouette) ; Lux de Morez (Fred) ; Louis Cabaud (Elcé) ; Arnette (Arnette) ; Simop (Simop, Ushuaia, Air

Force). En outre, la société Gome Diffusion, dont les produits (Gomé, Jean Patou, Louis Féraud) ne figuraient pas sur la liste a reçu également quelques courriers.

Sur ces 14 fournisseurs, 6 ont été interrogés dans le cadre de l'enquête administrative. Ce sont : L'Amy, Luxottica, Airess, O.D.L.M., Jullien, Lux de Morez.

Les déclarations des fournisseurs

M. Pascal Tarte, directeur des ventes de la marque Lacoste au sein du groupe L'Amy France, a déclaré aux enquêteurs : *"J'ai été informé du problème posé par l'installation du magasin "Optical Center" à Lyon vis-à-vis des opticiens de la ville et des environs par le biais de ma représentante. Elle m'a signifié que les opticiens "grognent" suite à la distribution importante de cartes publicitaires "garantissant les prix les plus bas" et des remises allant jusqu'à 40 % pour des montures et verres optiques. Elle avait entendu parler d'une réunion des opticiens. A partir du 10 octobre, j'ai reçu, de la part d'un certain nombre d'opticiens, des courriers m'avisant de la suspension de la distribution de nos marques. Je vous remets une copie de l'ensemble de ces courriers reçus par la société L'Amy France, soit 27 pièces."* (cote 501).

En fait, les doubles fournis ne sont qu'au nombre de 26 (cotes 505 à 530). Toutefois, le nombre de courriers réellement reçus semble supérieur : en effet, on ne trouve pas, dans les copies fournies par M. Tarte, les courriers de MM. Bourdeau et Ginet, qui ont été remis aux enquêteurs par les intéressés (cote 70 pour Bourdeau ; cote 157 pour Ginet). En outre, M. Laurent Levy, président de la société "Eyes Cube", a déclaré le 21 novembre 1996 : *"J'ai appris par M. Tarte, directeur des ventes auprès de la société L'Amy (fournisseur des marques Lacoste, Nina Ricci, Chevignon) que sa société avait reçu 61 lettres d'opticiens lyonnais et environs ayant réagi contre la politique de remise pratiquée par mon magasin sur les grandes marques et ayant menacé de ne plus commercialiser les lunettes de marques dans leurs établissements si la société L'Amy continuait à approvisionner mon magasin."* (cote 12).

M. Xavier Terle, directeur commercial France de la société Airess Distribution, interrogé le 26 novembre 1996, a déclaré (cote 561) : *"Sur Lyon, suite à l'ouverture d'Optical Center, nous avons reçu plusieurs courriers émanant des opticiens de l'agglomération. Je vous en donne 4 en copie. Il est possible que mon assistant en détienne d'autres."* Ces copies figurent au dossier sous les cotes 564 à 567. M. Terle a ultérieurement transmis 3 courriers supplémentaires (cotes 589 à 592).

M. M. Yves Gamby, directeur commercial et Francis Kessous, directeur général de la société O.D.L.M. ont déclaré, de leur côté, avoir reçu *"plusieurs courriers"* (cote 595). Ils ont remis aux enquêteurs les copies de 26 lettres reçues (cotes 606 à 631).

M. Jean-Claude Guillermoz, directeur général de la société Henry Jullien, a remis aux enquêteurs les copies de 28 courriers reçus d'opticiens lyonnais (cotes 659 à 685 et 689). Il a également remis copie de la réponse adressée par la société Jullien à M. Guigues, ce qui laisse présumer que ce dernier avait également écrit sur le même sujet (cote 693). Par ailleurs, une responsable de la société Henri Jullien, qui signe Marilyse, s'est livrée à un travail de comparaison des courriers reçus, qui fait apparaître (cotes 695 à 697) que les 3 courriers émanant de magasins à l'enseigne *"Idéal Optique"* de Francheville, Lyon 3^{ème} et Lyon 5^{ème} ont le même signataire et des enveloppes rédigées par la même personne (ces trois magasins sont effectivement la propriété de M. Thierry Caillat, qui, par ailleurs (cote 240 bis) admet avoir envoyé les mêmes lettres au nom de chacun de ces magasins).

La même personne relève que les lettres adressées par *"Optique Gimet"* et *"Optique du grand large"* sont des photocopies, et qu'*"il a été rajouté au stylo l'adresse de HJ, ce qui tend bien à prouver que nous ne sommes pas les seuls fournisseurs à recevoir cette lettre."* (cote 696). Elle note enfin que : *"Concernant Optique médicale, c'est la même personne qui a rédigé l'enveloppe que celle des enveloppes pour Idéal Optique"*. A défaut de pouvoir vérifier ce point, on peut constater que les textes des deux envois (cotes 673 et 677-679) sont rigoureusement identiques et que la même signature illisible est censée être celle de M. Thierry Caillat (de Lyon) et celle de M. Daniel Girod (d'Autun).

Selon M. Daniel Rémy, président de la société "*Lux de Morez*", celle-ci n'aurait reçu que 4 lettres d'opticiens lyonnais (cote 778). Les copies de ces lettres figurent au dossier sous les cotes 795 à 799.

Les responsables de la société "*Luxottica France*" ont remis aux enquêteurs les copies de 31 courriers reçus (cotes 865 à 959 avec la réponse standard adressée à chaque expéditeur). En outre, une réponse légèrement différente a été faite à 3 opticiens qui se sont manifestés par un appel téléphonique (M. Lévy, Contact Optique (cote 867) ; Lefebvre Optique (cote 890) ; M. Collin, Les Frères Lissac (cote 891)).

M. Michel Bellod, directeur commercial de la société Berthet-Bondet, a remis aux enquêteurs 11 copies de courriers reçus des opticiens lyonnais (cotes 1408 à 1418).

Les opticiens ayant envoyé des courriers

Au total, en comparant les déclarations des opticiens, dont certains ont eux-mêmes fourni des doubles des courriers envoyés et les copies recueillies auprès des fournisseurs, il apparaît que 32 opticiens ont fait parvenir au moins un courrier à au moins un des fournisseurs visés en tant qu'ayant livré le magasin Optical Center ; ces courriers ont tous été envoyés entre le 9/10/96 et le 5/11/96, mais la grande majorité entre le 9/10/96 et le 14/10/96, dans les jours qui ont suivi immédiatement la réunion du 8/10/96 ; le plus souvent, ils recopient l'une des deux formules proposées aux participants à cette réunion, mais quelquefois ne font que s'inspirer de l'une de ces rédactions pour adopter une formulation plus personnelle et souvent plus explicite dans les mesures de représailles envisagées.

Les opticiens qui ont reconnu spontanément avoir adressé au moins un courrier sont au nombre de 28, soit 33 entreprises juridiquement distinctes : Cristal Optique (cote 003) ; Nagabbo S.A. (cote 20) ; Bourdeau (cote 59) ; Optique Chavril et S.A.R.L. Guigues (cote 93) ; Europtic (cote 132) ; Optique Ginet (cote 142) ; Idéal Optique (M. Thierry Caillat 3 sociétés différentes cote 233) ; Optique Moderne (cotes 310-311) ; Optique Gimet (cote 332 admet avoir adressé 2 fax à Jullien et L'Amy ; en réalité a écrit aussi à Luxottica, ODLM, Berthet-Bondet) ; Optique Galimard (cote 337) ; D.T.S. Optique (Stéfanini cote 345) ; Optique du Serpent (cote 352) ; Optique Poignant (cote 975) ; Troussey Optique (cotes 1047-1048) ; Optique Mollière (cote 1069) ; Optique Chavet (cote 1077) ; Optique Torrilhon (cote 1101) ; Optique Ducret (cote 1111) ; Optique Razy (2 sociétés dirigées par M. Jean Razy, cote 1129) ; La Grande Pharmacie Lyonnaise (cote 1146) ; Optique Provansal (cote 1183) ; Brotteaux Optique (cote 1310) ; Debauge S.A. (cote 1327) ; Saint Priest Optique et Optique 54 (M. Desjardins cote 1347) ; S.A. Optique du Grand Large (M. Marmet, cote 1354) ; Mathieu (cotes 1383-1384) ; Visions et Regards (cote 1390) ; Grand Optical (au niveau de la direction des approvisionnements, cote 1440).

D'autre part, certains opticiens interrogés ont déclaré ne pas avoir envoyé de courrier, mais des copies à leur en-tête figuraient parmi celles qui ont été remises aux enquêteurs par les fournisseurs. Il s'agit de : Christian Grenier (une copie remise par Luxottica cote 888) ; J. Peter (copie remise par Luxottica cote 898) ; S.A. Thivend (courriers à Luxottica, Jullien, ODLM, Lux de Morez, L'Amy, remis par ces différents fournisseurs).

En outre, le magasin Optique Médicale Daniel Girod, situé à Autun, a fait parvenir des lettres identiques, inspirées de la formule type 1, datées du 10 octobre 1996, à : Luxottica, ODLM, Jullien, L'Amy. Il justifie cet envoi, malgré son éloignement de Lyon, en écrivant en P.S. : "*Ma position est circonscrite par mon association sur plusieurs magasins de Lyon et sera appliquée sur Autun.*" (cote 904). Il n'a pas été interrogé dans le cadre de l'enquête administrative.

Par ailleurs, 3 opticiens ont admis avoir eu un contact téléphonique avec Luxottica, ces contacts étant attestés par les réponses que leur a faites ce fournisseur et dont il a remis les copies aux enquêteurs. Il s'agit de : Contact Optique, 76, rue Edouard Herriot 69002 Lyon (lettre de Luxottica cote 867) ; O. Lefebvre (Optic 2000), 63, Avenue Jean Jaurès 69007 Lyon (cote 890) et Les Frères Lissac, 37, rue de la République 69002 Lyon (cote 891).

Enfin, 2 opticiens ont admis avoir informé leurs fournisseurs de leur mécontentement par l'intermédiaire de leurs

représentants. Ce sont : Debourg Optique (cote 385) ; P. Sanders (cote 487) ;

Les représailles effectivement entreprises par certains opticiens contre leurs fournisseurs

Outre l'envoi d'un courrier à certains fournisseurs, quelques opticiens ont mis leur menace à exécution et pris des mesures concrètes contre ceux-ci : annulation de commandes, retour de marchandises, retrait des produits de la vitrine ou du magasin, cessation de relations commerciales avec certaines entreprises et recherche de nouveaux fournisseurs.

- Société Naggabo

C'est ainsi que M. Guillermin, de la société Nagabbo, a déclaré : *"Pour la marque Fred, j'ai renvoyé une livraison qui survenait dans cette période. Pour la marque Saint-Laurent, j'ai suspendu, puis annulé une commande livrable en octobre-novembre. Par contre, pour le même fournisseur Luxottica, j'ai maintenu et reçu une commande pour la marque Web, pour laquelle la diffusion semble tout à fait respectée. Pour les autres fournisseurs concernés, je n'ai pas passé de commandes importantes, j'ai fait quelques réassortiments en fonction des besoins. Au niveau des magasins, les produits des marques concernées ne sont pas mis en vitrine. En ce qui concerne Lacoste et Nina Ricci, j'ai recommandé quelques pièces le 2/12/96 au salon "Solaires" de notre groupement d'achats, compte tenu des termes de la lettre transmise par L'Amy à Optical Center. J'ai également fait quelques réassortiments sur Persol et Armani, pour répondre à d'incontournables demandes de la clientèle. En ce qui concerne les fabricants de verres, j'ai simplement pris contact téléphoniquement avec le représentant d'Essilor, pour m'assurer qu'il ne s'agissait pas d'un fournisseur important d'Optical Center. La démarche que j'ai effectuée en destination des fournisseurs vaut pour les 3 magasins Nagabbo (rue Emile Zola, Cours Vitton et Caluire)." (cotes 21-22).*

M. Guillermin a remis aux enquêteurs les copies de 10 courriers identiques (cotes 25 à 34), tous datés du 10 octobre 1996 et signés par lui, qu'il a fait parvenir en recommandé avec accusé de réception aux fournisseurs suivants : Luxottica (marques Saint-Laurent, Armani, Persol) ; L'Amy (marques Nina Ricci, Chevignon, Lacoste) ; O.D.L.M. (marques Façonnable, Majorette) ; Aria Diffusion (Berthet-Bondet) (marque Police) ; Pouilloux (marque Vuarnet) ; François Pinton (marque François Pinton) ; Aïress (marque Kenzo) ; Lux de Morez (marque Fred) ; Jullien (marque Jullien) ; New Charmes (marque Silhouette). Ces courriers reprennent tous la formulation type n°1 qui figurait dans le document distribué lors de la réunion du 8 octobre 1996.

Le courrier destiné à Prestige de Paris (Lux de Morez) (cote 32) comporte en outre la mention suivante : *"Nous vous retournons d'ailleurs les montures que nous avons reçues récemment, ainsi que la P.L.V."*. M. Guillermin a également remis un courrier du 13 novembre 1996, adressé à "Prestige de Paris", dans lequel il écrit : *"Suite au problème de diffusion que nous avons actuellement sur Lyon (voir courrier du 10/10/96), nous sommes dans l'obligation de vous retourner vos produits, et ce dans l'attente d'une issue favorable. Nous n'avons à ce jour aucun élément concret nous permettant de penser que vous suivez avec intérêt notre démarche. Nous restons à votre disposition si vous souhaitez nous entretenir de la politique commerciale du groupe LOGO."*

Les copies de ces deux mêmes courriers ont été remises par la société Lux de Morez (cotes 798 et 800-801). Au courrier du 13 novembre 1996, est annexée une facture à en-tête "Prestige de Paris" pour un montant total de 8 202,01 F., sur laquelle une inscription manuscrite indique : *"Retour, suite à distribution douteuse sur Lyon"*, ainsi qu'une autre mention manuscrite : *"+ un présentoir n° 6 1 chevalet 1 corde 1 lampe 1 roue"* (il s'agit très probablement du matériel de P.L.V. également retourné par Nagabbo). Enfin, une autre inscription manuscrite d'une écriture différente indique : *"OK pour avoir"*.

Par contre, le fournisseur Luxottica n'a pas cité la maison Nagabbo parmi les opticiens qui lui ont retourné des marchandises à l'époque des faits.

Le fournisseur Berthet-Bondet, quant à lui, a produit un document (cote 1429), faisant apparaître que le chiffre d'affaires réalisé avec les deux magasins Nagabbo est devenu nul au cours du 1^{er} trimestre 1997, alors qu'il avait atteint 5 899,54 F au cours de la période 01/09/96 – 31/12/96 et 10 389 F au cours de la période 1/01/96 – 31/03/96.

- S.A.R.L. "Optique Lunetterie Bourdeau"

M. Gilles Bourdeau, gérant, a déclaré : "*Pour ma part, j'ai envoyé plusieurs lettres à mes fournisseurs habituels : L'Amy (marques Lacoste, Ricci, Chevignon), Airress (marque Kenzo), Jullien, Luxottica (marques Yves Saint-Laurent, Armani, Oliver, Valentino, Vogue, Genny, Persol, Moschino). (...) Je vous précise que je détiens toujours les montures des marques précitées, mais elles ne sont plus mises en avant dans mon magasin (cf. marques indiquées dans les lettres aux fournisseurs qui vous sont données en copie). Concernant les montures de la marque Armani, nous avons constaté une baisse des ventes depuis le début de l'année : 300 montures en 95 et une dizaine en 96. L'évolution des ventes avec cette marque n'est pas liée au problème Optical Center.*" (cotes 59 et 61).

Les courriers envoyés par la maison Bourdeau datés du 9/10/96 reprennent en la modifiant légèrement la formule type n°1 ; la qualité du signataire n'est pas indiquée.

Le fournisseur Jullien a produit un document intitulé "*bordereau d'envoi des bons de commande*" rédigé pour la période allant du 24/09/96 au 27/09/96 par la représentante Mme Marilyne Tassile, faisant apparaître à la date du 25/09 sur la ligne "*Bourdeau*" l'annotation "*annule commande cause Optical Center*" (cote 698).

- Optique Chavril

M. André Guigues, responsable de ce magasin, a déclaré aux enquêteurs : "*A la suite de quoi, j'ai téléphoné à Façonnable, Luxottica, Jullien, Silhouette (New Charmes). Un courrier leur a été adressé en même temps par mon fils, en totalité. (...) Après la réunion d'octobre 96, j'ai suspendu une commande et reliquats chez Luxottica et chez Jullien (respectivement environ 35 pièces et 10 pièces pour peut-être 15 000 F chez Luxottica.)*" (cotes 93-94).

Les courriers envoyés par Optique Chavril (cf. cote 610) reproduisent la formulation type n° 1. Ils portent la double en-tête "*A. Guigues Optique Chavril*" et "*Sarl Guigues Optique B. Guigues*" (l'entreprise sœur de M. Guigues fils).

- Europtic

Mme Patris, présidente, a déclaré le 26 novembre 1996 : "*J'ai adressé des lettres aux fournisseurs Façonnable, Nina Ricci, Lacoste, François Pinton, Henri Jullien, Luxottica (Armani), O.D.L.M. (distributeur de Façonnable), Silhouette. (...) J'ai moi-même décidé de ne plus m'approvisionner auprès des fournisseurs qui vendent auprès des discounters ; j'ai décidé de changer de fournisseurs et de retenir ceux qui n'approvisionnent pas Optical Center. Je n'ai effectué aucun achat auprès des fournisseurs présents chez Optical Center depuis qu'Optical Center s'est installé à Lyon. Toutefois, je conserve un certain stock minimal de grandes marques pour ne pas perdre mes clients.*" (cote 132-133)

Les courriers envoyés par Europtic ont été retrouvés chez les fournisseurs. Ils sont datés du 14 octobre 1996, reprennent la formulation type n° 1 et sont signés "*Martine Patris*" (cf. par exemple cote 681).

Par ailleurs, le "*bordereau d'envoi des bons de commande*" remis par la maison Jullien (cf. supra) rédigé par la représentante Mme Marilyne Tassile, fait apparaître à la date du 25/09 que le magasin Europtic, comme optique Bourdeau, a annulé une commande "*cause Optical Center*" (cote 698).

- S.A. Ginet

M. Philippe Ginet, président, a déclaré : " J'ai moi-même envoyé des courriers à Luxottica, Jullien, L' Amy France, Lux de Morez, O.D.L.M. D'autre part, j'ai transmis un courrier à M. Fauveau, PD.G. d'Henri Jullien le 24/10/96 pour lui faire part de ma position sur l'"*option lyonnaise*".

Les copies de tous ces courriers, datés du 10 octobre 1996, ont été fournies par M. Ginet (cotes 152, 156, 157, 158,161) et ont été retrouvées chez les fournisseurs. Ils ne suivent aucune des deux formulations type, mais ont une rédaction originale, particulièrement "*offensive*" d'ailleurs, qui varie d'un destinataire à l'autre.

La lettre adressée à Luxottica (cote 152) indique : "*C'est avec un étonnement certain que nous constatons la présence de vos montures Saint-Laurent, Armani, Sferoflex, Persol et Luxottica dans le dernier discount lyonnais "Optical Center". Ayant un peu de mal à comprendre le besoin pour vos produits d'être présentés avec des remises de 40 % auprès des consommateurs pour être vendus, et par ailleurs ne souhaitant pas m'aligner sur ces prix, j'ai le regret de vous retourner et d'annuler ma dernière commande Armani. Vous avez le choix de vos clients, nous avons celui de nos fournisseurs.*" Il est précisé : "*Annulation commandes n° 27 398, 39 254 du 19/09/96*". Y sont annexées les doubles de ces deux commandes livrables le 15 octobre et portant la première sur des montures "*Emporio Armani*", la seconde sur des montures "*Giorgio Armani*".

Ces annulations sont confirmées par MM. Conciatori et Duranton, dirigeants de la société Luxottica France, qui ont déclaré aux enquêteurs le 12 décembre 1996 : "*Certains (opticiens lyonnais) ont également annulé leurs commandes que nous n'avons donc pas livrées. (...) Pour Optique Ginet : annulation de ses commandes 27398 et 39254 comportant Armani et Saint-Laurent. L'annulation Saint-Laurent porte sur 6 843,52 F TTC. L'annulation d'Armani porte sur 32 043,63 HT remises déduites.*" (cote 863). On retrouve dans les pièces remises aux enquêteurs la lettre de M. Ginet (cote 949), ainsi que les bons de commandes 39254 (cotes 950-951) et 27 398 (cote 952) et enfin le détail chiffré de la commande 39254, qui fait apparaître un total après remise de 32 043,60 F H.T. (cotes 953-955).

La lettre adressée à "*Lux de Morez*" (cote 158) commence par : "*J'ai le regret de vous retourner notre commande du 26/9/96 (qui devait d'ailleurs être livrée le 31/10/96).*" Il s'agit, d'après le bon de commande annexé, d'une commande de montures "*Beaupré platine*" et "*Féroé bicolore*" s'élevant à 3 295 F.

De même, la lettre adressée à O.D.L.M. (cote 161) indique : "*Merci donc d'annuler les commandes n° 1471 et 1259 du 13/9/96 (Takéo et Impressions de femme) jusqu'à nouvel ordre (qui viendra avec le retrait total de vos marques prestigieuses des marchands de remises !)*" Les bons de commande correspondants sont annexés (cotes 162-163).

Par contre, les courriers adressés à L' Amy (cote 157) et Jullien (cote 156) ne font pas état d'annulation de commandes.

Ultérieurement, M. Ginet a écrit aux enquêteurs le 28 novembre 1996, pour faire la mise au point suivante (cote 194) : "*La commande 1471 d'ODLM suspendue a été livrée le 14/11/96 (doc. n°3) ; la commande de Lacoste passée en septembre 96 (doc. n° 4) n'a pas été annulée par notre courrier du 10/10 à L' Amy ; nous avons passé une commande à la représentante de Jullien le 20 novembre 96 (doc. n° 5). Quant à la commande Luxottica (Armani), nous en demanderons livraison en février pour des raisons de planning de trésorerie.*"

A l'appui de ses affirmations, M. Ginet fournit le bon de livraison de la commande n° 1471 établi par ODLM qui confirme que cette livraison a bien eu lieu le 14/11/96 (cote 228). A contrario, M. Ginet ne conteste pas que la deuxième commande n° 1259 a bien été annulée.

Il fournit également le bon de commande à Lacoste de septembre 1996 (cote 229) et le bon de commande à Jullien du 20.11.96 (cote 45642).

- Idéal Optique

M. Thierry Caillat dirige 3 sociétés différentes : Idéal Optique S.A., 22, rue de Bonnel 69003 Lyon, Idéal Optique S.A.R.L. exploitant un magasin à l'enseigne C.G. Optique, 11, rue Joliot

Curie 69005 Lyon et l'E.U.R.L. Francheville Optique, 7, Place du Chater 69340 Francheville.

Il a déclaré le 26 novembre 1996 (cotes 232-234) : "*Avant cette réunion, j'avais déjà pris des contacts téléphoniques auprès de certains de mes fournisseurs (Lacoste, Façonnable) pour leur faire part de mon étonnement. J'ai eu connaissance de la lettre type mise à disposition des opticiens et dont un exemplaire figure dans la copie du dossier que vous m'avez remis.(.....).Pour ma part, j'ai envoyé des courriers à la société L'Amy (Lacoste, Nina Ricci), ODLM (Façonnable), Jullien, Airess (Kenzo), Luxottica (Armani). (...) A la suite de ces courriers, j'ai eu des contacts téléphoniques de Lacoste et de Luxottica m'expliquant qu'ils ne comprenaient pas ma position. Lors du SILMO à Paris fin octobre, j'ai fait le tour de tous mes fabricants et me suis entretenu au sujet de mes courriers avec ceux qui étaient concernés. (...) Devant cette situation commerciale, j'ai décidé personnellement et individuellement de cesser la publicité dans ma vitrine pour les marques concernées qui m'avaient justifié leur position. A ce jour, je pense n'avoir écrit qu'au nom de la S.A. Idéal Optique...".*

Ultérieurement, M. Caillat a écrit aux enquêteurs le 28 novembre 1996 pour expliquer qu'il avait également écrit au nom des deux autres sociétés qu'il dirige.

- S.A.R.L. Debourg Optique

M. Kalfoun, son gérant, a déclaré : "*Je ne leur (aux fournisseurs) ai pas non plus fait parvenir de lettres en direct, car j'ai fait part de mon mécontentement par le biais de leurs représentants. Cette action me paraît plus efficace que l'envoi de lettres. Je n'ai pas renvoyé de commandes livrées, mais j'ai suspendu toute nouvelle commande chez Luxottica, Airess (Kenzo), Silhouette et Jullien. Je vais essayer de diversifier mes achats en m'adressant à d'autres fournisseurs dont les produits présentent des caractéristiques équivalentes.*" (cotes 384-385)

- P. Sanders

M. Patrick Sanders a déclaré (cote 487) : "*A l'issue de cette réunion, j'ai informé, par l'intermédiaire de leurs représentants, mes fournisseurs présents dans le magasin Optical Center, que je cessais mes relations commerciales avec eux. Cela concerne Luxottica, Jullien, New Charmes (Silhouette). Pour ce qui concerne le groupe L'Amy, j'ai revu ma position dans la mesure où les marques Lacoste et Nina Ricci ont été retirées du magasin Optical Center".*

- Optique Poignant S.A.

M. Michel Poignant, directeur, a déclaré : "*Suite à l'implantation d'Optical Center sur Lyon et à la publicité diffusée par ce magasin, j'ai adressé une lettre type aux fournisseurs suivants : ODLM pour la marque Façonnable ; Luxottica pour les marques Giorgio et Emporio Armani, Saint-Laurent et Genny ; Airess pour la marque Kenzo ; L'Amy pour la marque Lacoste ; Jullien pour la marque Jullien. Cette lettre s'inspire de la lettre communiquée par fax par M. Guigues, opticien à Sainte Foy-les-Lyon. (...) Pour sa part, la société Poignant a simplement différé les commandes Emporio Armani, Giorgio Armani et Saint-Laurent, figurant sur la lettre adressée au fournisseur Luxottica. La commande Genny a été livrée. Concernant la commande Jullien n° 43643 du 5 septembre 96, j'avais également demandé son annulation, mais elle est arrivée à peu près en même temps que mon courrier, aussi je l'ai acceptée. Avec les autres fournisseurs concernés (ODLM, Lacoste, Kenzo), je n'avais pas de commandes en cours. Compte tenu du retrait des griffes du magasin Optical Center, j'ai repris des relations commerciales avec les différents fournisseurs ci-dessus nommés.*" (cotes 975-977).

Les courriers d'Optique Poignant retrouvés chez certains fournisseurs, datés du 9 octobre 1996, reprennent la formulation type n°1.

Le courrier adressé à Henri Jullien (cote 672) précise effectivement en P.S. : "*En conséquence, veuillez annuler la commande en cours n° 43 643 du 5.09.96*".

Le courrier adressé à Luxottica le même jour (cote 957) indique : "*En conséquence, veuillez annuler les commandes en cours : Emporio Armani n° 273976 ; G.Armani n° 392536 ; Genny n° 18400 ; Saint Laurent n° 15 922.*" Les dirigeants de Luxottica confirment l'annulation de ces trois commandes (cote 863) : "*Pour Optique Poignant : annulation de 3 commandes pour 12 398,03 F TTC : Armani pour 16 159,05 F : Yves Saint Laurent pour 17 384 F HT remises déduites : Armani*".

La lettre adressée à ODLM (cote 609) ne parle pas d'annulation de commande.

- Olivier Lefebvre

M. Olivier Lefebvre, gérant de la S.A.R.L. du même nom, exploitant un magasin d'optique situé 63, Avenue Jean Jaurès à Lyon a déclaré le 9 janvier 1997 (cote 1031) : "*Concernant les problèmes posés par l'implantation du magasin Optical Center à Lyon, j'ai simplement envoyé une lettre à Luxottica pour les marques Yves Saint-Laurent et Giorgio Armani. Je n'ai pas conservé de double de mon courrier dans lequel je m'étonnais qu'un concurrent puisse déroger aux conditions contenues dans le contrat signé avec Luxottica. Pour l'instant, je n'ai pas passé de nouvelles commandes avec Luxottica.*"

Le 14 janvier, M. Lefebvre corrige ses propos antérieurs (cote 1041) : "*Suite à votre intervention du 9 janvier 1997, j'ai eu un doute quant à l'envoi d'un courrier à Luxottica. Après recherche et information auprès de Luxottica, aucun courrier ne leur a été transmis. J'ai simplement rédigé un brouillon de lettre sur le moment que je n'ai pas envoyé après réflexion. Je leur ai simplement téléphoné pour leur faire part de mon étonnement. Je vous remets ci-joint une copie du brouillon de ma lettre.*"

Cette dernière déclaration est confirmée par la teneur du courrier, daté du 15 octobre 1996, envoyé à Lefebvre Optique par Luxottica (cote 890) : "*Faisant suite à la conversation téléphonique que vous avez eue avec nos services concernant la situation actuelle sur la région lyonnaise.....*".

On peut penser que les propos tenus téléphoniquement à Luxottica par M. Lefebvre s'inspiraient des idées qui figuraient dans son brouillon, lequel était ainsi rédigé : "*je me vois dans l'obligation de suspendre la diffusion de vos produits au sein de mon établissement*" ce qui va plus loin que la formule type n° 1 "*je suis dans l'obligation de suspendre la promotion de vos marques*".

- Optique Chavet

M. Jacques Chavet, président de la S.A. "*Optique Chavet*", qui exploite un magasin d'optique à Neuville-sur-Saône, a déclaré le 22 janvier 1997 (cote 1077) : "*Concernant ma réaction au discount pratiqué sur certaines marques par le magasin Optical Center, j'ai pris l'initiative d'écrire à 4 fournisseurs (Luxottica, Jullien, L'Amy, Pouilloux) pour leur faire part de mon désaccord sur l'association des remises annoncées par Optical Center et leurs marques. Concernant la société O.D.L.M., j'ai fait part de mon désaccord au représentant (...). Sur les suites données à mes courriers, je n'ai passé de nouvelles commandes avec Lacoste, Armani, Nina Ricci, Jullien, Pouilloux. Par contre, j'ai repassé commande avec Chevignon, sachant que l'activité du magasin avec cette marque est bonne. Je n'ai pas trouvé de montures équivalentes sur ce créneau du marché susceptible de remplacer la marque Chevignon.*"

Dans son courrier adressé à Luxottica France, daté du 9 octobre 1996, M. Chavet, qui a rédigé une lettre en termes personnels, écrit (cote 874) : "*Dans ces conditions, je suis dans l'obligation de suspendre mon partenariat avec ces marques, de suspendre de nouvelles commandes d'Armani par exemple, alors que j'avais rendez-vous avec votre*

représentant ce jour."

Dans son courrier adressé, le 9 octobre également, à L' Amy, M. Chavet se montre tout aussi déterminé (cote 507) : *"Dans ces conditions, je suis dans l'obligation de suspendre mon partenariat avec ces marques, de suspendre de nouvelles commandes de Nina Ricci, d'annuler ma récente commande de Lacoste (dont votre représentante est pourtant une excellente promotrice) et de vous retourner la toute récente livraison de Chevignon."*

Par ailleurs, M. Chavet ne s'estime pas satisfait par les termes de la réponse en date du 14 octobre 1996 envoyée par L' Amy à tous les opticiens qui lui ont écrit et envoie une nouvelle lettre le 16 octobre 1996 dans laquelle il écrit (cote 508) : *"J'ai le regret de vous informer que la réponse apportée n'est dans l'instant pas satisfaisante. La société Optical Center s'engage de ne plus faire "fabriquer" les cartes actuelles, et non plus d'en distribuer. Au nom des contrats de distribution censés défendre votre image, c'est bien d'une interruption de distribution qu'il s'agit d'obtenir."* En outre, en post-scriptum, il se plaint de l'attitude de la société L' Amy qui approvisionne un concurrent sur Neuville-sur-Saône en produits Nina Ricci, malgré l'engagement d'exclusivité pris par cette marque en sa faveur.

Dans son courrier à la société Jullien (cote 671), M. Chavet écrit : *"Dans ces conditions, je suis dans l'obligation de suspendre, dans l'état actuel, mon partenariat avec cette marque."*

- Optique Ducret

M. Christian Ducret, gérant de la Sarl "Optique Ducret", exploitant deux magasins, l'un situé 83 Avenue des frères Lumière 69008 Lyon, l'autre 38 Cours Gambetta 69007 Lyon, a déclaré aux enquêteurs le 23 janvier 1997 : *"A la suite de cette réunion, j'ai transmis un courrier type aux fournisseurs L' Amy, Luxottica, Jullien, Pouilloux, ODLM, Gome, et peut-être Elce. Dans ce courrier, nous nous sommes basés sur une des formules qui avaient été indiquées lors de la réunion.(...) Hormis ces courriers, je n'ai fait aucune autre action auprès de mes fournisseurs. Je n'ai pas suspendu, ni retourné mes commandes."* (cote 1111).

S'il est vrai que les courriers envoyés par M. Ducret à ses fournisseurs en date du 10 octobre 1996 s'inspirent de la deuxième formulation type proposée lors de la réunion du 8 octobre 1996, M. Ducret l'a "durcie" en ajoutant le paragraphe suivant : *"De ce fait, nous suspendons à ce jour toute commande et reliquat en cours pour nos deux établissements, et ce pour une durée indéterminée."* (cote 1116).

Contrairement à ce qu'il affirme, M. Ducret a bien pris des mesures de rétorsion contre certains de ses fournisseurs.

En effet, la société Jullien a remis des documents faisant apparaître que la société Ducret lui a retourné des marchandises, le 3 octobre 1996, ce qui a donné lieu à un avoir de 15 383,49 F daté du 4/10/96 (cotes 701-702) ; or, la facture correspondante émise le 1/10/96 pour le même montant porte la mention manuscrite *"Faire avoir retour marchandises cause optical center"* (cotes 703-704). Le motif de ce retour de marchandise concomitant avec l'ouverture du magasin Optical Center ne fait donc pas de doute.

De même, les dirigeants de la société Luxottica, interrogés le 12 décembre 1996, ont déclaré : *"Nous avons reçu de nombreux courriers d'opticiens lyonnais, nous demandant de ne plus livrer Optical Center. Certains ont également annulé leurs commandes que nous n'avons donc pas livrées. (...) Pour Optique Ducret : annulation de sa commande portant sur 3 pièces pour 1 256, 88 F TTC évalués par Luxottica."* (cote 863).

- La Grande Pharmacie Lyonnaise

Cette pharmacie, située 22 rue de la République 69002 Lyon, dispose d'un département "Optique". Le responsable de celui-ci, M. Denis Vilcot, a déclaré aux enquêteurs (cote 1146) : *"Le rayon optique de la pharmacie n'est pas à armes*

égales avec ce nouvel arrivant (Optical Center) situé à une centaine de mètres. Dès novembre, j'ai constaté une chute des ventes. (...) J'ai adressé un courrier à six fournisseurs en m'inspirant de la deuxième lettre-type qui figurait dans le dossier. Je me souviens d'avoir adressé ce courrier aux fournisseurs suivants : Pouilloux, Luxottica, Airess, Jullien, François Pinton et L'Amy. Je les ai choisis parce que j'avais constaté moi-même qu'ils étaient présents en vitrine et que les griffes étaient inscrites sur la porte d'Optical Center. J'ajoute que j'ai envoyé une lettre identique à Berthet-Bondet. Je ne puis vous communiquer ces courriers, j'ai en effet égaré le dossier. Je puis vous dire qu'il s'agit de lettres identiques disant que je ne comprenais pas les intentions commerciales de ces fournisseurs sur Lyon. Je ne supporte pas qu'Optical Center puisse faire des remises imprécises sur des lunettes de qualité. A cette époque, mon stock était complet et je n'avais donc pas de raison de passer de nouvelles commandes. Cependant, j'ai annulé, par téléphone, une commande passée par ma collègue pendant mes congés d'été concernant des montures Kenzo de chez Airess, au motif : à 80 % je n'en voulais pas et à 20 % pour marquer le coup. La commande était d'une douzaine de montures de 300 à 350 F, soit un total d'environ 4 000 F."

Les courriers signés de M. Denis Vilcot datés du 18 octobre 1996 ont été retrouvés chez les fournisseurs Jullien (cote 663), L'Amy (cote 527), Luxottica (cote 896) et Berthet-Bondet (cote 1417). Elles reproduisent fidèlement la deuxième formule-type.

- Brotteaux Optique

Les responsables de la société LP Optique, qui exploite ce magasin, situé 104, Boulevard des Belges 69006 Lyon, Mme Laurence Posso, présidente et M. Monnier, directeur, ont déclaré (cotes 1310-1312) : "La société LP optique a racheté le fonds de commerce depuis le 17 juin 1996.(.....) Les courriers adressés le 5 novembre aux fournisseurs Luxottica, Airess et Jullien étaient destinés à dénoncer leur changement de politique commerciale, puisqu'ils refusaient auparavant de vendre aux magasins discount et que depuis mai-juin 96, Jullien et Yves Saint-Laurent sont vendus chez tout le monde, en grande quantité et à des prix défiant toute concurrence (marques Jullien, Yves Saint Laurent, Kenzo). (...) Le modèle du courrier adressé à ces fournisseurs a été indiqué téléphoniquement par le syndicat. Nous n'avons pas été touchés par l'installation d'Optical Center. Notre démarche envers ces fournisseurs n'était pas liée à leur installation, mais plutôt à la résolution de problèmes commerciaux propres, largement antérieurs puisque déjà en 1995, M. Monnier qui travaillait dans la précédente structure, avait renvoyé des lunettes Yves Saint Laurent à la société Luxottica, car elles étaient en vitrine dans un magasin de vente mutualiste. Nous n'avons jamais été contactés, ni participé à des réunions organisées par la profession. (.....) Compte tenu de la pratique suivie par Luxottica, Airess et Jullien, nous écoulons leur stock restant, mais nous ne continuerons notre collaboration commerciale. Nous les remplaçons par Charmant, Sedop-Grasset et d'autres. (...) Nous tenons à préciser que dès avant l'installation d'Optical Center en presque île, M. Monnier avait déjà téléphoné aux établissements Jullien pour dénoncer leur politique commerciale dans le 6^{ème} arrondissement, notamment la diffusion de leurs produits chez Lissac et la décision d'arrêter les relations commerciales. L'appel date d'environ mars-avril 96. La même démarche a été menée pour les produits Yves Saint Laurent."

Les courriers envoyés par la société Brotteaux Optique, datés du 5/11/96 et signés de Mme Posso, reproduisent à l'identique la première formulation type proposée lors de la réunion du 8 octobre 1996 (cf. par exemple cote 872). L'envoi réalisé par la société Brotteaux Optique s'insère donc bien dans le cadre de la campagne concertée entre les opticiens lyonnais contre les fournisseurs ayant accepté de livrer Optical Center, quel que soit le canal par lequel l'information a circulé.

Les trois fournisseurs, avec lesquels les responsables de "Brotteaux Optique" ne souhaitent plus entretenir de relations commerciales, sont parmi ceux qui sont également visés par la campagne des opticiens lyonnais. D'ailleurs, M. Xavier Terle, directeur commercial France de la société Airess, confirme, dans sa déclaration du 26 novembre 1996 (cote 561), que Brotteaux Optique fait partie des opticiens qui lui ont écrit à la suite de l'ouverture du magasin Optical Center et qui "n'ont pas" recommandé "cet automne".

- Optique Du Grand Large

M. Jean-Pierre Marmet, président de la société qui exploite deux magasins l'un à Meyzieu (69330), l'autre à Jonage, a déclaré (cote 1354) : *"J'ai choisi d'adresser la deuxième formule de réclamation aux directeurs commerciaux des marques Lacoste, Chevignon, Jullien, Façonnable, Luxottica et Pinton. (...) Ma société a décidé (j'ai pris personnellement cette décision) de continuer à s'approvisionner auprès de ces fournisseurs, mais j'ai cependant limité le nombre de mes commandes. D'une manière globale, j'ai limité mes commandes à 50 % de ce qu'elles auraient pu être. Je n'ai pas autrement retiré les marques des vitrines de mes magasins, j'ai continué à recevoir les représentants"*.

Les courriers adressés par M. Marmet, remis aux enquêteurs par les fournisseurs, sont datés du 9 octobre 1996. S'ils reprennent la deuxième formulation type, on y trouve l'ajout suivant : *"En effet, nous n'avons pas envie de mettre en avant des marques que nos clients peuvent trouver à - 40 % chez Optical Center. Tant que vos produits seront dans ces magasins, nous limiterons au maximum nos achats chez vous."* (cote 894 courrier à Luxottica ; même formulation cotes 505 et 506 courriers aux marques Chevignon et Lacoste de L'Amy ; cote 676 courrier à Jullien ; cote 608 courrier à ODLM).

Toutefois, M. Marmet établit, par la production d'une facture de "Ted Lapidus" du 31/01/97 et de bons de commande à François Pinton (du 24/01/97), L'Amy (du 31/01/97) et Luxottica (qui daterait du 24/01/97) qu'il n'a pas totalement interrompu ses relations avec ces fournisseurs (cotes 1367 à 1370).

- Mathieu Opticien

M. Pierre-Henry Mathieu exploite un magasin d'optique situé à Mions (69780). Il a déclaré aux enquêteurs le 7 février 1997 (cotes 1383-1384) : *"Concernant l'affaire relative à l'implantation d'Optical Center, j'ai jugé utile par solidarité de me joindre au mouvement d'humeur des opticiens lyonnais. Dans ce contexte, j'ai adressé des courriers aux fournisseurs suivants : SIMOP à Décines ; L'Amy pour les marques Chevignon, Ricci, Lacoste ; Jullien ; O.D.L.M. pour la marque Façonnable ; Luxottica pour la marque Yves Saint-Laurent. (...) Depuis le 10 octobre 1996, je n'ai pas passé de nouvelles commandes significatives avec les fournisseurs précités."*

La lettre envoyée par M. Mathieu à certains fournisseurs, datée du 10 octobre 1996, s'inspire de la deuxième formule type, mais est plus longue et plus explicite. Il écrit notamment : *"Vous comprendrez facilement que j'ai du mal à admettre les choix commerciaux que vous avez fait sur la région lyonnaise. Afin de préserver l'image et la réputation de mon magasin, je suis dans l'obligation de mettre un terme à la promotion de vos marques et à la distribution de vos produits. Je tiens bien sûr l'ensemble des produits de votre société actuellement en ma possession à votre disposition afin que vous procédiez au remboursement de ceux-ci."* (cotes 517, 518, 607, 665, 865).

L'enquête n'a pas confirmé si M. Mathieu a procédé au renvoi effectif des produits des marques concernées.

- Visions et Regards

M. Alexandre Tchordjallian exploite un magasin à cette enseigne à Décines-Charpieu (69150). Il a déclaré aux enquêteurs le 10 février 1997 (cote 1390) : *"Concernant les courriers adressés à mes fournisseurs suite à la réunion d'information de l'ouverture du magasin Optical Center à Lyon, j'ai envoyé une lettre à la société Jullien et une seconde à la société Cabaud, qui commercialise les marques Elce et Daniel Hechter. (...) Je reste fidèle malgré tout à mes fournisseurs ; je n'ai pas rompu mes relations commerciales avec Jullien et Cabaud ; j'ai simplement ralenti mes commandes. Par exemple, Jullien vient de me livrer une commande le 4 février 1997 dont je vous montre le bon de réception. La dernière livraison de CABAUD date de décembre 1996."*

Le courrier envoyé par "Visions et regards" à la société Jullien (cote 684) reprend la formulation type n° 2.

En ce qui concerne les autres opticiens interrogés, ils ont soit déclaré explicitement n'avoir entrepris aucune action concrète contre leurs fournisseurs (en dehors de l'envoi de courriers), soit leur déclaration ne permet pas d'établir qu'ils ont effectivement pris des mesures de représailles contre leurs fournisseurs.

2. Les réactions des fournisseurs à l'encontre d'Optical Center

- Societe L'Amy France

La société L'Amy France, dont les bureaux commerciaux sont situés 122, rue Maurice Hartmann 94200 Ivry sur Seine, est le numéro 1 sur le marché de la lunette en France, avec une part de 10 % du marché en volume et 15 % en valeur. La société commercialise la marque L'Amy sur le marché dit généraliste, mais est surtout très présente sur le marché "haut de gamme" des lunettes griffées, avec les marques "Lacoste", "Nina Ricci", "Chevignon" et "Ted Lapidus".

Interrogé par les enquêteurs le 26 novembre 1996, M. Tarte, directeur des ventes Lacoste et L'Amy, après avoir déclaré que la société L'Amy France avait reçu 27 courriers d'opticiens lyonnais (cf. p. 8), poursuit (cote 501-502) : *"Suite à la réception de ces courriers, j'ai adressé une réponse type à tous ces opticiens dont je vous remets un exemplaire sur votre demande (cotes 531-533). Ce courrier comporte une lettre d'Optical Center, qui s'engage à respecter les termes des contrats qui le lient en tant que distributeur agréé "lunettes Nina Ricci" et détaillant agréé "Lacoste lunettes", notamment en mentionnant sur les cartes publicitaires l'exclusion de ces deux marques de la remise accordée. Je précise que cette exclusion avait été déjà formulée le 19 janvier 1996 au cours d'un entretien de "négociations commerciales 1996", auquel participaient messieurs Beuscart (directeur des ventes Chevignon) et Grisey (représentant Lacoste)."*

Le courrier qu'ont effectivement reçu tous les opticiens ayant écrit à la société L'Amy se compose de trois parties : il y a, dans l'ordre chronologique, d'abord la copie d'une lettre adressée par M. Laurent Lévy, président directeur général d'Optical Center, datée du 9 octobre 1996 (cote 533), qui est ainsi rédigée : *"Monsieur Tarte, je vous confirme par la présente que nous respecterons le contrat de vente concernant la distribution de lunettes Lacoste et Nina Ricci, notamment, en faisant figurer sur notre prochaine fabrication de cartes privilégiées (s'il y en aura) la mention "sauf deux marques (Lacoste Nina Ricci)."*

Figure, ensuite, la réponse de M. Pascal Tarte à M. Lévy, datée du 14 octobre 1996 (cote 532) : *"Monsieur, nous avons bien reçu votre courrier du 09 octobre nous informant votre décision concernant la distribution des marques Lacoste et Nina Ricci. Cependant, et comme convenu lors de notre entretien téléphonique du 08 octobre, ces mesures sont applicables à l'ensemble de nos griffes, soit : Lacoste, Nina Ricci, Chevignon et sur l'ensemble des points de vente, c'est à dire : Lyon, Lille, Bordeaux, Nantes, Angers. Ces mesures sont applicables de suite et en respect de nos contrats de distribution. (...)"*

Ainsi, malgré l'absence de contrat de distribution spécifique aux produits de la gamme Chevignon, la société L'Amy entend interdire à Optical Center toute publicité concernant des remises sur ces produits. En outre, elle étend cette interdiction à l'ensemble des points de vente Optical Center sur tout le territoire français et à tous les produits des 3 gammes Lacoste, Nina Ricci, Chevignon.

Enfin, un courrier de la société L'Amy, également daté du 14 octobre 1996, signé des 3 directeurs des ventes, MM. Hubert de Thoisy (Nina Ricci), Philippe Beuscart (Chevignon) et Pascal Tarte (Lacoste) (cote 531) est ainsi rédigé : *"Monsieur, pour faire suite à votre courrier et en réponse à celui-ci vous trouverez ci-joint copies du courrier d'Optical Center ainsi que notre réponse. Ces mesures doivent vous permettre de ne plus rencontrer de problèmes de distribution concernant les marques de L'Amy France. C'est avec plaisir que nous nous tiendrons à votre disposition lors du SILMO pour en discuter avec vous (si cela n'a été fait auparavant). Certains que notre démarche et notre attitude contribueront au renforcement de notre partenariat...."*

Par cette dernière lettre, la société L' Amy France établit que les démarches qu'elle a effectuées auprès d'Optical Center ont été entreprises à la suite des menaces de boycott des opticiens lyonnais et en vue de leur donner satisfaction. M. Tarte, il est vrai, indique qu'au mois de janvier 1996, il avait déjà été demandé à M. Levy de ne pas faire apparaître les griffes L' Amy sur les publicités d'Optical Center. Toutefois, M. Tarte n'a pas, contrairement à son engagement (cote 503 : "*Je m'engage à vous faire parvenir ce document dans la mesure où nous le retrouvons dans les plus brefs délais*"), apporté la preuve de cette intervention auprès de la société Eyes Cube.

M. Tarte déclare encore le 26/11/1996 (cote 502) : "*Par ailleurs, ma représentante – D. Faucher- m'a fait parvenir le 08/11/1996 un exemplaire de la chiffonnette conçue et distribuée par Optical Center à Lyon, faisant apparaître abusivement l'ancien logo "la lunette Lacoste". Ce fait contrevient aux clauses du contrat signé par lesquelles l'accord préalable de notre société doit être requis impérativement. J'ai adressé un courrier en date du 12 novembre 1996 au magasin Optical Center lui signifiant la rupture des contrats lunettes "Nina Ricci" et "Lacoste", suite à l'utilisation abusive des logos. Les représentants "Nina Ricci" et "Lacoste" ont retiré la PLV, les différents marquages et produits de leur marque respective. Je recevrai prochainement un retour marchandises qui donnera lieu à un avoir. Je m'engage à vous communiquer une copie des documents relatifs à ces avoirs dès leur émission. Je tiens à préciser que les marques Chevignon et L' Amy sont toujours distribuées par le point de vente Optical Center à Lyon. Ces marques ne font pas l'objet d'un contrat de distribution sélective.*"

La lettre adressée en recommandé avec accusé de réception à l'attention de M. Lévy datée du 12 novembre 1996 et signée conjointement de MM. Pascal Tarte (directeur des ventes L' Amy et Lacoste) et Hubert de Thoisy (directeur des ventes Nina Ricci) indique (cote 539) : "*Malgré nos recommandations et après utilisation de nos marques sur "vos chiffonnettes" sans accord préalable auprès de notre société, nous sommes contraints de cesser la distribution de nos marques Lacoste et Nina Ricci sur votre magasin de Lyon. Comme convenu lors de notre entretien téléphonique de ce jour, nous faisons passer notre transporteur à votre magasin de Lyon, pour récupérer tous nos modèles ainsi que les PLV présentes en magasin. D'autre part, vous vous chargez de faire disparaître tout marquage se rapportant à ces deux marques. Nos délégués commerciaux prendront contact rapidement avec votre gérante pour faire le nécessaire.*"

Il est intéressant de noter que le document remis par la société L' Amy (cote 550), qui comporte sur la même page, la copie de la carte de réduction du magasin Optical Center et celle de la chiffonnette est une télécopie émise le 8 novembre 1996 par un numéro 04 78 71 75 02, qui est celui d'Optique Provansal, 137 Avenue de Saxe 69003 Lyon (cf. cote 528). D'ailleurs, cet opticien a reçu, par courrier du 18 novembre 1996, un double de la lettre de rupture envoyée par L' Amy à Optical Center (cotes 1195-1196). Le même document a été remis aux enquêteurs par la maison Nagabbo Optique (cote 47), qui a également reçu le courrier de L' Amy avec la copie de la lettre à Optical Center (cotes 38-39).

M. Laurent Lévy, président du conseil d'administration de la société Eyes Cube, confirme que les mesures prises par L' Amy à l'encontre du magasin Optical Center de Lyon se sont bien concrétisées, dans sa déclaration du 21 novembre 1996 (cotes 11 et 12) : "*Je viens d'apprendre aujourd'hui par ma responsable du magasin de Lyon que la représentante de Lacoste et Nina Ricci se présenterait dans mon établissement pour retirer les produits de leurs marques. Je précise et j'atteste formellement que M. Tarte m'avait informé oralement suite à la réception des lettres des opticiens lyonnais qu'il me refusait la vente de ses marques.*"

Il ressort donc de ces déclarations que la société L' Amy a rompu le contrat qui la liait au magasin Optical Center de Lyon concernant la distribution des marques Nina Ricci et Lacoste, ce qui s'est traduit par le retrait de ce magasin de tout matériel publicitaire se référant à ces deux marques et par la reprise des produits par le fournisseur.

Cette rupture intervient une semaine après la deuxième réunion des opticiens lyonnais qui a eu lieu le 5 novembre 1996 et qui avait fait la preuve de leur détermination à poursuivre les pressions sur ceux de leurs fournisseurs qui continueraient à livrer le magasin concurrent "*Optical Center*". Cette deuxième réunion avait été précédée de contacts intenses entre les opticiens lyonnais et leurs fournisseurs, notamment dans le cadre du salon SILMO, qui s'était tenu du 25 au 28 octobre 1996 à Paris. M. Gilles Bourdeau, par exemple, a déclaré : "*Dans le même temps⁵, ces fabricants nous ont contacté :*

L'Amy (visite du directeur commercial de Nina Ricci, M. de Thoisy), qui a confirmé qu'ils allaient faire le nécessaire pour retirer leurs marques de chez Optical Center, ce qui est fait depuis le 19 novembre 96 d'après les dires du représentant M. Gracian. J'avais rencontré au SILMO M. Tarte, directeur des ventes L'Amy-Lacoste, qui m'avait tenu les mêmes propos que M. de Thoisy et pris les mêmes décisions (retrait des produits Lacoste de chez Optical Center)" (cote 60-61).

La rupture entre la société L'Amy et Optical Center s'insère donc clairement dans le contexte des pressions exercées par certains opticiens lyonnais sur leurs fournisseurs à la suite de l'ouverture du magasin Optical Center. Après avoir, dans un premier temps, demandé à Optical Center de retirer les griffes "Lacoste", "Nina Ricci" et "Chevignon" de leurs publicités, la société L'Amy, qui a eu de nombreux contacts avec les opticiens lyonnais lors du SILMO et parallèlement à celui-ci, prend prétexte de la présence du logo "Lunettes Lacoste" sur les chiffonnettes d'Optical Center pour retirer les produits Lacoste et Nina Ricci du magasin de Lyon.

Cette attitude est d'ailleurs appréciée à sa juste valeur par les opticiens lyonnais ; l'un d'entre eux, M. Thierry Caillat, écrit, par exemple, le 12 novembre 1996 (cote 250), à M. Tarte : *"Je donne suite à mon courrier du 10 octobre 1996 et à votre appel téléphonique de ce jour, dont je vous remercie. Devant les dispositions courageuses qui ont été prises, face à la situation à laquelle nous étions confrontés, je peux vous assurer de mon total soutien commercial tout au long de l'année et d'une réelle collaboration pour la mise en avant de vos produits. Vous remerciant encore pour votre compréhension et votre partenariat...."*

Ainsi, immédiatement après avoir écrit à Optical Center pour lui signifier la rupture des relations commerciales, M. Tarte en informe un opticien lyonnais ayant participé activement au mouvement organisé par ceux-ci....

- Airess Distribution

La Sarl "Airess Distribution", dont le siège est situé 3, rue de la Paix à Oyonnax (01112), commercialise les montures que fabrique la S.A. Airess, sous les marques Airess, Kevlar, J. Fath, Concert, Morgan, C. Jourdan, Kenzo, Active. Le C.A. du groupe atteint 220 MF pour 2,5 millions de paires de lunettes vendues.

La société n'a pas mis en place de système de distribution sélective.

Son directeur commercial, M. Xavier Terle, a déclaré le 26 novembre 1996 (cotes 561-562) : *"Nous avons contacté M. Lévy, responsable d'Optical suite à ces courriers des opticiens. Nous avons réalisé des relevés de prix chez Optical Center, montrant que ce magasin vendait nos produits avec une marge de 2,5 ou 2,6, contrairement à ce qui a été dit par les opticiens. J'ai néanmoins rédigé un courrier à M. Levy en date du 23 octobre 1996. Nous avons connu un problème semblable de pressions des opticiens suite à l'ouverture du magasin Optical Center de Lille à partir d'août 1994. Je vous ferai parvenir les courriers reçus à cette occasion, si nous les retrouvons (...). Pour notre part, nous (ne) nous sommes retirés que très momentanément en vitrine. Ensuite, le nombre des montures en vitrine a été réduit, mais les ventes avec Optical ont toujours été maintenues. Nous réalisons plus d'un million de chiffre d'affaires avec le groupe Optical Center."*

La société Airess n'a, semble-t-il, pas répondu par écrit aux courriers qu'elle a reçus de certains opticiens lyonnais. M. Lamarche de la société Debauge S.A. (cote 1328) fait état d'un contact téléphonique à la suite du courrier adressé à Airess.

M. Bourdeau a déclaré (cotes 58-59) : *"Pour ce qui concerne la société Airess, tout le monde a rencontré (au SILMO) a priori M. Xavier Terle, manager des ventes chez Airess et M. Alain Geoffroy représentant Kenzo. M. Terle a précisé qu'il n'avait pas de raisons de modifier sa politique commerciale avec Optical Center. M. Geoffroy ne s'est pas exprimé lors de cet entretien."*

M. Provansal indique, de son côté (cote 1183) : *"Quant à Airess distribution, le représentant m'a dit qu'il n'avait pas*

l'intention de changer les choses.". M. Poignant déclare (cote 976) : "*Le représentant d'Airess m'a remis une copie de la lettre que cette société a adressée à Optical Center.*"

Il s'agit du courrier adressé par Airess à M. Laurent Lévy, daté du 23 octobre 1996 et signé de M. Terle (cote 568) qui est ainsi rédigé : "*La société Airess Distribution se bat depuis sa création pour une distribution uniforme de l'ensemble de ses griffes et lutte contre toute forme de discount. Pour preuve, nous n'avons jamais fait partie du référencement des opticiens Alain Afflelou. Comme il en a été convenu lors de notre référencement dans votre société, nous comptons sur vous pour faire appliquer notre politique commerciale dans l'ensemble des magasins que vous avez ouverts en France. Par ailleurs, nous vous demandons de bien vouloir faire en sorte que les marques que nous distribuons n'apparaissent pas sur vos mailings avec une indication de discount, car nous avons des obligations vis à vis des contrats de licence que nous avons signés. Comptant sur vous pour faire respecter les accords que nous avons pris ensemble...*"

Par ailleurs, Mlle Pepin, responsable du magasin Optical Center, a déclaré (cote 1447) : "*La société Airess a eu la même démarche que la société ODLM*" (c'est à dire qu'elle a demandé que ses modèles ne soient pas exposés en vitrine).

En résumé, face à la vive réaction des opticiens lyonnais, la société Airess a demandé à Optical Center de ne pas mettre en avant ses produits et de ne plus faire figurer les noms de ceux-ci sur ces publicités. Elle a poursuivi cependant ses livraisons à Optical Center.

- Société O.D.L.M.

La société O.D.L.M. (Organisation de Diffusion de Lunettes de Marques) a son siège 16, rue Dellevaux à 69410-Champagne-au-Mont-d'Or. Elle fait fabriquer et commercialise des lunettes optiques et solaires de marques "*Façonnable*", "*Majorette*", "*Takeo*". Elle a réalisé un chiffre d'affaires de 71,5 MF en 1995. La marque Façonnable fait l'objet d'un contrat de distributeur.

MM. Francis Kessous, directeur général, et Yves Gamby, directeur commercial, ont déclaré le 27 novembre 1996 (cote 595) : "*La société n'a pas donné suite ni de réponse officielle à ces courriers⁶. Elle a maintenu les mêmes relations commerciales avec le magasin Optical Center et avec les autres opticiens de la région lyonnaise. Sur l'ensemble des magasins Optical Center implantés en France, la société a réalisé un chiffre d'affaires d'environ 412 000 F en 1995.*"

Mlle Pepin, responsable du magasin Optical Center, a déclaré le 3 avril 1997 (cote 1447) : "*Concernant les relations avec ODLM, vers la mi-octobre, il nous a été demandé de ne pas exposer leurs montures en vitrine. Pour autant, nous avons continué à avoir des relations commerciales normales avec cette société. La dernière commande a été passée à mon avis en janvier 1997*". Une facture "*Façonnable*" d'un montant de 15 920,50 F a effectivement été produite (cote 1473), mais la date n'en est pas apparente.

Toutefois, dans sa déclaration du 26 novembre 1996, M. Xavier Terle, directeur commercial d'Airess Distribution, a indiqué (cote 562) : "*Nous avons eu connaissance que de nombreux fabricants de lunettes ont reçu des courriers semblables, en particulier les montures Jullien à Morez. Par ailleurs, il semblerait que Façonnable se soit retiré de chez Optical Lyon.*"

En outre, M. Thierry Caillat (Idéal Optique) a remis aux enquêteurs une lettre adressée par lui à ODLM (à l'attention de M. Azoulay) datée du 12 novembre 1996 (cote 252) où il est écrit : "*Je donne suite à mon courrier du 10 octobre 1996 et à votre appel téléphonique de ce jour, dont je vous remercie. Devant les dispositions courageuses qui ont été prises face à la situation à laquelle nous étions confrontés, je peux vous assurer de mon total soutien commercial tout au long de l'année et d'une réelle collaboration pour la mise en avant de vos produits. Vous remerciant encore pour votre compréhension et votre partenariat...*". Il s'agit du même texte que celui qui a été adressé par M. Caillat à M. Tarte de la société L'Amy.

Invité à préciser ce qu'il entendait par "*les dispositions courageuses qui ont été prises*", M. Caillat a fait, par écrit, la réponse suivante le 18 janvier 2001 : "*Lors de la conversation téléphonique que j'ai eue le 12 novembre 1996 avec M. Azoulay, et qui faisait suite à mon courrier de protestation du 10 octobre 1996, M. Azoulay m'a dit comprendre mon désarroi et admettre qu'il était illogique que certains détaillants ne respectent pas l'image de luxe voulue par les fabricants et se placent en contradiction avec la stratégie des fabricants. Il m'a dit qu'il veillerait à contrôler de manière plus rigoureuse et à exiger le respect de ces engagements contractuels de la part de la société Optical Center. Par ailleurs, il m'a dit qu'au moment de notre conversation téléphonique, il avait déjà rappelé la société Optical Center aux obligations qui lui incombent en vertu de ses contrats de distribution. A l'issue de ce coup de téléphone, il m'a paru d'une part utile de formaliser notre discussion afin de pouvoir ultérieurement opposer à la société O.D.L.M. ses propres paroles. Il m'a paru d'autre part important d'apaiser la situation de tension que j'avais créée avec ce fournisseur important. C'est dans ces conditions que, n'hésitant pas à me livrer à une certaine flagornerie, j'ai utilisé la formule "dispositions courageuses qui ont été prises".*"

Enfin, M. Poignant, opticien à Tassin-la-demi-Lune, a déclaré le 9 janvier 1997 : "*Concernant ODLM, je n'ai pas eu de réponse écrite de leur part, mais le représentant, M. Rochefort, m'a rendu visite et m'a précisé qu'il ferait le nécessaire pour que le magasin Optical Center ne dispose plus de leur marque s'il persistait dans leur publicité.*" (cote 976).

- Société Sporoptic Pouilloux S.A.

La société Sporoptic Pouilloux, dont le siège se trouve à Paris (8^{ème}), 28, rue Boissy d'Anglas, commercialise, notamment, les lunettes de la marque Vuarnet.

En réponse aux courriers reçus des opticiens lyonnais, elle écrit (cote 042 par exemple) : "*Nous venons de prendre connaissance de votre courrier dans lequel vous nous informez qu'un magasin discounte nos produits. Après enquête, nous avons pu savoir de qui il s'agissait. Bien entendu, nous lui faisons une injonction d'arrêter cette façon de procéder. Faute de quoi, nous serons dans l'obligation de ne plus le livrer. Il est bien certain que nous ne sommes absolument pas d'accord avec cette façon de faire. A tel point que prochainement vous serez contacté par le représentant du secteur qui ne manquera pas de vous proposer un contrat de distribution interdisant entre autres le discount de nos lunettes.*"

Cependant, Mlle Pepin affirme, le 3 avril 1997, que les produits Vuarnet sont exposés en vitrine du magasin Optical Center de manière visible de l'extérieur (cote 1445) et qu'elle n'a pas de problème particulier avec la société Pouilloux (cote 1448).

La société Sporoptic Pouilloux s'est engagée vis-à-vis des opticiens qui lui ont écrit à prendre des mesures de représailles sévères par rapport au magasin incriminé. Cependant, le contenu du dossier ne permet pas de savoir si de telles mesures ont été effectivement appliquées.

3. Les contrats de distribution exclusive mis en place par les fabricants

Les auditions entreprises dans le cadre de l'instruction ont fait apparaître que plusieurs des fournisseurs concernés commercialisent leurs produits de lunetterie "*haut de gamme*" par l'intermédiaire de contrats de distribution sélective comportant des clauses qui ont retenu l'attention des enquêteurs.

Pour la société L'Amy France :

- Contrat de distributeur agréé "*Nina Ricci*" :

. article 2, point 7 (publicité), ainsi rédigé : "*Le "distributeur agréé" apporte son plus efficace concours aux campagnes publicitaires organisées par "L'Amy France" concernant les lunettes Nina Ricci. Il s'assure de l'accord préalable écrit de*

"L'Amy France" pour toute communication publicitaire qu'il entendrait faire et qui citerait les lunettes Nina Ricci. Et ce, notamment pour ce qui concerne le support utilisé, l'identification de la marque Nina Ricci et son environnement."

. article 3, point 2 (Aide technique et publicitaire) : "Les épreuves des annonces ou autres documents publicitaires ainsi que les conditions des insertions doivent faire l'objet d'un accord écrit de "L'Amy France" préalable à toute insertion ou impression."

. article 2 (conditions d'agrément ; déclarations et obligations du distributeur agréé) point 3 "Ventes" : "... Le "distributeur agréé" peut revendre les lunettes Nina Ricci à tout distributeur agréé installé dans tous les pays de la C.E.E. aux conditions expresses ci-dessous : a) il doit prendre toutes les précautions nécessaires pour que les produits ainsi livrés ne quittent pas le réseau des distributeurs agréés de la CEE habilités à détenir lesdits produits. Il doit notamment s'assurer que les acheteurs sont bien des distributeurs agréés ; b) il doit conserver pendant 2 ans à la disposition des délégués commerciaux de la marque le double des factures correspondant à ces reventes. La valeur des achats correspondant à ces factures n'est pas incluse dans le montant des achats effectués dans l'année par le "distributeur agréé" ; c) il ne doit pas rétrocéder un produit nouveau pendant l'année qui suit son lancement sans s'être assuré au préalable que ce produit a déjà été mis en vente chez le détaillant agréé du pays de la CEE d'où provient la commande."

- Contrat de "détaillant agréé" lunettes Lacoste

. article 3 (Obligations de L'Amy France), point 2 (publicité et promotion) : "... Toutefois, si le détaillant agréé souhaitait entreprendre lui-même certaines actions publicitaires et promotionnelles de quelque nature que ce soit, il devra obtenir préalablement l'accord écrit de L'Amy France sur le type et le mode de ces actions, à l'exclusion du prix, utiliser exclusivement les graphismes, caractères, sigles et logotypes approuvés par L'Amy France et veiller tout particulièrement à ce que soient sauvegardés le standing et l'image des marques Lacoste."

Pour la société O.D.L.M.

- Contrat de distributeur des produits de lunetterie optique et solaire "Façonnable"

. article 5.2/ Enseigne du point de vente. "L'enseigne du point de vente ne devra jamais être dévalorisante pour la notoriété et l'image des produits de la marque Façonnable. Serait notamment considérée comme dévalorisante une enseigne ayant acquis sa réputation sur des pratiques commerciales agressives et/ou sur une politique permanente de rabais illicites ou de nature à induire en erreur le consommateur."

. article 7.2.2/. Promotion de la marque par le distributeur agréé. "Il est expressément indiqué que le distributeur agréé ne peut en aucun cas de sa propre initiative développer de pratiques publicitaires ou promotionnelles faisant référence à la marque Façonnable et aux produits qui la portent. Toutefois, le distributeur agréé et la société ODLM peuvent convenir d'une action commerciale ou publicitaire portant sur la marque Façonnable et les produits qui la portent dans les conditions qui devront faire l'objet d'un accord séparé."

Pour la société Gala-Prestige de Paris

- Protocole d'accord de distribution sélective pour les produits de la marque Fred-Force 10

. point 9 des "Obligations de l'opticien détaillant agréé" : "(Il s'engage) à ne pas rétrocéder des montures optiques ou lunettes solaires à d'autres revendeurs et par conséquent à ne vendre les produits qu'aux "consommateurs finaux" " et point 12 : "(il s'engage) à s'approvisionner uniquement auprès du fournisseur".

Pour la société Sporoptic-Pouilloux

- Contrat de revendeur agréé des lunettes de marque Vuarnet

. article 3.1.1. : *"Le revendeur agréé s'engage à acquérir les produits exclusivement auprès de Sporoptic Pouilloux S.A."*

. article 3.1.3. : *"Le revendeur agréé s'engage, en outre, à ne vendre qu'à des consommateurs finaux. Il s'interdit formellement, par conséquent, de vendre ou de fournir les produits à un autre revendeur, quel qu'il soit sauf autorisation écrite et exceptionnelle de Sporoptic Pouilloux S.A."*

Pour la société Berthet-Bondet

- Contrat de distribution agréée pour les lunettes de marque "Lagerfeld"

. article 2 (Droits et obligations liés au statut de distributeur agréé), alinéa 2 : *"le distributeur agréé ne pourra revendre les produits qu'au consommateur final."*

Pour la société Bausch et Lomb

- Contrat de distribution sélective des produits Ray Ban

. article 3.10.2 : *"Dans sa communication (publicité, promotion, publicité sur le lieu de vente, relations publiques, etc.) relative aux produits et/ou à la marque, le distributeur agréé s'engage à utiliser exclusivement soit du matériel fourni par Bausch et Lomb, soit du matériel approuvé par écrit par Bausch et Lomb avant utilisation. Aucun document publicitaire faisant mention de la marque et/ou des produits ne pourra être utilisé sans l'accord écrit préalable de Bausch et Lomb"*

. article 3.10.3 : *"Toute pratique de promotion avec discount systématique sera considérée comme attentatoire à la marque et pourra donner lieu à résiliation immédiate du présent contrat".*

SUR LA BASE DE CES CONSTATATIONS, LES GRIEFS SUIVANTS ONT ÉTÉ NOTIFIÉS AU TITRE DE L'ARTICLE 7 DE L'ORDONNANCE DU 1^{ER} DÉCEMBRE 1986 (devenu article L. 420-1 du code de commerce).

Grief n° 1 - Pratiques concertées ayant pour but d'organiser entre les distributeurs une pression collective sur des fournisseurs en vue de limiter à un distributeur concurrent l'accès au marché concerné :

- S.A.R.L. Bourdeau
- S.A. Nagabbo
- Optique Chavril
- Europtic S.A.

Grief n° 2 - Pratiques concertées d'envoi d'un courrier à un ou plusieurs fournisseurs dans le cadre d'une campagne collective de pression sur ceux-ci, en vue de les amener à ne plus approvisionner un concurrent et à contraindre ce dernier à modifier sa politique commerciale :

Cristal Optique, S.A. Nagabbo, S.A.R.L. Bourdeau, Optique Chavril, S.A.R.L. Guigues Optique, Europtic S.A., Optique Ginet S.A., Idéal Optique S.A., S.A.R.L. C.G. Optique, EURL Francheville Optique, Christian Grenier, S.A.R.L. J. Peter, Optique Moderne Claude Moch, Optique Gimet, Optique Galimard, DTS Optique, Optique du Serpent, Optique Poignant S.A., Troussey Optique, Optique Chavet, Optique Torrilhon S.A., Optique Ducret, Razy Optique S.A., S.A.R.L. Optique 73, La Grande Pharmacie Lyonnaise, Optique Provansal, S.A. Thivend, Brotteaux Optique, Debauge S.A., Saint Priest Optique S.A., Optique 54, S.A. Optique du Grand Large, Mathieu Opticien, Visions et Regards, Grand Optical,

Grief n° 3 - Pratiques concertées de pressions sur un ou plusieurs fournisseurs, dans le cadre de la même campagne, sous forme de contacts téléphoniques avec eux ou de messages transmis par l'intermédiaire des représentants :

- Contact Optique, O. Lefebvre, Debourg Optique, P. Sanders

Grief n° 4 – Pratiques concertées de rétorsions commerciales à l'encontre des fournisseurs, dans le cadre de la même campagne, en vue de les amener à ne plus approvisionner un concurrent :

- Nagabbo S.A. (Annulation de commande ; retour de marchandises ; retour de P.L.V. ; produits des fournisseurs ne sont plus présentés en vitrine ; nouvelles commandes limitées)
- Bourdeau SARL (Annulation d'une commande ; produits ne sont plus mis en avant)
- Optique Chavril (Suspension de commandes)
- Europtic S.A. (Annulation d'une commande en cours ; pas de nouvelle commande)
- Optique Gimet S.A., aux droits de laquelle vient la société "*Les Opticiens Economes*" (commandes annulées)
- Idéal Optique (produits ne sont plus présentés en vitrine)
- Debourg Optique (pas de nouvelle commande)
- P. Sanders (cessation des relations commerciales avec les fournisseurs concernés)
- Poignant (Annulation de commandes)
- O. Lefebvre (pas de nouvelle commande à un fournisseur)
- Optique Chavet (Annulation d'une commande ; retour de marchandises ; pas de nouvelles commandes)
- Optique Ducret (Annulation de commandes)
- Grande Pharmacie Lyonnaise (Annulation d'une commande)
- Brotteaux Optique (cessation des relations commerciales avec différents fournisseurs)
- Optique du Grand Large (réduction des commandes de 50 %)
- Mathieu Opticien (pas de nouvelle commande)
- Visions et Regards (ralentissement des commandes)

Grief n° 5 – Pratiques adoptées par les fournisseurs de façon concertée avec des opticiens distributeurs contre le magasin Optical Center de Lyon ou contre tous les magasins de la même enseigne, visant à écarter ce (s) magasin (s) de l'accès à leurs produits ou à lui (leur) imposer un changement de politique commerciale.

- Société L'Amy France (Rupture unilatérale des contrats de distributeur passés avec le magasin Optical Center, retrait des marchandises et de la P.L.V. du magasin)
- Société O.D.L.M. (Retrait de ses produits du magasin)
- Société Aïress Distribution (Retrait des produits de la vitrine ; demande de ne plus faire apparaître ses marques sur les publicités d'Optical Center)
- Société Sporoptic Pouilloux (Courrier contenant des menaces précises à l'égard du magasin qui pratique le discount)

Grief n° 6 - Pratiques concertées consistant à insérer dans les contrats de distribution sélective des clauses prohibées par l'article 7 de l'ordonnance du 1^{er} décembre 1986 (article L. 420-1 du code de commerce) et par l'article 81 du Traité de Rome :

* Fournisseurs :

- Société L'Amy France (contrats Lacoste, Nina Ricci)
- Société O.D.L.M. (contrat Façonnable)

- Société Gala Prestige de Paris (Contrat Fred-Force 10)
- Société Sporoptic Pouilloux (Contrat Vuarnet)
- Société Berthet-Bondet (Contrat Lagerfeld)
- Société Bausch et Lomb (Contrat Ray Ban)

* Distributeurs ayant souscrit de tels contrats :

- La Grande Pharmacie Lyonnaise (Lacoste, Nina Ricci, Ray-Ban)
- Optique Provansal (Lacoste, Nina Ricci, Vuarnet, Ray Ban)
- Mathieu Opticien (Lacoste, Nina Ricci)
- Optique Gimet S.A., aux droits de laquelle vient la société "*Les Opticiens Economes*" (Lacoste, Façonnable, Fred-Force 10, Ray Ban)
- Optique Régence (Ray Ban)
- Optique Poignant S.A. (Lagerfeld, Ray Ban)
- Olivier Lefebvre (Ray Ban)
- Debaugé S.A. (Ray Ban)
- SARL Cristal Optique (Ray Ban)
- Contact Optique (Ray Ban)
- SARL J. Peter (Ray Ban)
- Nagabbo S.A. (Fred Force 10)
- Cerf Optique (Ray Ban)
- Brotteaux Optique (Ray Ban)
- Eyes Cube (Vuarnet)

II. - Sur la base des constatations qui précèdent, le Conseil

Sur l'imputabilité des pratiques

Considérant que selon une jurisprudence constante, et notamment selon l'arrêt Enichem Anic du Tribunal de Première Instance des Communautés européennes du 17 décembre 1991, lorsque l'existence d'une infraction est établie, il convient de déterminer la personne physique ou morale qui était responsable de l'exploitation de l'entreprise en cause au moment où l'infraction a été commise, afin qu'elle réponde de cette infraction ;

Considérant qu'en cas de fusion ultérieure de la société responsable de l'exploitation avec une autre société, cette fusion, qui peut résulter soit de la création d'une société nouvelle, soit de l'absorption de la société responsable par une autre société, entraîne la dissolution sans liquidation des sociétés qui disparaissent et la transmission universelle de leur patrimoine, actif et passif, aux sociétés bénéficiaires, dans l'état où il se trouve à la date de réalisation définitive de l'opération, et que la société nouvelle ou la société absorbante répond, dès lors, des infractions commises antérieurement à cette date par la société partie à la fusion ; que lorsqu'entre le moment où l'infraction a été commise et le moment où l'entreprise en cause doit en répondre, la personne responsable de l'exploitation de cette entreprise a cessé d'exister juridiquement, sans que cette disparition se soit accompagnée de la transmission universelle de ses droits et obligations à une autre personne, il convient de localiser, dans un premier temps, l'ensemble des éléments matériels et humains ayant concouru à la commission de l'infraction pour identifier, dans un second temps, la personne qui est devenue responsable de l'exploitation de cet ensemble, afin d'éviter qu'en raison de la disparition de la personne responsable de son exploitation au moment de l'infraction, l'entreprise ne puisse pas répondre de la commission de celle-ci ;

Considérant que si la société en nom collectif "*Grande Pharmacie Lyonnaise*" soutient qu'elle n'a plus de département "*optique*" depuis mars 1997, il est constant qu'elle continue d'exister ; que, dans ces conditions, le fait qu'elle ait fermé son département "*optique*" n'a pas pour effet de la dispenser de répondre des pratiques anticoncurrentielles auxquelles elle

a pu participer antérieurement à cette fermeture ; que le fait que lesdites pratiques auraient été commises par le responsable du département "*optique*", à l'insu du chef d'entreprise, ne saurait davantage avoir pour effet d'exonérer ladite société de sa responsabilité dans la commission des infractions qui lui sont reprochées ;

Considérant que si, postérieurement à la saisine du Conseil, la société Bausch & Lomb a cédé son activité de lunetterie à la société Luxottica France, il est constant qu'elle continue d'exister ; que, dans ces conditions, la cession n'a pas pour effet de la dispenser de répondre des pratiques anticoncurrentielles auxquelles elle a pu participer antérieurement ;

Considérant que la société "*Les Opticiens Economes*" (L.O.E.) soutient qu'elle n'est pas responsable des agissements anticoncurrentiels imputés à la société "*Optique Ginet*" ; qu'en effet, si elle a acquis, en février 1997, la totalité du capital de la société "*Optique Ginet*" et si elle a, ensuite, le 30 novembre 1999, procédé à une fusion absorption de celle-ci, avec effet rétroactif au 1^{er} janvier 1999, le conseil d'administration de ladite société a été entièrement renouvelé le 13 mars 1997 et quatre des six fonds de commerce exploités antérieurement par la société "*Optique Ginet*" ont été cédés à d'autres sociétés dirigées directement ou indirectement par M. Philippe Ginet, ancien président de la société "*Optique Ginet*" ;

Considérant, toutefois, que la société "*Optique Ginet*" a continué d'exister jusqu'au 28 décembre 1999, date de sa radiation du registre du commerce ; que la personnalité juridique de la société "*Optique Ginet*" s'est fondue dans la société L.O.E. lorsque cette dernière l'a absorbée ; qu'à cette date, la société "*L.O.E.*" s'est trouvée substituée dans les droits et obligations de ladite société ; que, dès lors, la cession par la société "*Optique Ginet*", avant son absorption, de quatre des fonds de commerce qu'elle exploitait est sans influence sur le transfert de la responsabilité à la société L.O.E. ; qu'en effet, la continuité économique et fonctionnelle d'une entreprise au travers des seuls éléments matériels et humains ayant concouru à l'infraction ne doit être recherchée que dans le cas où la personne morale, support juridique de l'entreprise ayant commis l'infraction, a disparu sans qu'une autre personne morale n'ait recueilli ses droits et obligations ; qu'en conséquence, la société "*L.O.E.*" doit être considérée comme responsable des pratiques anticoncurrentielles mises en œuvre par la société "*Optique Ginet*" ;

Considérant que les courriers contenant la notification de griefs, puis le rapport, adressés à la société LP Optique exploitant un magasin à l'enseigne "*Brotteaux Optique*", 104, boulevard des Belges, 69006 Lyon, ont été retournés au Conseil avec la mention "*changement de propriétaire, pas de dossier à ce nom*" ; qu'il n'a pas été possible d'établir l'identité du signataire de cette mention ; que ledit magasin est exploité depuis le 1^{er} juin 2000 par la S.A.R.L. "*Brotteaux Optique*" qui a acquis le fonds de commerce de la société LP Optique, laquelle a été dissoute ; que si la société "*Brotteaux Optique*" a ainsi recueilli l'ensemble des éléments matériels et humains ayant concouru à la commission de l'infraction, du fait du rachat de ce fonds de commerce, il est constant qu'elle n'a pu prendre connaissance des griefs retenus à l'encontre de la société LP Optique et présenter ses observations éventuelles ; que, dès lors, le respect des droits de la défense s'oppose à ce qu'elle fasse l'objet d'une sanction ;

Considérant que, par un courrier du 21 juin 2001, Mme Laurence Posso, gérante de la Sarl "*Cristal Optique*", fait valoir qu'elle n'a racheté, avec sa sœur, les parts de ladite société que le 1^{er} juillet 1998, soit postérieurement aux faits qui lui sont reprochés ; qu'en outre, la société "*Cristal Optique*" a été rachetée par la société "*Real Optique*", laquelle n'exploite plus de commerce d'optique à l'adresse (76, rue Edouard Herriot, 69002 Lyon), qui était celle du magasin de la société "*Cristal Optique*" ; qu'ainsi qu'il a déjà été dit, la société "*Cristal Optique*" est restée responsable des agissements qui lui sont reprochés, quels que soient les changements intervenus dans son capital et sa direction, jusqu'à son absorption par la société "*Real Optique*" ; que cette dernière a recueilli l'ensemble des droits et obligations de la société "*Cristal Optique*" qu'elle a absorbée, nonobstant le fait qu'elle a déménagé à Villeurbanne ; que la gérante de la Sarl "*Real Optique*" n'est autre que Mme Laurence Posso ; que si la notification de griefs et le rapport ont été adressés à la société "*Cristal Optique*", il résulte du courrier envoyé le 21 juin 2001 par Mme Posso que les deux documents sont bien parvenus à la gérante de "*Real Optique*", société absorbante, qui a, ainsi, présenté ses moyens de défense ; que, dès lors, rien ne s'oppose à ce que la Sarl "*Real Optique*" réponde des pratiques qui ont été commises par la Sarl "*Cristal Optique*" ;

Considérant que les courriers contenant la notification de griefs, puis le rapport, adressés à "*Mathieu Opticien*" à Mions

(69780) sont revenus avec la mention "*N'habite pas à l'adresse indiquée*"; que le commerce d'optique situé à cette adresse était exploité en nom personnel par M. Pierre Henry Mathieu; qu'il y a eu cessation totale d'activité en octobre 1998; que si M. Pierre Henry Mathieu reste responsable personnellement des faits commis pendant qu'il gérait ce commerce, il n'a pas été possible de lui notifier les griefs retenus à son encontre et il n'a donc pu être à même de présenter ses observations éventuelles; que, dès lors, il ne pourra faire l'objet d'aucune sanction;

Sur l'organisation de la réunion du 8 octobre 1996

Considérant que la réunion qui a eu lieu le 8 octobre 1996 à la brasserie "*Paulaner*", Place Bellecour à Lyon, et à laquelle ont participé une cinquantaine d'opticiens, a fait suite à l'ouverture, fin septembre 1996, d'un point de vente "*Optical Center*", 4 rue de la Bourse à Lyon (1^{er}); que ce magasin avait lancé une importante campagne de publicité sur toute l'agglomération lyonnaise, faisant état de réductions de prix allant de 20 % sur les lunettes de soleil et les lentilles de contact à 40 % sur les verres et les montures optiques, y compris sur les marques les plus prestigieuses; qu'un certain nombre de ces marques "*haut de gamme*" étaient effectivement affichées en vitrine et sur la porte du magasin et figuraient sur la "*chiffonnette*" publicitaire remise par le magasin "*Optical Center*" à ses clients;

Considérant que, contrairement à ce qui est soutenu par certains opticiens ayant participé à cette réunion, son objet n'était pas seulement d'échanger des informations et des points de vue entre les participants, mais de s'entendre sur des mesures de représailles à exercer à l'encontre des 14 fournisseurs du magasin "*Optical Center*" en produits "*haut de gamme*", s'ils continuaient à le livrer; qu'en effet, l'organisation d'un boycott de ces fournisseurs a été discutée; qu'il a ainsi été décidé, à l'issue d'un vote des participants, que chaque entreprise enverrait, dans un premier temps, auxdits fournisseurs un courrier destiné à faire pression sur eux en vue de les amener à cesser d'approvisionner le magasin "*Optical Center*"; qu'à cet effet, deux formulations type ont été proposées aux participants dans un dossier mis à leur disposition; que cette réunion constituait donc bien une "*action concertée*" ayant pour objet "*d'empêcher, de restreindre ou de fausser le jeu de la concurrence*" sur le marché des lunettes de marque de l'agglomération lyonnaise et, plus particulièrement, de "*limiter le libre exercice de la concurrence par d'autres entreprises*" et de "*faire obstacle à la fixation des prix par le libre jeu du marché*", toutes pratiques prohibées par l'article L. 420-1 du code de commerce;

Considérant que si le nombre et l'identité exacts des participants à la réunion du 8 octobre 1996 ne sont pas connus, il est établi que les entreprises Bourdeau, Nagabbo, Optique Chavril et Europtic ont été les instigatrices de cette réunion et qu'elles en ont assuré l'organisation, l'animation et le suivi; qu'en effet, Mme Evelyne Brethes, présidente de la société Contact Optique a déclaré que telles étaient les sociétés organisatrices (cote 6); que cette déclaration est confirmée par celle de M. André Guigues responsable d'Optique Chavril (cote 92); que Mme Patris, présidente de la société anonyme "*Europtic*", a reconnu avoir préparé le dossier mis à disposition des participants à la réunion qui contenait la publicité diffusée par "*Optical Center*", un devis établi par cet opticien, la liste des marques exposées par lui en vitrine et une lettre type comportant deux formulations destinées à être envoyées aux fournisseurs dont les marques figurent sur cette liste; que selon M. André Guigues (cote 96), c'est la société Naggabo qui a proposé les deux options de la lettre type; que les dirigeants des entreprises "*Bourdeau*", "*Optique Chavril*" et "*Naggabo*" ont, à l'occasion du Salon international de la lunetterie, de l'optique oculaire et du matériel pour opticiens (SILMO) qui se tenait à Paris du 25 au 28 octobre 1996, rencontré un certain nombre des fournisseurs visés lors de la réunion du 8 octobre précédent pour leur faire part de la position adoptée en commun par les opticiens présents et faire pression sur ces fournisseurs en vue d'obtenir qu'ils ne livrent plus le magasin "*Optical Center*"; qu'ainsi, en prenant l'initiative d'organiser cette réunion, en la préparant et en l'animant, en la prolongeant par des contacts avec les fournisseurs lors du SILMO et par deux réunions ultérieures les 5 novembre 1996 et 7 janvier 1997, les quatre entreprises précitées ont été à l'origine d'une action concertée ayant pour objet d'empêcher, de restreindre ou de fausser le jeu de la concurrence sur le marché des lunettes de marque de l'agglomération lyonnaise et, de ce fait, prohibée par l'article L. 420-1 du code de commerce;

Sur les messages adressés par des opticiens lyonnais à leurs fournisseurs

Considérant que, dans la période du 9 octobre 1996 au 5 novembre 1996, 36 entreprises d'optique de la région lyonnaise

(Cristal Optique, S.A. Nagabbo, S.A.R.L. Bourdeau, Optique Chavril, S.A.R.L. Guigues Optique, Europtic S.A., Optique Ginet S.A., Idéal Optique S.A., S.A.R.L. C.G. Optique, EURL Francheville Optique, Christian Grenier, S.A.R.L. J. Peter, Optique Moderne Claude Moch, Optique Gimet, Optique Galimard, DTS Optique, Optique du Serpent, Optique Poignant S.A., Troussey Optique, Optique Chavet, Optique Torrilhon S.A., Optique Ducret, Razy Optique S.A., S.A.R.L. Optique 73, La Grande Pharmacie Lyonnaise, Optique Provansal, S.A. Thivend, Brotteaux Optique, Debauge S.A., Saint Priest Optique S.A., Optique 54, S.A. Optique du Grand Large, Mathieu Opticien, Visions et Regards, Grand Optical, Optique Médicale D. Girod.) ont envoyé un courrier à au moins l'un des fournisseurs visés lors de la réunion du 8 octobre 1996 ; que, dans la majorité des cas, ces courriers reprenaient purement et simplement l'une des deux formulations type proposées lors de ladite réunion ; que, lorsqu'ils s'en écartaient légèrement, leur sens était le même ; que, contrairement à ce qui est soutenu par certaines de ces entreprises, ces courriers n'étaient pas de simples lettres de demande d'informations adressées aux fournisseurs au sujet de leur politique commerciale ; qu'en effet, ils contenaient des formules telles que "*Au vu des nouvelles options que vous semblez prendre sur Lyon, j'ai le regret de vous informer que je suis dans l'obligation de suspendre la promotion de vos marques ... et ..., et, ce, dans le seul et unique but de préserver l'image et la réputation de mon magasin*" (1^{ère} formulation type proposée lors de la réunion du 8 octobre 1996) ou "*Nous sommes très surpris des choix commerciaux que vous semblez faire sur Lyon actuellement. Vous comprendrez aisément qu'afin de préserver l'image et la réputation de notre magasin, nous nous devons de prendre du recul par rapport aux produits concernés*" (2^{ème} formulation type proposée lors de la réunion du 8 octobre 1996) ; que ces formules étaient manifestement destinées à exercer une pression sur les fournisseurs afin d'obtenir que ceux-ci remettent en cause les relations commerciales entamées avec "*Optical Center*" ; que, par ailleurs, les entreprises Contact Optique et O. Lefebvre, n'ont pas envoyé de courrier, mais ont eu des contacts téléphoniques avec un de leurs fournisseurs, durant la même période de temps, et ont reçu de ce fournisseur en réponse le même courrier type que celui envoyé à leurs confrères leur ayant écrit ; que, les entreprises "*Debourg Optique*" et "*P. Sanders*" ont admis avoir fait part de leur mécontentement à leurs fournisseurs par l'intermédiaire de leurs représentants ; qu'en envoyant des courriers rédigés dans des termes identiques à ceux proposés lors de la réunion du 8 octobre 1996 ou s'en inspirant manifestement, dans les jours qui ont suivi celle-ci, aux fournisseurs désignés lors de cette réunion, ou en leur transmettant des messages d'une teneur identique sous forme de communication téléphonique ou par l'intermédiaire des représentants desdits fournisseurs, les entreprises concernées se sont associées à l'action décidée au cours de cette réunion ; qu'il s'agit d'une action concertée tendant à limiter le libre exercice de la concurrence et faisant obstacle à la fixation des prix par le libre jeu du marché, et, donc, prohibée par l'article L. 420-1 du code de commerce ;

Considérant que M. Caillat, dirigeant des trois sociétés Idéal Optique S.A., S.A.R.L. CG Optique et E.U.R.L. Francheville Optique, qui a envoyé une lettre à 5 des fournisseurs visés, soutient qu'il n'a pas participé à la réunion du 8 octobre 1996 et qu'il a réagi de façon individuelle aux pratiques commerciales d'"*Optical Center*" sans concertation avec ses confrères ; qu'il n'y a pas eu accord de volontés entre les entreprises qui ont envoyé ces courriers à leurs fournisseurs ;

Considérant, toutefois, que M. Caillat a admis, dans ses déclarations lors de l'enquête administrative (cotes 231 à 236), qu'il avait été informé de la réunion du 8 octobre 1996 et de son objet et qu'il avait eu connaissance du dossier remis aux participants à cette réunion ; que les courriers qu'il a envoyés à cinq fournisseurs visés lors de la réunion, au nom de chacune des trois sociétés qu'il dirige, datés du 10 octobre 1996, reprennent intégralement la 1^{ère} formulation type, augmentée d'ajouts personnels ; que M. Caillat a reconnu avoir participé à une deuxième réunion qui s'est tenue le 5 novembre 1996 et qui avait pour but de faire le point sur l'action commune décidée lors de la réunion du 5 octobre 1996 ; que, dans ces conditions, il existe un faisceau d'indices graves, précis et concordants qui établissent que les courriers envoyés par M. Caillat ne sont pas le fruit d'une décision individuelle, mais s'insèrent dans le mouvement concerté décidé par les participants à la réunion du 5 octobre 1996 en vue de faire pression sur leurs fournisseurs ; que le fait que chacun des opticiens qui ont écrit à leurs fournisseurs, n'ait pas informé ses confrères de sa démarche est sans incidence sur la qualification d'"*action concertée*" retenue, dès lors que cet envoi de courriers rédigés dans des termes semblables avait été décidé en commun par les opticiens participant à la réunion du 8 octobre 1996 et qu'en envoyant un courrier, chacun des opticiens concernés a manifesté son adhésion à l'action commune entreprise ;

Considérant que la société "*Les Opticiens Economes*" (L.O.E.), venant aux droits de la société "*Optique Ginet*", soutient

que M. Philippe Ginet, qui a envoyé des courriers à six fournisseurs, a agi de façon autonome et indépendante par rapport aux autres opticiens ; qu'en effet, s'il a participé à la réunion du 8 octobre 1996, il n'en connaissait pas à l'avance l'objet exact ; qu'il n'a pas eu connaissance des formulations type figurant dans le dossier mis à la disposition des participants à cette réunion ; qu'il a adressé à ses fournisseurs des courriers personnalisés ne reprenant pas ces formulations type ; qu'il a écrit à un fournisseur, la société Lux de Morez (marque Fred) qui ne livrait pas le magasin "Optical Center" ; qu'il n'a participé à aucune autre réunion ;

Considérant, toutefois, que M. Ginet a reconnu, lors de son audition par les enquêteurs de l'administration (cotes 140 et 141), avoir participé à la réunion du 8 octobre 1996 et avoir eu connaissance du dossier diffusé lors de cette réunion ; qu'il a admis avoir lui-même informé d'autres opticiens de la tenue de cette réunion ; qu'il apparaît ainsi peu vraisemblable qu'il en ait ignoré l'objet ; que la marque Fred figurait sur la "liste des marques Optical Center" qui faisait partie du dossier et que d'autres opticiens lyonnais ont d'ailleurs adressé des courriers à ce fournisseur ; que les courriers qu'il a envoyés sont datés du 10 octobre 1996, soit deux jours après la réunion du 8 et que, s'ils ne reprennent aucune des deux formulations type, ils sont entièrement conformes à leur esprit, tout en étant plus explicites, puisqu'ils annoncent dans trois cas (courriers adressés à Luxottica, Lux de Morez et O.D.L.M.) des mesures concrètes de représailles à l'encontre des fournisseurs ; que, dans ces conditions, il existe un faisceau d'indices graves, précis et concordants établissant que M. Ginet n'a pas agi de façon autonome mais qu'il s'est joint à l'action concertée décidée lors de la réunion du 8 octobre 1996 ;

Considérant que la société "Grand Optical", qui reconnaît avoir adressé à 7 fournisseurs un courrier daté du 24 octobre 1996, soutient qu'elle a agi indépendamment des autres opticiens ; qu'en effet, elle n'a participé à aucune des réunions qui ont eu lieu à Lyon ; que son courrier ne reprend aucune des deux formulations type proposées lors de la première de ces réunions ; qu'en outre, ce courrier, adressé directement depuis le siège de Paris-La Défense par le directeur des approvisionnements ne contiendrait aucune menace, ni pression à l'encontre desdits fournisseurs et ne ferait état d'aucune mesure de rétorsion ;

Considérant, toutefois, que s'il n'est pas établi qu'un de ses représentants ait participé aux réunions organisées à Lyon, la société "Grand Optical" disposait de deux magasins dans cette ville à l'époque des faits ; qu'il n'est donc pas exclu que les responsables de ces magasins aient été informés de la tenue de ces réunions et des décisions qui y ont été prises et en aient, à leur tour, informé la direction des approvisionnements de la société ; que les courriers envoyés par "Grand Optical" sont datés du 24 octobre 1996, soit quatorze jours après la réunion du 8 octobre, et qu'ils se réfèrent à l'ouverture du magasin Optical Center à Lyon, alors que celle-ci remonte à fin septembre ; que s'ils ne reprennent pas les formulations type proposées lors de cette réunion, ils contiennent des formules assez proches et qui visent de façon explicite à faire pression sur les destinataires ("*Je souhaiterais donc que vous me fassiez connaître votre position sur ce sujet ainsi que sur la stratégie 1997 en ce qui concerne la distribution de vos produits. Cela m'est nécessaire et vous n'en douterez pas pour prendre les décisions sur notre stratégie d'assortiment. Je considère, en effet, que l'implantation de vos produits d'une manière massive dans un circuit discount, peuvent remettre en cause nos relations commerciales.*") ; que ces courriers ont été adressés à six fournisseurs de produits figurant sur la "liste des marques Optical Center" qui faisait partie du dossier mis à la disposition des participants à la réunion du 8 octobre 1996 ; qu'ainsi, il existe un faisceau d'indices graves, précis et concordants établissant que la société "Grand Optical" n'a pas agi de façon autonome, mais qu'elle s'est jointe à l'action concertée décidée lors de la réunion du 8 octobre 1996 ;

Considérant que les entreprises "Contact Optique" et "Olivier Lefebvre" ont admis avoir eu un contact téléphonique avec le fournisseur Luxottica, ce qui est, en outre, attesté par le fait qu'elles ont reçu, dans une version légèrement modifiée, la réponse standard adressée le 15 octobre 1996 par cette société aux opticiens qui lui avaient écrit dans les jours suivant la réunion du 8 octobre 1996 ; que, par ce contact téléphonique, dont la teneur peut être déduite de la réponse qui leur a été adressée et qui s'est produit dans la période suivant immédiatement la tenue de ladite réunion, ces deux sociétés se sont associées au mouvement concerté décidé au cours de cette réunion ;

Considérant d'ailleurs que si la S.A.R.L. "O. Lefebvre" soutient que "*la pratique concertée alléguée n'apparaît pas*

démontrée" et que sa "réaction a été spécifique, démontrant l'absence de toute réaction concertée", il ressort des pièces du dossier que M. Lefebvre, qui a reconnu avoir participé à la réunion du 8 octobre 1996, avait préparé le brouillon d'une lettre qu'il n'a finalement pas envoyée et qui se terminait par les mots "*Souhaitant que mes propos et ceux de mes confrères vous permettent de prendre des décisions constructives...*" ; qu'à défaut d'envoyer un courrier, il a téléphoné à au moins un des fournisseurs concernés (la société Luxottica) dans la période suivant la tenue de cette réunion ; que la teneur de cette conversation téléphonique devait être très proche du contenu des courriers envoyés par ses confrères, dès lors que Luxottica lui a fait parvenir une réponse reprenant les termes de celle qu'elle a envoyée aux opticiens qui lui avaient écrit ; qu'ainsi, la S.A.R.L. "*O. Lefebvre*" n'est pas fondée à soutenir qu'elle aurait agi indépendamment des autres opticiens et de manière non concertée ;

Considérant que les sociétés "*Debourg Optique*" et "*P. Sanders*", si elles n'ont pas envoyé de courrier aux fournisseurs, ont admis avoir informé leurs fournisseurs de leur mécontentement par l'intermédiaire de leurs représentants, dont elles reçoivent la visite régulièrement ;

Considérant que si la société "*Debourg Optique*" soutient qu'elle n'a commis aucune infraction à l'article L. 420-1 du code de commerce, dès lors qu'elle n'a participé à aucune réunion, qu'elle n'a envoyé aucun courrier et qu'elle s'est bornée à faire part de son mécontentement à ses fournisseurs par l'intermédiaire de leurs représentants, M. Kalfoun, son gérant, a déclaré lors de l'enquête administrative (cotes 382 à 388), qu'il avait appris que l'objet de la réunion du 5 novembre 1996 était de boycotter certains fournisseurs et qu'il "*souhaitait être solidaire de cette action commune aux opticiens lyonnais*" ; que, par ailleurs, s'il n'a pas fait parvenir de lettres à ses fournisseurs, c'est parce qu'il pensait que cette action (faire transmettre ses doléances par l'intermédiaire des représentants) "*serait plus efficace*" ; qu'ainsi M. Kalfoun a reconnu explicitement qu'il a entendu agir dans le cadre du mouvement collectif lancé par ses collègues ayant participé aux différentes réunions qui ont eu lieu à la suite de l'ouverture du magasin "*Optical center*" et en vue de faire pression sur ses fournisseurs ;

Considérant que si la S.A.R.L. Optique Sanders soutient que "*la pratique concertée alléguée n'apparaît pas démontrée*" et que sa "réaction a été spécifique, démontrant l'absence de toute réaction concertée", son gérant, M. Patrick Sanders, a déclaré lors de l'enquête administrative que c'est à l'issue d'une réunion qui s'est tenue début novembre et à laquelle il avait participé à l'invitation de son collègue, M. Guigues fils (société Optique Chavril), qu'il a informé, par l'intermédiaire de leurs représentants, ses fournisseurs présents dans le magasin "*Optical Center*" qu'il cessait ses relations commerciales avec eux (cotes 487) ; qu'ainsi M. Sanders a reconnu qu'il avait entendu exercer des pressions sur ses fournisseurs et qu'il agissait dans le cadre du mouvement collectif des opticiens lyonnais ;

Considérant que la société "*Optique Médicale Girod*", dont le siège est à Autun (Saône-et-Loire), a fait parvenir des courriers, datés du 10 octobre 1996, à 5 fournisseurs (Luxottica, O.D.L.M., Jullien, Lux de Morez et L'Amy), qui en ont remis les doubles figurant au dossier ; que ces courriers reprennent quasiment à l'identique la formulation type n° 1 proposée aux opticiens lyonnais lors de la réunion du 8 octobre 1996 ; que M. Daniel Girod, signataire de la lettre, prend la peine d'expliquer en *post-scriptum* que sa position est "*circonstanciée par son association sur plusieurs magasins de Lyon et sera appliquée sur Autun*" ; qu'ainsi, et contrairement à ce qu'allègue la société dans ses observations, elle a entendu elle-même situer clairement sa démarche dans le cadre du mouvement concerté entre les opticiens lyonnais, en tant qu'entreprise ayant des intérêts dans des magasins lyonnais ; qu'ainsi qu'il a déjà été dit, les termes employés dans ces courriers ne constituaient pas une simple demande d'explications aux fournisseurs sur leur attitude vis-à-vis d'Optical Center, mais traduisaient une volonté de faire pression sur eux ; que l'absence éventuelle d'effet d'une pratique anti-concurrentielle ne saurait la rendre licite, dès lors que son objet était bien de limiter la concurrence sur un marché donné ; qu'il suit de tout ce qui précède que la société "*Optique Médicale Girod*", en envoyant ces courriers, et bien qu'elle allègue qu'elle n'a pas eu d'autre action vis-à-vis de ses fournisseurs, s'est associée à une action concertée à but anti-concurrentiel prohibée par l'article L. 420-1 du code de commerce ;

Considérant que M. Christian Grenier, exploitant un magasin situé 15, Cours Lafayette, 69006 Lyon, avait déclaré que, s'il avait été informé de la tenue de la réunion du 8 octobre 1996, il n'y avait pas participé et qu'il n'avait envoyé aucun

courrier à ses fournisseurs ; que, néanmoins, la société Luxottica a produit le double d'un courrier envoyé par M. Grenier, daté du 17 octobre 1996 et clairement inspiré de la formule type n° 2 proposée lors de la réunion du 8 octobre ; que cette lettre se termine par la remarque suivante : "*Veillez transmettre à vos représentants que je ne désire pas les recevoir pour le moment*" ; que si M. Grenier soutient tardivement, dans un courrier du 28 décembre 2001, qu'il a agi en toute indépendance et parce qu'il était peu satisfait de ce fournisseur, le lieu d'exercice de M. Grenier, la teneur de son courrier et sa date constituent des indices précis, sérieux et convergents de ce que l'envoi de ce courrier se situait dans le cadre de l'action concertée mise en œuvre par les opticiens lyonnais ;

Considérant qu'il résulte de ce qui précède que les sociétés Cristal Optique, S.A. Nagabbo, Sarl Bourdeau, Optique Chavril, Sarl Guigues Optique, Europtic S.A., société "*Les Opticiens Economes*" venant aux droits de la société Optique Ginet S.A., Idéal Optique S.A., Sarl C.G. Optique, Eurl Francheville Optique, Christian Grenier, Sarl J. Peter, Optique Moderne Claude Moch, Optique Gimet, Optique Galimard, Dts Optique, Optique du serpent, Optique Poignant S.A., Troussey Optique, Optique Chavet, Optique Torrilhon S.A., Optique Ducret, Razy Optique S.A., Sarl Optique 73, La Grande Pharmacie Lyonnaise, Optique Provansal, S.A. Thivend, Brotteaux Optique, Debauge S.A., Saint Priest Optique S.A., Optique 54, S.A. Optique du Grand Large, Visions et Regards, Grand Optical, Optique Médicale D. Girod, Contact Optique, O. Lefebvre, Debourg Optique, P. Sanders ont, ainsi adhéré à une pratique concertée consistant à faire pression sur leurs fournisseurs dans le cadre de la campagne collective décidée lors de la réunion du 8 octobre 1996 destinée à amener ces derniers à ne plus approvisionner un concurrent et à contraindre ce dernier à modifier sa politique commerciale ;

Sur les mesures de représailles prises par certaines entreprises à l'encontre de leurs fournisseurs

Considérant que dix-sept opticiens, (Nagabbo S.A., Bourdeau SARL, Optique Chavril, Europtic S.A, Optique Gimet S.A., Idéal Optique, Debourg Optique, P. Sanders, Poignant, O. Lefebvre, Optique Chavet, Optique Ducret, Grande Pharmacie Lyonnaise, Brotteaux Optique, Optique du Grand Large, Mathieu Opticien, Visions et Regards) ont pris des mesures concrètes à l'encontre de certains de leurs fournisseurs ; que ces mesures, suivant les cas, consistent en l'annulation de commandes en cours, le retour de marchandises déjà livrées, le renvoi au fournisseur de son matériel de P.L.V. (publicité sur le lieu de vente), la non présentation de ses produits en vitrine ou dans le magasin, la cessation de toute nouvelle commande, le ralentissement du rythme de réapprovisionnement ou la limitation des nouvelles commandes en quantités et la recherche de nouveaux fournisseurs ; que ces différentes mesures prolongent, dans la plupart des cas, l'envoi d'un courrier et s'insèrent dans la stratégie de pressions concertées sur les fournisseurs adoptée par les professionnels lyonnais lors de la réunion du 8 octobre 1996, ayant pour objet de fausser le jeu de la libre concurrence sur le marché des lunettes de marque de l'agglomération lyonnaise, et donc prohibées par l'article L. 420-1 du code de commerce ;

Considérant que M. Bourdeau, gérant de la SARL "*Optique lunetterie Bourdeau*", a déclaré (cotes 59 et 61) ne plus mettre en avant dans son magasin les montures des marques Yves-Saint-Laurent, Armani, Oliver, Valentino, Vogue, Genny, Persol, Moschino (marques commercialisées par la société Luxottica), figurant toutes sur la liste des marques proposées par le magasin "*Optical Center*" ; que la société Jullien a produit un bordereau (cote 698) établissant qu'une commande passée par la société Bourdeau avait été annulée "*cause Optical Center*" ; qu'ainsi et nonobstant le fait que les relations commerciales auraient été, aux dires de la société, maintenues avec les autres fournisseurs du magasin Optical Center, la société Bourdeau a pris des mesures dont la nature, le contexte et la mention "*cause Optical Center*" établissent qu'elles visaient à faire pression sur au moins deux fournisseurs du magasin "*Optical Center*" en vue d'amener ceux-ci à ne plus l'approvisionner ;

Considérant qu'il est établi par les déclarations de son responsable, M. Guillermin (cotes 21-22) que la société Nagabbo a retourné à son fournisseur "*Prestige de Paris*" une commande déjà livrée de la marque "*Fred*" d'un montant de 8 202 F ; qu'elle a également retourné à ce fournisseur le matériel publicitaire qu'elle détenait ; qu'elle a annulé une commande non encore livrée passée à la société Luxottica ; que les produits des "*marques concernées*" (c'est à dire présentes chez "*Optical Center*") ont été retirés des vitrines ; que les commandes aux "*autres fournisseurs concernés*" ont été réduites ; qu'un document statistique produit par la société Berthet-Bondet montre que le chiffre d'affaires réalisé avec les deux

magasins Nagabbo est devenu nul au cours du 1^{er} semestre 1997 ; qu'ainsi, la société Nagabbo a pris des mesures dont les victimes, la nature et le contexte établissent qu'elles visaient à faire pression sur les fournisseurs du magasin "*Optical Center*" en vue d'amener ceux-ci à ne plus l'approvisionner ;

Considérant que M. Guigues, responsable du magasin "*Optique Chavril*", a admis avoir suspendu une commande chez Luxottica et une commande chez Jullien (cotes 93-94) ; que Mme Patris, présidente de la société "*Europtic*", a déclaré (cotes 123-124) : "*je n'ai effectué aucun achat auprès des fournisseurs présents chez Optical Center depuis qu'Optical Center s'est installé à Lyon*" ; qu'un bordereau produit par la société Jullien établit qu'une commande passée par la société "*Europtic*" a été annulée le 25 septembre 1996 par ladite société "*Cause Optical Center*" (cote 698) ; qu'ainsi il est établi que les sociétés "*Optique Chavril*" et "*Europtic*" ont pris des mesures dont les victimes, la nature et le contexte établissent qu'elles visaient à faire pression sur les fournisseurs du magasin "*Optical Center*" ;

Considérant que les sociétés Bourdeau Optique, Nagabbo, Optique Chavril et Europtic soutiennent que leurs agissements n'auraient eu qu'un effet très limité voire nul sur les fournisseurs, puisqu'en définitive un seul d'entre eux (la société L'Amy) a rompu avec Optical Center ; qu'en outre, la société L'Amy n'aurait pas agi ainsi en raison des pressions des distributeurs, mais uniquement parce qu'elle aurait constaté le non respect par Optical Center de ses engagements en tant que distributeur agréé ; qu'enfin, l'effet sur le marché a été quasiment nul et qu'en tout cas Optical Center a pu développer normalement son activité ;

Considérant, toutefois, que pour qu'une action concertée soit prohibée par l'article L. 420-1 du code de commerce, il suffit qu'elle ait *pour objet* ou *puisse avoir pour effet* d'empêcher, de restreindre ou de fausser le jeu de la concurrence sur un marché ; qu'il résulte des termes même de ce texte qu'une pratique anti-concurrentielle est prohibée, même si elle n'a pas eu d'effet réel sur le jeu de la concurrence, dès lors que l'intention de ses auteurs était d'obtenir un tel effet ; qu'ainsi, le fait que seule la société L'Amy ait en définitive rompu avec "*Optical Center*", quelles que soient les raisons pour lesquelles elle a décidé cette rupture, ou que la société "*Optical Center*" ait pu poursuivre son activité, sont sans incidence sur la qualification des pratiques mises en œuvre par les sociétés Bourdeau, Nagabbo, Optique Chavril et Europtic, dès lors que les mesures ci-dessus décrites prises à l'encontre de leurs fournisseurs avaient pour objet de restreindre le jeu de la concurrence sur le marché lyonnais des lunettes de marque ;

Considérant que M. Thierry Caillat, dirigeant des trois sociétés Idéal Optique S.A., C.G. Optique et E.U.R.L. Francheville Optique, a reconnu, lors de l'enquête administrative (cotes 232-234), avoir pris des contacts téléphoniques, puis envoyé des courriers à certains de ses fournisseurs ; qu'il a déclaré : "*J'ai décidé personnellement et individuellement de cesser la publicité dans ma vitrine pour les marques concernées*" ; que, toutefois, il justifie ses agissements par l'obligation de se défendre contre les pratiques illégales et "*prédatrices*" d'Optical Center et par la volonté d'amener les fournisseurs à respecter les clauses des contrats de distribution sélective qu'ils ont eux même imposés aux détaillants distributeurs ;

Mais considérant que, ni l'illicéité alléguée des pratiques d'Optical Center, ni le non respect supposé par les fournisseurs des clauses des contrats de distribution sélective mis en place par eux, ne sauraient avoir pour effet de rendre licites les pratiques de pressions concertées sur lesdits fournisseurs mises en oeuvre par les opticiens lyonnais, et notamment par M. Caillat, et qui sont prohibées par l'article L. 420-1 du code de commerce ;

Considérant que la Sarl Debourg Optique soutient qu'elle n'a jamais interrompu ses relations commerciales avec la société Luxottica, que ses relations ont toujours été très faibles avec Jullien et quasiment inexistantes avec Aïress ; que, toutefois, M. Kalfoun, gérant de ladite société, a lui-même déclaré, lors de l'enquête administrative (cotes 384-385) : "*Je n'ai pas renvoyé de commandes livrées, mais j'ai suspendu toute nouvelle commande chez Luxottica, Aïress, Silhouette et Jullien. Je vais essayer de diversifier mes achats en m'adressant à d'autres fournisseurs dont les produits présentent des caractéristiques équivalentes.*" ; qu'ainsi, M. Kalfoun a clairement exprimé sa volonté d'exercer au moins temporairement des pressions sur certains de ses fournisseurs ; qu'en outre, les factures adressées par la société Luxottica à la Sarl Debourg Optique, produites par ladite société, font apparaître un chiffre d'affaires nettement plus élevé entre septembre et décembre 1997 qu'entre septembre et décembre 1996 (18 000,09 F en 1997 contre 11 551,62 F en 1996) ;

Considérant qu'un certain nombre d'entreprises (les sociétés Bourdeau, Nagabbo, Optique Chavril, Europtic, Optique Chavet, Optique Poignant, Optique Ducret, Idéal Optique, Les Opticiens Economes, venant aux droits de la société Optique Ginet) soutiennent que les pratiques d'"Optical Center" en matière de publicité et de rabais seraient illicites, en ce que les rabais seraient calculés sur des prix de base volontairement exagérés et que la publicité serait de nature à tromper le consommateur ;

Mais considérant qu'il n'appartient pas au Conseil de se prononcer sur le caractère éventuellement illicite des pratiques d'Optical Center ; qu'il appartenait aux opticiens concurrents de saisir desdites pratiques, s'ils le jugeaient utile, l'administration ou les tribunaux, ce que certains assurent avoir fait ; qu'en tout état de cause, même si le caractère illicite des agissements d'Optical Center était établi, il ne saurait rendre légitime les pratiques anti-concurrentielles mises en œuvre, en réaction, par les opticiens lyonnais ; qu'en aucun cas, il ne saurait être admis que des entreprises se fassent justice elles mêmes au nom d'un prétendu "*droit de légitime défense économique*" ;

Considérant que plusieurs sociétés (optique Gimet, Troussey Optique, Razy Optique, Optique 73, Optique Torrilhon, Optique Saint-Priest, Optique 54) et, de façon plus détaillée, la société "*Idéal Optique*" soutiennent, en outre, que leur réaction était dirigée contre les fournisseurs avec qui ils étaient liés par des contrats de distribution sélective ; que, selon elles, les pratiques d'"Optical Center" en matière de rabais et de publicité étaient incompatibles avec les termes de ces contrats ; qu'ils entendaient, par leur action, obtenir que leurs fournisseurs imposent à "*Optical Center*" le respect des engagements contenus dans ces contrats, rétablissant ainsi une égalité de traitement entre tous les distributeurs ;

Mais considérant que les opticiens lyonnais ne se sont pas bornés à demander des explications à leurs fournisseurs au sujet de l'application des contrats de distribution sélective ; qu'ils ont, en effet, organisé une action visant à faire pression sur lesdits fournisseurs d'abord par l'envoi d'un courrier, puis, pour certains, par l'adoption de mesures telles que l'annulation de commandes, le renvoi de marchandises déjà reçues, le retrait des produits de leurs vitrines ; que ces pratiques, qui avaient pour but d'obliger les fournisseurs à cesser d'approvisionner "*Optical Center*", sont, en tout état de cause, prohibées par l'article L. 420-1 du code de commerce ;

Considérant qu'il résulte de ce qui précède que les entreprises :

- Nagabbo S.A. (annulation de commande ; retour de marchandises ; retour de P.L.V. ; produits des fournisseurs ne sont plus présentés en vitrine ; nouvelles commandes limitées) ;
- Bourdeau Sarl (annulation d'une commande ; produits ne sont plus mis en avant) ;
- Optique Chavril (suspension de commandes) ;
- Europtic S.A. (annulation d'une commande en cours ; pas de nouvelle commande) ;
- Société "*Les Opticiens Economes*" venant aux droits de la société Optique Ginet S.A. (commandes annulées) ;
- Idéal Optique (produits ne sont plus présentés en vitrine) ;
- Debourg Optique (pas de nouvelle commande) ;
- P. Sanders (cessation des relations commerciales avec les fournisseurs concernés) ;
- Poignant (annulation de commandes) ;
- O. Lefebvre (pas de nouvelle commande à un fournisseur) ;
- Optique Chavet (annulation d'une commande ; retour de marchandises, pas de nouvelles commandes) ;
- Optique Ducret (annulation de commandes) ;
- Grande Pharmacie Lyonnaise (annulation d'une commande) ;
- Brotteaux Optique (cessation des relations commerciales avec différents fournisseurs) ;
- Mathieu Opticien (cessation des relations commerciales avec les fournisseurs concernés) ;
- Optique du Grand Large (réduction des commandes de 50 %) ;
- Visions et Regards (ralentissement des commandes) ;

ont modifié défavorablement leur politique commerciale à l'égard de fournisseurs d'Optical Center ; que les mesures

prises ont été précédées ou annoncées par un courrier adressé à ces fournisseurs ou par un message téléphonique ou transmis par l'intermédiaire des représentants ; que ces courriers ou messages contenaient, de façon suffisamment claire, des menaces de représailles qui ont donc été mises en œuvre sous des formes variées par ces entreprises ; que l'envoi de ces courriers et le principe d'un "boycott" des producteurs avaient été décidés collectivement lors de la réunion du 8 octobre 1996 ; que, dans ces conditions, il existe un faisceau d'indices graves, précis et concordants établissant que ces mesures de représailles à l'égard de certains fournisseurs s'insèrent dans une pratique concertée, visant à obliger un concurrent à modifier sa politique commerciale, pratique prohibée, comme telle, par l'article L. 420-1 du code de commerce ;

Sur les mesures prises par certains fabricants à l'encontre d'Optical Center

Société L'Amy France

Considérant qu'il est établi que la société L'Amy France, distributeur des marques Lacoste, Nina Ricci et Chevignon, avait signé, préalablement à l'ouverture du magasin Optical Center de Lyon, des contrats de distributeur agréé avec celui-ci pour les marques Nina Ricci et Lacoste (la marque Chevignon ne faisant pas l'objet de contrats), alors qu'elle ne pouvait ignorer les pratiques commerciales habituelles de cette enseigne ; que postérieurement aux contacts pris avec les opticiens lyonnais au SILMO et à la campagne de courriers initiée par ceux-ci, elle a imposé au magasin "Optical Center" de Lyon de faire figurer la mention "sauf Nina Ricci et Lacoste" sur ses publicités, puis a étendu cette disposition à la marque "Chevignon" et à tous les points de vente "Optical Center" de France ; que, dans un troisième temps, tirant argument de la présence du logo "lunettes Lacoste" sur la chiffonnette remise par Optical Center à ses clients, elle a rompu unilatéralement les contrats qui la liaient à Optical Center Lyon et a pris des dispositions pour récupérer les produits de ces deux marques et la P.L.V. détenus par ce magasin ;

Considérant, en premier lieu, que la société L'Amy France reconnaît, dans les observations qu'elle a envoyées en réponse à la notification de griefs, que "cette enseigne (Optical Center) est réputée pour utiliser activement le marketing et la publicité pour promouvoir les marques qu'elle présente à la vente" ; que ce fait est en outre établi par de nombreuses pièces figurant au dossier ; qu'il résulte, notamment, des déclarations de M. Terle (firme Aires Distribution) que l'ouverture d'un magasin Optical Center à Lille en août 1994 avait déjà suscité un mouvement de protestation des opticiens de cette ville ; que, dans ces conditions, la société L'Amy France ne peut sérieusement soutenir que, lorsqu'elle a conclu le 22 août 1996 avec le magasin Optical Center de Lyon un contrat de détaillant agréé "Lacoste Lunettes" et un contrat de distributeur agréé "Nina Ricci Paris", elle ne pouvait s'attendre à ce qu'Optical Center mette en œuvre ses habituelles pratiques commerciales et suscite des réactions de la part des opticiens déjà installés ; qu'alors que 14 fournisseurs de lunettes haut de gamme, ayant signé des contrats de distribution exclusive, étaient visés par la campagne des opticiens lyonnais, elle est la seule à avoir rompu toute relation commerciale avec Optical Center ;

Considérant, en second lieu, que les premières mesures de rétorsion imposées par la société L'Amy France à Optical Center sont intervenues immédiatement après la réunion du 8 octobre 1996 ; que ladite société a pris soin d'en informer de façon détaillée, le jour même (14 octobre 1996), les opticiens qui lui avaient écrit auparavant ; que les contacts avec les opticiens lyonnais les plus déterminés se sont poursuivis à l'occasion du SILMO entre le 25 et le 28 octobre 1996 ; que la photocopie de la chiffonnette qui a motivé la rupture des contrats de distribution passés avec Optical Center a été expédiée par un opticien lyonnais ; que cette rupture est intervenue le 12 novembre 1996, soit une semaine après la deuxième réunion des détaillants lyonnais ; que la société L'Amy en a informé, immédiatement après, un certain nombre d'opticiens, soit par lettre (Provansal, Naggabo), soit par téléphone (M. Caillat), ce dernier la félicitant alors pour "les dispositions courageuses" prises ; qu'il existe ainsi un faisceau d'indices graves, précis et concordants, établissant que la société L'Amy n'a pas agi seulement au nom du respect des contrats de distribution sélective conclus avec les détaillants et de ses propres engagements vis à vis des sociétés qui lui concèdent leur licence, mais parce qu'elle a cédé aux pressions exercées sur elle par une bonne moitié des opticiens de l'agglomération lyonnaise, incluant les plus importants d'entre eux ;

Considérant qu'en agissant ainsi, la société L'Amy France s'est jointe à l'action concertée décrite ci-dessus pour tenter

d'obtenir que le magasin "Optical Center" change de politique commerciale ; que cette action avait pour objet et, en raison des mesures prises par L' Amy France, a eu partiellement pour effet de limiter l'accès au marché du magasin Optical Center de Lyon et de faire obstacle à la fixation des prix par le libre jeu de la concurrence sur le marché lyonnais des lunettes de marque ; qu'en outre, les mesures prises par la société L' Amy ont été étendues à l'ensemble des points de vente d'Optical Center en France pour ce qui concerne l'obligation de mentionner sur les publicités faites par ces magasins l'exclusion de toutes les marques distribuées par L' Amy France ; que toutes ces pratiques mises en œuvre par la société L' Amy, à l'encontre des magasins Optical Center, sont prohibées par l'article L. 420-1 du code de commerce ;

Société O.D.L.M. (marque "Façonnable")

Considérant que les déclarations de Mlle Pepin telles qu'elles ont été rappelées ci-dessus (I - Constatations) suggèrent que les produits de la marque Façonnable ont été retirés de la vitrine du magasin Optical Center de Lyon, à la demande de la société O.D.L.M. ; qu'en revanche, ni les déclarations de M. Xavier Terle, directeur commercial de la société "Airess Distribution" et de M. Poignant, opticien à Tassin-la-Demi-Lune, ni le courrier adressé par M. Thierry Caillat à M. Azoulay, ne suffisent à établir que la société O.D.L.M. aurait pris des mesures plus significatives à l'encontre du magasin "Optical Center" ;

Considérant que MM. Francis Kessous, directeur général, et Yves Gamby, directeur commercial, de la société O.D.L.M., ont déclaré, le 27 novembre 1996 (cote 595) : "*La société n'a pas donné suite ni de réponse officielle à ces courriers (reçus des opticiens lyonnais). Elle a maintenu les mêmes relations commerciales avec le magasin Optical Center et avec les autres opticiens de la région lyonnaise. Sur l'ensemble des magasins Optical Center implantés en France, la société a réalisé un chiffre d'affaires d'environ 412 000 F en 1995.*" ; qu'ultérieurement, la société O.D.L.M. a confirmé qu'elle entretient des relations commerciales suivies avec l'ensemble des magasins "Optical Center" depuis 1992 ; qu'elle a produit de nombreuses factures attestant de la réalité de ces relations, y compris avec le magasin de Lyon ; qu'elle a produit également une attestation établie par M. Lévy, président de la société Eyes Cube, qui coiffe l'ensemble des magasins à l'enseigne "Optical Center", le 13 juin 2000, par laquelle ce dernier certifie qu'il a toujours eu des relations commerciales normales avec la société O.D.L.M., que celle-ci n'a jamais tenté de faire pression sur lui pour obtenir une modification de sa politique commerciale et qu'en particulier, O.D.L.M. ne lui a jamais demandé de ne plus mettre en avant les produits Façonnable ;

Considérant qu'il est ainsi établi qu'en dehors de la demande ponctuelle de retrait des produits distribués par O.D.L.M. de la vitrine du magasin "Optical Center", aucune autre forme de pression n'a été exercée sur ledit magasin, ni sur la société "Eyes Cube", par la société O.D.L.M., à la suite des courriers qu'elle a reçus des opticiens lyonnais et auxquels elle s'est abstenue de répondre ; qu'il est démontré, au contraire, que les relations commerciales entre cette société et les magasins "Optical Center" se sont poursuivies normalement ; que, dans ces conditions, compte tenu du caractère très limité et temporaire de la mesure prise par cette société consistant à demander que ses produits ne soient plus exposés en vitrine du magasin "Optical Center", le grief notifié à la société O.D.L.M. pour s'être associée au mouvement anti-concurrentiel dirigé contre le magasin "Optical Center" doit être écarté ;

Société Airess Distribution

Considérant qu'il ressort des déclarations de M. Xavier Terle, directeur commercial de la Sarl "Airess Distribution", que cette société a demandé que ses produits ne soient plus exposés momentanément en vitrine du magasin "Optical Center" ; que, dans un courrier adressé à M. Lévy, président de la société "Eyes Cube", M. Terle lui a demandé de ne plus faire figurer sur ses envois publicitaires les marques distribuées par Airess ; que, toutefois, lors des contacts pris à l'occasion du SILMO, M. Terle a précisé à M. Bourdeau qu'"il n'avait pas de raison de modifier sa politique commerciale vis-à-vis d'Optical Center" ; qu'un représentant de cette société a précisé à un autre opticien que sa société n'avait pas l'intention de "*changer les choses*" ; que la société Airess Distribution s'est abstenue de répondre aux opticiens qui lui avaient écrit et qu'elle n'a pris aucune autre mesure que celle décrite ci-dessus à l'encontre d'Optical Center ; qu'il est démontré que les relations commerciales entre les deux sociétés se sont poursuivies normalement ; que, dans ces conditions, compte tenu du

caractère très limité et temporaire des mesures prises, au demeurant dans un but d'apaisement de la situation conflictuelle qui s'était créée à Lyon, il n'est pas établi que la société Aires Distribution se soit associée au mouvement anti-concurrentiel dirigé contre le magasin "Optical Center" ; qu'en conséquence, le grief notifié de ce chef à la société "Aires Distribution" doit être écarté ;

Société "Sporoptic Pouilloux"

Considérant que si la société Sporoptic Pouilloux, qui distribue les lunettes de marque Vuarnet, a envoyé aux opticiens lyonnais qui lui avaient préalablement écrit, un courrier comportant la phrase suivante : "*Après enquête, nous avons pu savoir de qui il s'agissait. Bien entendu, nous lui faisons une injonction d'arrêter cette façon de procéder. Faute de quoi, nous serons dans l'obligation de ne plus le livrer. (...)*", ladite société soutient qu'elle n'a pris aucune mesure concrète de rétorsion à l'encontre d'Optical Center ; qu'au contraire, elle a conclu, le 20 décembre 1996, un contrat de revendeur agréé avec l'ensemble des magasins Optical Center ; qu'elle a livré le magasin de Lyon, dès son ouverture, même si la première commande émanant directement de ce magasin ne date que du 18 février 1997 ; que le chiffre d'affaires réalisé avec les magasins Optical Center a fortement progressé en 1997, puis 1998 ; que M. Lévy confirme qu'il n'a pas eu de problème avec la société Sporoptic Pouilloux, notamment à l'époque de l'ouverture du magasin de Lyon ; que, compte tenu de l'ensemble de ces éléments, il n'est pas établi, nonobstant les termes du courrier précité, que la société Sporoptic Pouilloux ait pris de mesure concrète à l'encontre de la société Eyes Cube et de ses magasins, pour satisfaire les opticiens lyonnais ; que, dès lors, le grief notifié à la société "Sporoptic Pouilloux" pour s'être associée au mouvement anti-concurrentiel déclenché par les détaillants lyonnais doit être écarté ;

Sur les clauses des contrats de distribution sélective mis en place par différents fournisseurs de lunettes "haut de gamme"

En ce qui concerne les fabricants ayant fait signer de tels contrats à leurs distributeurs :

Considérant que les griefs d'entente relatifs à certaines clauses des contrats de distribution ont été notifiés tant sur la base du droit national que sur celle du droit communautaire de la concurrence ;

Considérant, s'agissant de l'application du droit communautaire, que la Commission européenne considère, dans sa communication 2001/C 368/07 concernant les accords d'importance mineure (de minimis), que les accords entre entreprises qui ne sont pas des concurrentes ne restreignent pas sensiblement la concurrence au sens de l'article 81-1 du traité, lorsque la part de marché affectée par l'accord est inférieure à 15 %, sauf si les accords contiennent des "*restrictions flagrantes*" ;

Considérant qu'il résulte des constatations ci-dessus qu'aucun des fournisseurs en cause ne détient plus de 15 % de parts de marché ; que, parmi les clauses faisant l'objet des griefs notifiés, seules relèvent de la catégorie des "*restrictions flagrantes*" les clauses restreignant la capacité de livraison croisée entre distributeurs de réseau de distribution sélective, telles qu'elles figurent dans les contrats de distribution sélective passés pour les produits de la marque "Fred Force 10", dans les contrats de revendeur agréé "Sporoptic Pouilloux" et dans les contrats de distribution agréée "Lunettes Lagerfeld" ; que dès lors, seules ces clauses seront examinées au regard de l'article 81 du Traité de Rome les autres ne l'étant qu'au regard de l'article L. 420-1 du code de commerce ;

Considérant qu'il convient d'examiner si les clauses relevant de l'article 81 du Traité et rappelées ci-dessus, sont susceptibles d'entrer dans le champ d'application du règlement communautaire CE n°2790/1999 concernant l'application de l'article 81, paragraphe 3 du Traité à des catégories d'accords verticaux et de pratiques concertées ;

Considérant, que l'article 3 du règlement 19/65 du Conseil prévoit qu'un règlement d'exemption par catégorie peut disposer qu'il s'applique avec effet rétroactif ; que le règlement 2790/1999 précité ne comportant pas de telle disposition,

il n'est pas applicable aux contrats en cause qui sont antérieurs à son entrée en vigueur ;

Considérant que des clauses qui interdisent aux membres d'un réseau de distribution sélective de vendre à d'autres distributeurs membres du réseau sont restrictives de concurrence et, comme telles, contraire à l'article 81-1 du Traité ; qu'il n'appartient pas au Conseil de la concurrence de se prononcer sur l'exemption éventuelle de ces clauses, laquelle, faute de règlement d'exemption par catégorie applicable, ne pourrait être prononcée que par une décision de la Commission ;

Considérant, s'agissant du droit national, que le Conseil de la concurrence utilise le règlement 2790/1999 comme un guide d'analyse ; qu'en effet, lorsqu'un fournisseur dispose d'un faible pouvoir de marché, le fait d'organiser et de réguler son réseau de distribution de manière à assurer une meilleure coordination entre les entreprises participantes peut, le plus généralement, être considéré comme pro-concurrentiel ; qu'ainsi, il n'y a pas lieu de retenir de griefs concernant des clauses autres que celles considérées comme "*noires*" par ledit règlement c'est à dire, notamment, celles qui imposent des prix de revente, celles qui instituent des protections territoriales absolues, ou celles qui restreignent les livraisons croisées entre distributeurs à l'initiative d'un réseau de distribution sélective ;

Considérant qu'en dépit de l'existence de marques dites "*de haut de gamme*" dont les produits se vendent à des prix plus élevés que les autres montures de lunettes, il n'est pas établi qu'existeraient deux marchés séparés de la monture "*normale*" et de la monture "*haut de gamme*" ; qu'en effet, la gamme de prix est suffisamment progressive pour que des substituabilités existent entre différentes qualités de monture ; qu'aucun élément autre que le prix ne conduit à penser qu'un marché spécifique des montures "*haut de gamme*" peut être défini ; que les marchés pertinents pour la présente affaire sont, d'une part, le marché des montures de lunette, et d'autre part, le marché des lunettes solaires ;

Considérant qu'aucun des fabricants mis en cause dans cette présente affaire ne détient plus de 30 % de chacun de ces marchés au niveau national ; qu'ainsi, seules les clauses dites "*noires*" sont susceptible d'être prohibées à raison de leur caractère anticoncurrentiel ;

- Contrats de distribution sélective mis en place par la société L' Amy France

Considérant que si l'article 2, point 7 du contrat de distributeur agréé "*Nina Ricci*", ainsi que l'article 3, point 2 du même contrat, limitent la liberté commerciale du distributeur agréé en matière de publicité, cette limitation ne figure pas au nombre des restrictions énumérées à l'article 4 du règlement n° 2790/1999 ; que, dès lors, ces stipulations doivent être considérées comme licites ;

Considérant que si l'article 3, point 2 du contrat de détaillant agréé "*Lunettes Lacoste*" limite la liberté commerciale du détaillant agréé en matière de publicité, cette clause ne figure pas au nombre des restrictions énumérées à l'article 4 du règlement n° 2790/1999 ; que, dès lors, ces stipulations doivent être considérées comme licites ;

Considérant que si l'article 2, point 3 du contrat de distributeur agréé "*Nina Ricci*" introduit des restrictions à la liberté des distributeurs agréés de revendre les produits "*Nina Ricci*" à d'autres distributeurs agréés, ces restrictions sont justifiées par la seule nécessité de permettre au fournisseur de vérifier que lesdits produits ne quittent pas son réseau de distribution sélective et d'assurer la cohérence de sa politique commerciale en matière de lancement de nouveaux produits ; que, dès lors, ces restrictions n'entrent pas dans le champ d'application des articles L. 420-1 du code de commerce et 81 du Traité de Rome ;

- Contrat de distributeur des produits de lunetterie optique et solaire "*Façonnable*"

Considérant que le contrat de distributeur des produits de lunetterie optique et solaire "*Façonnable*" mis en place par la société O.D.L.M. comporte la clause suivante (article 5.2) : "*L'enseigne du point de vente ne devra jamais être*

dévalorisante pour la notoriété et l'image des produits de la marque "Façonnable". Serait notamment considérée comme dévalorisante une enseigne ayant acquis sa réputation sur des pratiques commerciales agressives et/ou sur une politique permanente de rabais illicites ou de nature à induire en erreur le consommateur." ; que s'il est licite pour un fabricant d'introduire dans un contrat de distribution sélective des critères de sélection des détaillants visant à préserver l'image de marque des produits distribués, ces critères doivent revêtir un caractère objectif et n'avoir ni pour objet, ni pour effet d'exclure une ou des formes déterminées de distribution ; que le fait de considérer comme "dévalorisante" "une enseigne ayant acquis sa réputation sur des pratiques commerciales agressives" pourrait permettre d'exclure certains types de magasins en fonction d'un critère qui n'est pas purement objectif ; que le Conseil prend acte du fait que la société O.D.L.M. propose de remplacer la clause litigieuse par la rédaction suivante : "L'enseigne du point de vente ne devra jamais être dévalorisante pour la notoriété et l'image des produits de la marque "Façonnable". Serait notamment considérée comme dévalorisante une enseigne ayant acquis sa réputation sur une politique permanente de rabais illicites ou de nature à induire en erreur le consommateur." ; que cette rédaction apparaît satisfaisante au regard des observations développées ci-dessus ; qu'en outre, aucun élément du dossier ne permet de penser que cette clause aurait été stipulée dans le but de limiter la concurrence ;

Considérant que si l'article 7.2.2 du même contrat prévoit l'interdiction pour le distributeur agréé de prendre des initiatives en matière publicitaire et promotionnelle concernant les produits "Façonnable", sans avoir obtenu l'accord de son fournisseur, cette interdiction ne figure pas au nombre des restrictions énumérées à l'article 4 du règlement n° 2790/1999 ; que, dès lors, ces stipulations n'entrent pas dans le champ d'application des articles L. 420-1 du code de commerce et 81 du Traité de Rome ;

- Protocole d'accord de distribution sélective pour les produits de la marque "Fred-Force 10"

Considérant que le Protocole d'accord de distribution sélective pour les produits de la marque "Fred Force 10" passé entre la société "Gala Prestige de Paris" et ses distributeurs agréés comportait les clauses suivantes (points 9 et 12 des obligations de l'opticien détaillant agréé) : "il s'engage : (...) 9) à ne pas rétrocéder des montures optiques ou lunettes solaires à d'autres revendeurs et par conséquent à ne vendre les produits qu'aux consommateurs finaux. (...) 12) à s'approvisionner uniquement auprès du fournisseur." ; que ces clauses stipulaient une interdiction absolue faite aux détaillants agréés de vendre leurs produits à d'autres détaillants agréés faisant partie du même système de distribution sélective ; qu'elles sont de nature à limiter le commerce intra-communautaire dès lors qu'un détaillant situé sur le territoire français ne peut livrer un détaillant d'un autre Etat membre ; que l'interdiction susvisée entraînerait la non application de l'exemption prévue à l'article 2 du règlement n° 2790/1999, en vertu du d) de l'article 4 du même règlement, si ce règlement était applicable ; qu'il est, par ailleurs, de jurisprudence constante, en droit national, qu'une interdiction absolue de revente au sein d'un réseau de distribution agréé est contraire aux dispositions de l'article L. 420-1 du code de commerce ;

Considérant, certes, que la société Logo, qui a absorbé la société Gala Prestige de Paris, soutient qu'elle a modifié les protocoles d'accord de distribution sélective qu'elle propose aux nouveaux membres de son réseau en rédigeant le point 9 de la manière suivante : "il s'engage : (...) 9) à ne rétrocéder les montures optiques ou lunettes solaires qu'à d'autres dépositaires Fred agréés" ; que cette rédaction, qui autorise les livraisons croisées entre distributeurs Fred, apparaît satisfaisante au regard des observations développées ci-dessus ;

Considérant, toutefois, que le point 12 a été maintenu dans sa rédaction initiale ; que celle-ci, qui oblige le distributeur Fred à ne s'approvisionner qu'auprès du fournisseur (la société Logo) est contradictoire avec la faculté ouverte par le point 9 au détaillant de s'approvisionner, au moins occasionnellement, auprès d'un autre détaillant ; qu'il y a ainsi lieu de considérer que les dispositions du point 12 sont prohibées par les articles 81 du Traité de Rome et L. 420-1 du code de commerce ;

- Contrat de revendeur agréé "Sporoptic Pouilloux"

Considérant que le contrat de revendeur agréé conclu entre la société Sporoptic Pouilloux pour les lunettes Vuarnet et ses revendeurs comportait la clause suivante (article 3.) : "*Le revendeur agréé s'engage à acquérir les produits exclusivement auprès de Sporoptic Pouilloux S.A.*", ainsi que la clause suivante (article 3.1.3) : "*Le revendeur agréé s'engage, en outre, à ne vendre qu'à des consommateurs finaux. Il s'interdit formellement, par conséquent, de vendre ou de fournir les produits à un autre revendeur, quel qu'il soit, sauf autorisation écrite et exceptionnelle de Sporoptic Pouilloux S.A.*"; que ces clauses contenaient une interdiction absolue faite aux détaillants agréés de vendre leurs produits à d'autres détaillants agréés faisant partie du même système de distribution sélective ; que ces clauses sont de nature à limiter le commerce intra-communautaire dès lors qu'un détaillant situé sur le territoire français ne peut livrer un détaillant d'un autre Etat membre ; que cette interdiction entraînerait la non application de l'exemption prévue à l'article 2 du règlement n° 2790/1999, en vertu du d) de l'article 4 du même règlement, s'il était applicable ; qu'il est de jurisprudence constante, en droit national, qu'une interdiction absolue de revente au sein d'un réseau de distributeurs agréés est contraire aux dispositions de l'article L. 420-1 du code de commerce ;

Considérant que la société Sporoptic Pouilloux fait valoir qu'elle a fait signer à tous ses revendeurs agréés un avenant qui précise que "*Par dérogation aux alinéas 3.1.1 et 3.1.3 de l'article 3 du contrat, le revendeur agréé pourra rétrocéder les produits aux autres revendeurs membres liés contractuellement avec Sporoptic Pouilloux*"; que cette rédaction apparaît satisfaisante au regard des observations développées ci-dessus ;

Considérant que la société Sporoptic Pouilloux soutient également qu'elle a modifié les termes de ses nouveaux contrats de revendeur agréé ; que l'article 3.1.3 est ainsi rédigé : "*Le revendeur agréé s'engage, en outre, à ne vendre qu'à des consommateurs finaux. Il s'interdit, formellement, par conséquent, de rétrocéder les produits à un autre revendeur qui ne serait pas lié contractuellement avec Sporoptic Pouilloux S.A.*"; que, toutefois, cette rédaction demeure injustifiée, puisque si la seconde phrase paraît autoriser la revente entre distributeurs agréés, la première phrase continue de l'interdire ; que dès lors cette clause est prohibée par les dispositions des articles 81 du Traité de Rome et L. 420-1 du code de commerce ;

- Contrat de distribution agréée "*lunettes Lagerfeld*"

Considérant que le contrat de distribution agréée conclu par la société Berthet-Bondet avec ses distributeurs comporte la clause suivante : "*Le distributeur agréé ne pourra revendre ses produits qu'au consommateur final*"; que cette clause a pour objet l'interdiction des livraisons croisées entre distributeurs à l'intérieur d'un système de distribution sélective ; que cette clause est de nature à limiter le commerce intra-communautaire dès lors qu'un distributeur agréé ne peut livrer un détaillant agréé d'un autre Etat membre ; que cette interdiction entraînerait la non application de l'exemption prévue à l'article 2 du règlement n° 2790/1999, en vertu du d) de l'article 4 du même règlement, si ce dernier était applicable ; qu'une telle clause est illicite ;

Considérant que la société Berthet-Bondet soutient qu'elle a fait parvenir à l'ensemble de ses distributeurs un courrier daté du 10 septembre 1998 leur donnant l'information suivante : "*Nous tenons à vous rappeler que compte tenu de la distribution sélective de la marque Lagerfeld, la revente de ces lunettes en dehors du réseau n'est pas autorisée*"; que, toutefois, le fait d'avoir donné cette information unilatérale dans un courrier d'accompagnement du nouveau catalogue n'empêche pas les contrats litigieux de continuer à exister ; que le contrat de distribution de la société Berthet-Bondet, dans sa rédaction actuelle, est ainsi contraire aux dispositions des articles 81 du Traité de Rome et L. 420-1 du code de commerce ; que la société devra faire signer à ses adhérents un avenant au contrat en cours, rédigé de façon à autoriser explicitement la cession de produits par un distributeur agréé à un autre distributeur agréé ;

- Contrats de distribution sélective Bausch & Lomb pour les lunettes Ray-Ban

Considérant que si l'article 3-10-2 du contrat de distribution sélective conclu entre la société Bausch & Lomb et ses distributeurs agréés pour les lunettes Ray-Ban limite la liberté commerciale du distributeur agréé en matière de publicité, cette limitation ne figure pas au nombre des restrictions énumérées à l'article 4 du règlement n° 2790/1999 susvisé ; que,

dès lors, ces dispositions, dans la mesure où la part de marché de cette société est inférieure à 30 %, doivent être considérées comme licites ;

Considérant qu'aux termes de l'article 3.10.3 du même contrat : "*Toute pratique de promotion avec discount systématique sera considérée comme attentatoire à la marque et pourra donner lieu à résiliation immédiate du présent contrat*" ; que s'il est licite pour un fabricant d'introduire dans un contrat de distribution sélective des critères de sélection des détaillants visant à préserver l'image de marque des produits distribués, ces critères doivent revêtir un caractère objectif et n'avoir ni pour objet, ni pour effet d'exclure une ou des formes déterminées de distribution ; que le fait de considérer comme "*attentatoire à la marque*" "*toute pratique de promotion avec discount systématique*" peut permettre d'exclure certains types de magasins en fonction d'un critère (le caractère "*systématique*" du discount) qui n'est pas purement objectif ; qu'une telle clause qui est susceptible de limiter l'accès au marché de certaines entreprises peut également faire obstacle à la fixation des prix par le libre jeu de la concurrence ; que cette clause est donc prohibée par les articles 81 du Traité de Rome et L. 420-1 du code de commerce ;

En ce qui concerne les distributeurs ayant souscrit des contrats contenant des clauses illicites

Considérant que le détaillant agréé qui signe avec un de ses fournisseurs un contrat de distribution sélective n'a pas le pouvoir de négocier les clauses de ce contrat qui est un contrat d'adhésion ; que, dès lors, si ce contrat contient des clauses éventuellement illicites au regard du droit de la concurrence, le détaillant agréé ne saurait en être considéré comme responsable que si des éléments précis établissent qu'il a concouru à l'élaboration ou à l'imposition de ces clauses ; que, faute d'éléments de cette nature au cas d'espèce, les griefs notifiés aux entreprises La Grande Pharmacie Lyonnaise, Optique Provansal, Mathieu Opticien, Les Opticiens Economes, venant aux droits de la société Optique Ginet S.A., Optique Regence, Optique Poignant, Olivier Lefebvre, Debauge, Cristal Optique, Contact Optique, Sarl J. Peter, Nagabbo, Cerf Optique, Brotteaux Optique et Eyes Cube, pour avoir souscrit de tels contrats, doivent être écartés ;

Sur les suites à donner

Considérant que les infractions retenues ci-dessus ont été commises antérieurement à l'entrée en vigueur de la loi n° 2001-420 du 15 mai 2001 relative aux nouvelles régulations économiques ; que, par suite, les dispositions introduites par cette loi dans l'article L. 464-2 du code de commerce, en ce qu'elles prévoient des sanctions plus sévères que celles qui étaient en vigueur antérieurement, ne leur sont pas applicables ;

Considérant qu'aux termes de l'article L. 464-2 du code de commerce dans sa rédaction antérieure à l'entrée en vigueur de la loi du 15 mai 2001 : "*Le Conseil de la concurrence peut infliger une sanction pécuniaire applicable soit immédiatement, soit en cas d'inexécution des injonctions. Les sanctions pécuniaires sont proportionnées à la gravité des faits reprochés, à l'importance du dommage à l'économie et à la situation de l'entreprise ou de l'organisme sanctionné. Elles sont déterminées individuellement pour chaque entreprise ou organisme sanctionné et de façon motivée pour chaque sanction. Le montant maximum de la sanction est, pour une entreprise, de 5 % du montant du chiffre d'affaires hors taxes réalisé en France au cours du dernier exercice clos. Si le contrevenant n'est pas une entreprise, le maximum est de dix millions de francs.*" ;

En ce qui concerne les pratiques dirigées contre le magasin à l'enseigne Optical Center de Lyon

Considérant que la pratique qui consiste pour un nombre relativement important d'entreprises, intervenant sur le marché de produits destinés au consommateur final, à se mettre d'accord entre elles pour, selon leurs propres termes, organiser le boycott de leurs fournisseurs, en vue de contraindre ceux-ci soit à cesser d'approvisionner un de leurs concurrents, soit à obliger ce dernier à renoncer à sa politique de prix bas, revêt une particulière gravité, même si ce mouvement a eu une durée limitée ; qu'il est de même particulièrement grave pour un fournisseur de s'associer à ce mouvement en cessant toute relation commerciale avec l'entreprise de distribution visée ;

Considérant, toutefois, que le mouvement concerté des opticiens lyonnais n'a réussi à rallier qu'un seul fournisseur ; que les autres fournisseurs n'ont pas cédé aux pressions et ont continué à approvisionner normalement le magasin visé ; que celui-ci s'est normalement développé et que l'enseigne a continué à ouvrir de nouveaux points de vente dans l'agglomération lyonnaise et en France ; qu'ainsi le dommage à l'économie a été limité ;

Considérant que la société à responsabilité limitée "*Bourdeau Optique*" est l'une des quatre entreprises qui ont pris l'initiative de mettre sur pied le mouvement concerté illicite entre les opticiens lyonnais ; qu'il est établi que M. Bourdeau, gérant de cette entreprise, a pris la parole au cours de la réunion du 8 octobre 1996 ; qu'il a ensuite rencontré différents fournisseurs à l'occasion du salon professionnel SILMO ; qu'il a envoyé un courrier daté du 9 octobre 1996 reprenant la formule type n° 1 à au moins 4 fournisseurs ; qu'il a annulé une commande adressée à son fournisseur Jullien et n'a plus mis en avant dans son magasin les marques des sociétés L'Amy, Aïress, Jullien, Luxottica ; que la société "*Bourdeau Optique*" est, de par son chiffre d'affaires, un des plus importants opticiens lyonnais indépendants ; que cette situation a pu inciter certains opticiens à adhérer au mouvement dont la SARL Bourdeau a été l'une des initiatrices ; que le chiffre d'affaires réalisé par la société Bourdeau au cours de l'exercice 2000 a atteint 17 448 766 F, soit 2 660 047 euros ; que, pour ce même exercice, le bénéfice de cette société s'est élevé à 653 418 F, soit 99 613 euros ; qu'en fonction des éléments généraux et individuels tels qu'ils sont appréciés ci-dessus, il y a lieu de lui infliger une sanction pécuniaire de 79 800 euros ;

Considérant que la société anonyme Nagabbo est l'une des quatre entreprises qui ont pris l'initiative de mettre sur pied le mouvement concerté illicite entre les opticiens lyonnais ; que son gérant et administrateur, M. Thierry Guillermin, a reconnu qu'il avait participé à l'élaboration des formules type proposées aux autres opticiens pour écrire à leurs fournisseurs et qu'il était intervenu au cours de la réunion du 8 octobre 1996 ; qu'il est établi que son président, M. Naggabo, a rencontré lors du SILMO, en compagnie de M. Guigues, exploitant du magasin "*Optique Chavril*", le directeur général de Luxottica pour lui exposer la position arrêtée par les opticiens lyonnais ; que la société Nagabbo a adressé en lettre recommandée avec accusé de réception un courrier daté du 10 octobre 1996 reprenant la formule type n° 1 à 10 fournisseurs ; qu'elle a retourné à son fournisseur Gala Prestige de Paris une commande d'un montant de 8 202 F (produits de marque "*Fred*"), ainsi que sa P.L.V. ; qu'elle a annulé une commande passée à la société Luxottica ; que, selon les déclarations de M. Guillermin, elle a réduit les commandes aux autres fournisseurs concernés et n'a plus mis en vitrine les produits des marques concernées ; que la société Nagabbo dispose de trois magasins sur l'agglomération lyonnaise, dont deux à Lyon et un à Caluire ; que, selon les dires de M. Guillermin, son magasin "*est en vue sur le centre de Lyon*" ; que cette situation a pu inciter certains opticiens à adhérer au mouvement dont la S.A. Nagabbo a été l'une des initiatrices ; que le chiffre d'affaires réalisé par la S.A. Nagabbo au cours de l'exercice 2000 a atteint 6 421 880 F, soit 979 009 euros ; que, pour ce même exercice, le bénéfice de cette société s'est élevé à 29 933 F, soit 4 563 euros ; qu'en fonction des éléments généraux et individuels tels qu'ils sont appréciés ci-dessus, il y a lieu de lui infliger une sanction pécuniaire de 29 370 euros ;

Considérant que M. André Guigues, exploitant un magasin à l'enseigne "*Optique Chavril*", à Sainte-Foy-lès-Lyon, a reconnu avoir participé à une réunion avec les représentants des entreprises Bourdeau, Naggabo et Europtic, au cours de laquelle ils ont décidé d'organiser la réunion élargie du 8 octobre 1996 ; qu'il a reconnu également avoir contacté téléphoniquement, à la suite de cette réunion, les fournisseurs Luxottica, O.D.L.M., Jullien, New Charmes ; qu'il a déclaré que c'est son fils, Bertrand Guigues, exploitant un autre magasin d'optique situé à Sainte-Foy-lès-Lyon, à l'enseigne "*Guigues Optique*" qui a écrit aux mêmes fournisseurs un courrier daté du 10 octobre 1996 reprenant la formulation n° 1 ; qu'il a rencontré, en compagnie de son fils, un dirigeant de Luxottica au SILMO ; qu'il a reconnu avoir suspendu une commande passée à Luxottica pour environ 35 pièces et une commande à la société Jullien pour environ 10 pièces ; qu'il est établi que M. André Guigues, et M. Bertrand Guigues, fils du précédent, ont agi en étroite concertation dans la réalisation des infractions qui leur sont reprochées ; que la Sarl "*Optique Guigues*", dont le gérant est M. Bertrand Guigues, a réalisé au cours de l'exercice 2000 un chiffre d'affaires de 1 706 799 F, soit 260 200 euros ; que son résultat, pour la même période, a été négatif (- 8 300 F) ; qu'en fonction des éléments généraux et individuels tels qu'ils sont appréciés ci-dessus, il y a lieu de lui infliger une sanction pécuniaire de 7 800 euros ;

Considérant que la S.A. Europtic est l'une des quatre entreprises qui ont pris l'initiative de mettre sur pied le mouvement concerté illicite entre les opticiens lyonnais ; que sa présidente, Mme Martine Patris, a reconnu qu'elle était l'auteur du dossier mis à la disposition des participants à la réunion du 8 octobre 1996 ; que la société a adressé un courrier reprenant la formule type n° 1 à 6 fournisseurs ; que Mme Patris a déclaré qu'elle n'avait effectué aucun achat auprès des fournisseurs présents chez Optical Center depuis que ce magasin s'est installé à Lyon ; qu'il est établi qu'elle a annulé une commande passée à la société Jullien ; que le chiffre d'affaires réalisé par la S.A. Europtic au cours de l'exercice qui s'est achevé le 31 octobre 2000 a atteint 2 680 996 F, soit 408 715 euros ; que, pour ce même exercice, le bénéfice de cette société s'est élevé à 148 956 F, soit 22 708 euros ; qu'en fonction des éléments généraux et individuels tels qu'ils sont appréciés ci-dessus, il y a lieu de lui infliger une sanction pécuniaire de 12 260 euros ;

Considérant que la S.A. "*Optique Ginet*" a envoyé des courriers datés du 10 octobre 1996 à 5 fournisseurs ; qu'il est établi qu'elle a annulé deux commandes passées à la société Luxottica, une commande passée à la société Lux de Morez et une commande passée à la société O.D.L.M., même si les commandes adressées à Luxottica ont été postérieurement livrées ; qu'ainsi la société "*Optique Ginet*" s'est associée, de façon active, au mouvement anti-concurrentiel des opticiens lyonnais en exerçant des pressions sur trois de ses fournisseurs ; que la S.A. "*Optique Ginet*", avant son absorption par la S.A. "*Les Opticiens Economes*", comptait 4 magasins sur l'agglomération lyonnaise et deux autres magasins à Belley (Ain) ; qu'elle se situait parmi les plus gros opticiens de ladite agglomération ; que la S.A. "*Les Opticiens Economes*" (L.O.E.), qui, ainsi que cela a été dit, vient aux droits de la société *Optique Ginet*, a réalisé un chiffre d'affaires de 641 884 232 F, soit 97 848 206 euros au cours de l'exercice 2000, la S.A. "*Optique Ginet*" ayant au cours de l'exercice clos le 30 septembre 1996, donc antérieurement à son absorption par la société L.O.E., réalisé un chiffre d'affaires de 20 491 788 F, soit 3 123 953 euros ; qu'en fonction des éléments généraux et individuels tels qu'ils sont appréciés ci-dessus, il y a lieu d'infliger à la société L.O.E. une sanction pécuniaire de 62 480 euros ;

Considérant que M. Thierry Caillat, président de la S.A. "*Idéal Optique*", exploitant un magasin à Lyon et dirigeant de l'E.U.R.L. "*Francheville Optique*", exploitant un autre magasin à Francheville (69340), a admis avoir envoyé des courriers datés du 10 octobre 1996 à 5 fournisseurs au nom de ces deux sociétés ; que ces courriers s'inspirent de la formulation type n° 1 ; qu'il a déclaré avoir décidé de cesser la publicité dans la vitrine de son magasin de Lyon pour les marques concernées ; que la S.A. "*Idéal Optique*" a réalisé un chiffre d'affaires de 5 164 430 F, soit 787 312 euros, au cours de l'exercice 2000 et a dégagé un résultat bénéficiaire de 242 753 F, soit 37 007 euros ; qu'en fonction des éléments généraux et individuels tels qu'ils sont appréciés ci-dessus, il y a lieu d'infliger à la société *Idéal Optique*. une sanction pécuniaire de 15 740 euros ;

Considérant que la S.A. "*Optique Poignant*" a reconnu avoir adressé, à cinq fournisseurs, des courriers, datés du 9 octobre 1996 et reprenant la formulation type n° 1, qui lui avait été communiquée par télécopie par M. Guigues ; qu'en outre, elle a reconnu avoir annulé trois commandes passées à la société Luxottica et une commande adressée à la société Jullien, même si, en définitive, ces commandes ont été ultérieurement livrées ; qu'ainsi, la société "*Optique Poignant*" s'est particulièrement impliquée dans le mouvement anti-concurrentiel concerté mis en œuvre par les opticiens lyonnais ; que la S.A. "*Optique Poignant*" a réalisé un chiffre d'affaires de 5 148 612 F, soit 784 901 euros, au cours de l'exercice 2000 et a dégagé un résultat bénéficiaire de 532 885 F, soit 81 238 euros ; qu'en fonction des éléments généraux et individuels tels qu'ils sont appréciés ci-dessus, il y a lieu d'infliger à la société "*Optique Poignant*" une sanction pécuniaire de 15 700 euros ;

Considérant que M. Christian Ducret, gérant de l'E.U.R.L. "*Optique Ducret*", a reconnu avoir envoyé des courriers à 6 ou 7 fournisseurs ; que s'ils s'inspirent de la formule type n° 2, ces courriers comportent la mention : "*Nous suspendons à ce jour toute commande ou reliquat en cours pour nos deux établissements et ce pour une durée indéterminée*" ; que, par ailleurs, les sociétés Jullien et Luxottica ont apporté la preuve que l'EURL "*Optique Ducret*" a annulé une commande à chacune d'elles ; qu'ainsi, ladite société a pris une part particulièrement active dans le mouvement concerté des opticiens lyonnais ; que l'E.U.R.L. "*Optique Ducret*" a réalisé un chiffre d'affaires de 3 217 946 F, soit 490 573 euros, au cours de l'exercice qui s'est achevé le 31 août 2001 et a dégagé un résultat bénéficiaire de 464 608 F, soit 70 829 euros ; qu'en fonction des éléments généraux et individuels tels qu'ils sont appréciés ci-dessus, il y a lieu d'infliger à la société "*Optique*

Ducret une sanction pécuniaire de 9 800 euros ;

Considérant que le responsable du département optique de la société "*La Grande Pharmacie Lyonnaise*" a reconnu avoir fait parvenir des courriers à 7 fournisseurs reproduisant la formulation type n° 2 ; qu'il a également reconnu avoir annulé une commande passée à la société Aïress "*pour marquer le coup*" ; qu'ainsi qu'il a été relevé ci-dessus, la société "*La Grande Pharmacie Lyonnaise*" n'a plus de département optique ; que ladite société a réalisé un chiffre d'affaires de 78 244 823 F, soit 11 928 346 euros, au cours de l'exercice 2000 et a dégagé un résultat bénéficiaire de 5 933 910 F, soit 904 619 euros ; que la société indique, sans, toutefois, produire d'éléments propres à l'établir, que le chiffre d'affaires de son département optique, avant sa fermeture, était de l'ordre de 900 000 F, soit 137 204 euros ; qu'en fonction des éléments généraux et individuels tels qu'ils sont appréciés ci-dessus, il y a lieu d'infliger à la société "*La Grande Pharmacie Lyonnaise*" une sanction pécuniaire de 138 567 euros ;

Considérant que M. Jean-Pierre Marmet, président de la société "*Optique du Grand Large*", qui exploite deux magasins dans l'agglomération lyonnaise, a reconnu avoir fait parvenir à 5 fournisseurs un courrier reprenant la deuxième formulation-type, assortie de cette précision : "*Tant que vos produits seront dans ces magasins, nous limiterons au maximum nos achats chez vous.*" ; qu'il a, par ailleurs, déclaré avoir limité ses commandes (aux fournisseurs livrant Optical Center) à 50 % de ce qu'elles auraient pu être ; que la société "*Optique du Grand Large*" a réalisé un chiffre d'affaires de 5 374 094 F, soit 819 275 euros, au cours de l'exercice qui s'est achevé le 30 septembre 2001 et a dégagé un résultat bénéficiaire de 553 460 F, soit 84 374 euros ; qu'en fonction des éléments généraux et individuels tels qu'ils sont appréciés ci-dessus, il y a lieu d'infliger à la société "*Optique du Grand Large*" une sanction pécuniaire de 16 385 euros ;

Considérant que M. Tchordjallian, gérant de l'E.U.R.L. "*Visions et Regards*", exploitant un magasin à cette enseigne à Décines-Charpieux (69150), a déclaré qu'il avait adressé à deux fournisseurs une lettre reprenant la formulation type n° 2 ; qu'en outre, il a déclaré avoir ralenti le rythme de ses commandes à ces deux fournisseurs, sans rompre ses relations commerciales avec eux ; que l'E.U.R.L. "*Visions et Regards*" a réalisé un chiffre d'affaires de 1 035 444 F, soit 157 852 euros, au cours de l'exercice qui s'est achevé le 30 septembre 2000 et a dégagé un résultat bénéficiaire de 344 891 F, soit 52 578 euros ; qu'en fonction des éléments généraux et individuels tels qu'ils sont appréciés ci-dessus, il y a lieu d'infliger à l'E.U.R.L. "*Visions et Regards*" une sanction pécuniaire de 3 157 euros ;

Considérant que si M. Lefebvre, gérant de la Sarl O. Lefebvre, n'a pas envoyé de courrier à ses fournisseurs, il a admis avoir eu un contact téléphonique avec la société Luxottica, dont la teneur peut être inférée du brouillon de lettre qu'il avait préparé ; que ce projet indiquait : "*Je me vois dans l'obligation de suspendre la diffusion de vos produits au sein de mon établissement*" ; que, par ailleurs, il a reconnu le 8 janvier 1997 n'avoir pas passé de nouvelle commande à Luxottica depuis l'ouverture du magasin Optical Center en septembre 1996 ; que la SARL "*O. Lefebvre*" a réalisé un chiffre d'affaires de 2 624 880 F, soit 400 160 euros au cours de l'exercice clôturé le 30 septembre 2000, et a dégagé un résultat bénéficiaire de 262 767 F, soit 40 059 euros ; qu'en fonction des éléments généraux et individuels tels qu'ils sont appréciés ci-dessus, il y a lieu d'infliger à la Sarl "*O. Lefebvre*" une sanction pécuniaire de 8 000 euros ;

Considérant que M. Kalfoun, gérant de la Sarl "*Debourg Optique*", n'a pas envoyé de courrier à ses fournisseurs parce qu'il a jugé plus efficace de faire connaître son mécontentement par l'intermédiaire de leurs représentants ; qu'il a admis qu'il souhaitait être solidaire de l'action des opticiens indépendants lyonnais et qu'il avait suspendu toute nouvelle commande chez Luxottica, Aïress, Silhouette et Jullien ; que la Sarl "*Debourg Optique*" a réalisé un chiffre d'affaires de 2 148 999 F, soit 327 613 euros au cours de l'exercice clôturé le 30 septembre 2000, et a dégagé un résultat bénéficiaire de 185 414 F, soit 28 266 euros ; qu'en fonction des éléments généraux et individuels tels qu'ils sont appréciés ci-dessus, il y a lieu d'infliger à la Sarl "*Debourg Optique*" une sanction pécuniaire de 6 550 euros ;

Considérant que M. Patrick Sanders, gérant de la Sarl "*Haras*", a déclaré qu'à l'issue de la réunion du 8 octobre 1996 à laquelle il avait participé, il a informé les représentants des fournisseurs présents dans le magasin "*Optical Center*" qu'il cessait ses relations commerciales avec eux ; que cela concernait Luxottica, Jullien, New Charmes, et qu'il avait revu sa position en ce qui concerne les produits de L'Amy, dans la mesure où leurs marques Lacoste et Nina Ricci avaient été

retirées du magasin "*Optical Center*"; que la Sarl "*Haras*" a réalisé un chiffre d'affaires de 1 752 081 F, soit 267 103 euros au cours de l'exercice clôturé le 31 mars 2001, et a dégagé un résultat bénéficiaire de 189 281 F, soit 28 856 euros ; qu'en fonction des éléments généraux et individuels tels qu'ils sont appréciés ci-dessus, il y a lieu d'infliger à la Sarl "*Haras*" une sanction pécuniaire de 5 340 euros ;

Considérant qu'il est établi que les entreprises suivantes : Sarl "*Réal Optique*" venant aux droits, ainsi qu'il a été dit, de la Sarl "*Cristal Optique*", E.U.R.L. Francheville Optique, Christian Grenier, Sarl "*Anciens Etablissements J. Peter*", S.A. "*Optique Moderne Claude Moch*", Optique Gimet, Sarl "*Cynthia*" (Optique Galimard), Sarl DTS Optique, Sarl "*Optique du Serpent*", S.A. "*Troussey Optique*", S.A. "*Optique Torrillon*", S.A. Razy Optique, Sarl "*Optique 73*", Sarl "*Optique Provansal*", S.A. Vermersch, venant aux droits de S.A. Thivend, S.A. Debauge, S.A. "*Optique Saint-Priest*", Sarl "*Optique Médicale D. Girod*", ainsi que la S.A. "*Grand Optical*", ont envoyé un ou plusieurs courriers à des fournisseurs présents dans le magasin "*Optical center*"; que ces courriers reprenaient le plus souvent une des formules-type proposées lors de la réunion du 8 octobre 1996 ou s'en inspiraient ; que par l'envoi de ce courrier elles ont manifesté leur volonté de se joindre au mouvement concerté des opticiens lyonnais, mis sur pied à l'occasion de cette réunion, en vue d'exercer des pressions sur les fournisseurs de lunettes "*haut de gamme*"; que, toutefois, compte tenu des pièces figurant au dossier, il n'est pas établi que cet envoi de courrier ait été suivi d'actions concrètes, telles que celles qui sont reprochées aux entreprises précédentes ;

Considérant que la Sarl "*Cristal Optique*" a adressé des courriers aux fournisseurs L'Amy, Pouilloux, Luxottica, Berthet-Bondet, Pinton, Aïress, O.D.L.M. ; que ces courriers reprennent la formule type n° 1 ; que la SARL "*Réal Optique*", qui vient aux droits de la société "*Cristal Optique*", a réalisé un chiffre d'affaires de 2 696 494 F soit 411 078 euros au cours de l'exercice 2000 et dégagé un résultat négatif de 688 021 F, soit 104 888 euros ; qu'en fonction des éléments généraux et individuels tels qu'ils sont appréciés ci-dessus, il y a lieu d'infliger à la Sarl "*Réal Optique*" une sanction pécuniaire de 4 110 euros ;

Considérant que M. Caillat, gérant de l'E.U.R.L. "*Francheville Optique*" a adressé un courrier portant l'en-tête de cette société aux fournisseurs Jullien, Aïress, L'Amy, O.D.L.M., Luxottica, courriers dont la rédaction s'inspire de la formulation type n° 1 ; que cette société a réalisé un chiffre d'affaires de 626 974 F, soit 95 582 euros au cours de l'exercice clôturé le 31 décembre 2000, et a dégagé un résultat bénéficiaire de 13 120 F, soit 2 000 euros ; qu'en fonction des éléments généraux et individuels tels qu'ils sont appréciés ci-dessus, il y a lieu d'infliger à l'E.U.R.L. "*Francheville Optique*" une sanction pécuniaire de 955 euros ;

Considérant que, contrairement aux affirmations de son gérant, la société "*Christian Grenier*" a adressé au moins un courrier, inspiré de la formule-type n° 2, à son fournisseur Luxottica ; que ladite entreprise a réalisé un chiffre d'affaires de 2 410 513 F, soit 367 480 euros au cours de l'exercice 2000, et a dégagé un résultat bénéficiaire de 593 357 F, soit 90 457 euros ; qu'en fonction des éléments généraux et individuels tels qu'ils sont appréciés ci-dessus, il y a lieu d'infliger à la société "*Christian Grenier*" une sanction pécuniaire de 3 670 euros ;

Considérant que, contrairement aux affirmations de son gérant, la Sarl "*Anciens Etablissements J. Peter*" a fait parvenir au moins un courrier à la société Luxottica, inspiré de la formule type n° 1 ; que ladite société a réalisé un chiffre d'affaires de 1 180 009 F, soit 179 891 euros au cours de l'exercice clôturé le 30 avril 2001, et a dégagé un résultat bénéficiaire de 19 107 F, soit 2 913 euros ; qu'en fonction des éléments généraux et individuels tels qu'ils sont appréciés ci-dessus, il y a lieu d'infliger à la Sarl "*Anciens Etablissements J. Peter*" une sanction pécuniaire de 1 795 euros ;

Considérant que la S.A. "*Optique Moderne Claude Moch*" a écrit aux fournisseurs Sporoptic Pouilloux, L'Amy, New Charmes, Jullien, O.D.L.M., Aïress, Louis Cabaud, des lettres reproduisant la formule type n° 1 ; que ladite société a réalisé un chiffre d'affaires de 3 222 114 F, soit 491 208 euros au cours de l'exercice 2000, et a dégagé un résultat bénéficiaire de 118 993 F, soit 18 140 euros ; qu'en fonction des éléments généraux et individuels tels qu'ils sont appréciés ci-dessus, il y a lieu d'infliger à la S.A. "*Optique Moderne Claude Moch*" une sanction pécuniaire de 4 910 euros ;

Considérant que, contrairement aux affirmations de son dirigeant, la société "*Optique Gimet*" a envoyé des courriers à la rédaction inspirée de la formule type n° 2, à ses fournisseurs Luxottica, O.D.L.M., Jullien, L'Amy, Berthet-Bondet ; que ladite société a réalisé un chiffre d'affaires de 4 250 978 F, soit 648 057 euros au cours de l'exercice 2000, et a dégagé un résultat bénéficiaire de 222 894 F, soit 33 980 euros ; qu'en fonction des éléments généraux et individuels tels qu'ils sont appréciés ci-dessus, il y a lieu d'infliger à la société "*Optique Gimet*" une sanction pécuniaire de 6 480 euros ;

Considérant que la Sarl "*Cynthia*" exploitant le magasin "*Optique Galimard*", a fait parvenir au moins un courrier à son fournisseur "*L'Amy*", reprenant la formule type n° 1 avec la mention suivante en post-scriptum : "*Je vous confirme que je ne désire plus recevoir les modèles échantillons*" ; que ladite société a réalisé un chiffre d'affaires de 2 280 334 F, soit 347 635 euros au cours de l'exercice 2000, et a dégagé un résultat bénéficiaire de 432 489 F, soit 65 933 euros ; qu'en fonction des éléments généraux et individuels tels qu'ils sont appréciés ci-dessus, il y a lieu d'infliger à la SARL "*Cynthia*" une sanction pécuniaire de 3 475 euros ;

Considérant que la Sarl "*DTS Optique*" a écrit aux fournisseurs Luxottica, Arnette, O.D.L.M., Jullien, Airess, Berthet-Bondet ; que ces courriers sont inspirés de la formule type n° 2 et ne sont donc pas de simples demandes d'information adressées aux fournisseurs ; que ladite société a réalisé un chiffre d'affaires de 3 213 297 F, soit 489 864 euros au cours de l'exercice 2000, et a dégagé un résultat bénéficiaire de 602 136 F, soit 91 795 euros ; qu'en fonction des éléments généraux et individuels tels qu'ils sont appréciés ci-dessus, il y a lieu d'infliger à la SARL "*DTS Optique*" une sanction pécuniaire de 4 895 euros ;

Considérant que la Sarl "*Optique du Serpent*" a écrit aux fournisseurs O.D.L.M., Luxottica, Berthet-Bondet, Pouilloux, en reprenant la formule type n° 1 ; que ladite société a réalisé un chiffre d'affaires de 1 192 308 F, soit 181 766 euros au cours de l'exercice clôturé le 31 août 2000, et a dégagé un résultat bénéficiaire de 25 942 F, soit 3 955 euros ; qu'en fonction des éléments généraux et individuels tels qu'ils sont appréciés ci-dessus, il y a lieu d'infliger à la Sarl "*Optique du Serpent*" une sanction pécuniaire de 1 815 euros ;

Considérant que M. Jean-Pierre Troussey, président de la S.A. "*Troussey Optique*", dont le siège est à Tournon (Ardèche), a reconnu avoir écrit "*par solidarité avec ses collègues lyonnais*" à L'Amy, Jullien, O.D.L.M., Luxottica, Berthet-Bondet, en s'inspirant de la formule type n° 2 ; que ladite société a réalisé un chiffre d'affaires de 4 156 034 F, soit 633 583 euros au cours de l'exercice clôturé le 31 mars 2001, et a dégagé un résultat bénéficiaire de 312 622 F, soit 47 659 euros ; qu'en fonction des éléments généraux et individuels tels qu'ils sont appréciés ci-dessus, il y a lieu d'infliger à la S.A. "*Troussey Optique*" une sanction pécuniaire de 6 335 euros ;

Considérant que la S.A. "*Optique Torrillon*", qui exploite 6 magasins dans les environs de Lyon, a écrit à ses fournisseurs Luxottica, O.D.L.M., Jullien, Berthet-Bondet, en s'inspirant de la formule type n° 2 ; que ladite société a réalisé un chiffre d'affaires de 38 504 807 F, soit 5 870 020 euros au cours de l'exercice clôturé le 30 septembre 2001, et a dégagé un résultat bénéficiaire de 2 419 226 F, soit 368 809 euros ; qu'en fonction des éléments généraux et individuels tels qu'ils sont appréciés ci-dessus, il y a lieu d'infliger à la S.A. "*Optique Torrillon*" une sanction pécuniaire de 58 700 euros ;

Considérant que la S.A. "*Razy Optique*" a envoyé des courriers aux sociétés L'Amy, O.D.L.M., Jullien, Luxottica, New Charmes, Pinton, Elce ; que ces courriers reprennent, en la personnalisant légèrement, la formule type n° 2 ; que ladite société a réalisé un chiffre d'affaires de 8 680 020 F, soit 1 323 260 euros au cours de l'exercice 2000, et a dégagé un résultat bénéficiaire de 508 136 F, soit 77 465 euros ; qu'en fonction des éléments généraux et individuels tels qu'ils sont appréciés ci-dessus, il y a lieu d'infliger à la S.A. "*Razy Optique*" une sanction pécuniaire de 13 230 euros ;

Considérant que la Sarl "*Optique 73*", dont le gérant est également le président de la S.A. "*Razy Optique*", a envoyé les mêmes courriers que la S.A. "*Razy Optique*" aux mêmes fournisseurs ; que ladite société a réalisé un chiffre d'affaires de 1 476 936 F, soit 225 157 euros au cours de l'exercice 2000, et a dégagé un résultat bénéficiaire de 168 873 F, soit 25 745 euros ; qu'en fonction des éléments généraux et individuels tels qu'ils sont appréciés ci-dessus, il y a lieu d'infliger à la

Sarl "*Optique 73*" une sanction pécuniaire de 2 250 euros ;

Considérant que la Sarl "*Optique Provansal*" a envoyé des courriers aux sociétés L' Amy, O.D.L.M., Luxottica, Airess, Jullien, Pouilloux ; que ces courriers reprennent la formule type n° 2 ; que ladite société a réalisé un chiffre d'affaires de 2 590 816 F, soit 394 967 euros au cours de l'exercice clôturé le 30 septembre 2000, et a dégagé un résultat bénéficiaire de 1 676 F, soit 255 euros ; qu'en fonction des éléments généraux et individuels tels qu'ils sont appréciés ci-dessus, il y a lieu d'infliger à la Sarl "*Optique Provansal*" une sanction pécuniaire de 3 950 euros ;

Considérant que la S.A. "*Thivend*" a envoyé des courriers aux sociétés L' Amy, O.D.L.M., Luxottica, Jullien, Lux de Morez ; que ces courriers reprennent la formule type n° 1 ; que la société anonyme "*Vermeersch*" venant aux droits de la S.A. "*Thivend*" a réalisé un chiffre d'affaires de 2 728 914 F, soit 416 020 euros au cours de l'exercice clôturé le 30 juin 2001, et a dégagé un résultat bénéficiaire de 381 522 F, soit 58 163 euros ; qu'en fonction des éléments généraux et individuels tels qu'ils sont appréciés ci-dessus, il y a lieu d'infliger à la S.A. "*Vermeersch*" une sanction pécuniaire de 4 160 euros ;

Considérant que la S.A. "*Debauge*" a envoyé des courriers aux sociétés L' Amy, O.D.L.M., Airess, Jullien, Logo, Pinton, Pouilloux, Simop, New Charmes ; que ces courriers reprennent la formule type n° 2 ; que ladite société a réalisé un chiffre d'affaires de 6 815 639 F, soit 1 039 037 euros au cours de l'exercice 2000, et a dégagé un résultat bénéficiaire de 498 753 F, soit 76 034 euros ; qu'en fonction des éléments généraux et individuels tels qu'ils sont appréciés ci-dessus, il y a lieu d'infliger à la S.A. "*Debauge*" une sanction pécuniaire de 10 390 euros ;

Considérant que la S.A. "*Optique Saint Priest*" a envoyé des courriers aux sociétés L' Amy, O.D.L.M., Airess, Jullien, Luxottica, Berthet-Bondet ; que ces courriers reprennent la formule type n° 1 ; que ladite société, qui exploite deux magasins, a réalisé un chiffre d'affaires de 4 291 049 F, soit 654 166 euros au cours de l'exercice 2000, et a dégagé un résultat bénéficiaire de 461 541 F, soit 70 361 euros ; qu'en fonction des éléments généraux et individuels tels qu'ils sont appréciés ci-dessus, il y a lieu d'infliger à la S.A. "*Optique Saint Priest*" une sanction pécuniaire de 6 540 euros ;

Considérant que la Sarl "*Optique Médicale D. Girod*", bien que située à Autun (Saône-et-Loire), a envoyé des courriers aux sociétés L' Amy, O.D.L.M., Jullien, Luxottica, Lux de Morez ; que ces courriers s'inspirent de la formule type n° 1 ; que M. Daniel Girod a justifié sa démarche par son "*association sur plusieurs magasins de Lyon*" ; que ladite société a réalisé un chiffre d'affaires de 5 296 699 F, soit 807 477 euros au cours de l'exercice 2000, et a dégagé un résultat bénéficiaire de 441 985 F, soit 67 380 euros ; qu'en fonction des éléments généraux et individuels tels qu'ils sont appréciés ci-dessus, il y a lieu d'infliger à la Sarl "*Optique Médicale D. Girod*" une sanction pécuniaire de 8 075 euros ;

Considérant que figure au dossier un courrier adressé le 15 octobre 1996 par la société Luxottica à la S.A. "*Contact Optique*" ; que la teneur de ce courrier établit que la société "*Contact Optique*" a eu un échange téléphonique avec ce fournisseur et que ce contact s'insérait dans la démarche collective organisée par les opticiens lyonnais ; qu'il n'apparaît pas que cette société ait écrit ou pris contact téléphoniquement avec d'autres fournisseurs ; que ladite société a réalisé un chiffre d'affaires de 5 091 033 F, soit 776 123 euros au cours de l'exercice clôturé le 31 août 2001, et a dégagé un résultat bénéficiaire de 986 693 F, soit 150 420 euros ; qu'en fonction des éléments généraux et individuels tels qu'ils sont appréciés ci-dessus, il y a lieu d'infliger à la S.A. "*Contact Optique*" une sanction pécuniaire de 3 880 euros ;

Considérant que la S.A. "*Grand Optical*", qui dispose de deux magasins à Lyon, a envoyé des courriers aux sociétés O.D.L.M., Jullien, Luxottica, Pouilloux, Gomé, Lux de Morez, Safilo France ; que ces courriers font expressément référence à l'ouverture du magasin "*Optical Center*" de Lyon et contiennent au moins deux formules de nature à faire pression sur leurs destinataires ("*cela m'est nécessaire pour prendre les décisions sur notre stratégie d'approvisionnement*" et "*je considère, en effet, que l'implantation de vos produits d'une manière massive dans un circuit discount peuvent remettre en cause nos relations commerciales*") ; qu'eu égard à la puissance d'achat que représente cette société, et même si les relations avec les fournisseurs concernés se sont poursuivies normalement, le fait de s'être associée au mouvement anti-concurrentiel dirigé contre les magasins Optical Center revêt de la part de cette société un caractère de

gravité manifeste ; que ladite société a réalisé un chiffre d'affaires de 872 368 423 F, soit 132 982 991 euros au cours de l'exercice 2000, et a dégagé un résultat bénéficiaire de 46 832 287 F, soit 7 139 536 euros ; qu'en fonction des éléments généraux et individuels tels qu'ils sont appréciés ci-dessus, il y a lieu d'infliger à la SA "*Grand Optical*" une sanction pécuniaire de 665 000 euros ;

Considérant qu'ainsi qu'il a été dit plus haut, la société L'Amy France s'est jointe à l'action concertée initiée par les opticiens lyonnais pour obtenir que le magasin "*Optical Center*" ne soit plus livré ou soit contraint de changer de politique commerciale ; que cette action avait pour objet et, en raison des mesures prises par L'Amy France, a eu pour effet de limiter l'accès au marché du magasin Optical Center de Lyon et de faire obstacle à la fixation des prix par le libre jeu de la concurrence sur le marché lyonnais des lunettes de marque" ; qu'en outre, les mesures prises par la société L'Amy ont été étendues à l'ensemble des points de vente d'Optical Center pour ce qui concerne l'obligation de mentionner sur les publicités faites par ces magasins l'exclusion de toutes les marques distribuées par L'Amy France ; que la société L'Amy France S.A. a été absorbée par la société L'Amy S.A. avec effet au 1^{er} janvier 1999 ; que cette société, qui distribue les marques Lacoste, Nina Ricci, Chevignon, Ted Lapidus, occupe une place de leader sur le marché de la lunetterie en France avec 10 % du marché en volume et 15 % en valeur ; que la marque "*Lacoste*" est la première en France sur le marché des lunettes griffées, la marque "*Nina Ricci*" est la première griffe féminine et la marque "*Chevignon*" est leader sur le créneau des 15-25 ans ; que la société L'Amy S.A. a réalisé un chiffre d'affaires de 23 145 361 euros en 2000 sur le marché français et a dégagé un résultat bénéficiaire de 594 124 euros ; qu'en fonction des éléments généraux et individuels tels qu'ils sont appréciés ci-dessus, il y a lieu d'infliger à la société L'Amy S.A. une sanction pécuniaire de 800 000 euros ;

En ce qui concerne certaines clauses des contrats de distribution sélective

Considérant qu'aux termes du 1^{er} alinéa de l'article L. 464-2 du code de commerce : "*(Le Conseil de la concurrence) peut ordonner aux intéressés de mettre fin aux pratiques anti-concurrentielles dans un délai déterminé...*" ;

Considérant qu'il y a lieu d'enjoindre à la société Logo, qui a absorbé la société Gala Prestige de Paris, de modifier, dans les nouveaux contrats qu'elle propose à ses distributeurs, le point 12 du "*protocole d'accord de distribution sélective pour les produits de la marque Fred-Force 10*", de telle sorte qu'il soit clair que le distributeur agréé Fred-Force 10 dispose de la faculté de s'approvisionner auprès d'autres distributeurs agréés, ainsi, d'ailleurs, qu'il est indiqué dans la nouvelle rédaction du point 9 dudit protocole ; qu'il y a lieu d'enjoindre également à la société Logo de proposer à tous les distributeurs ayant conclu le contrat dans sa version antérieure, la signature d'un avenant incorporant audit contrat la nouvelle rédaction des points 9 et 12 ;

Considérant que, compte tenu de ce qui a été dit ci-dessus, il y a lieu d'enjoindre à la société Sporoptic Pouilloux, de modifier, dans les nouveaux contrats de revendeur agréé qu'elle conclut avec des distributeurs, les articles 3.1.1 et 3.1.3 de telle sorte qu'il soit clair que le revendeur agréé conserve toute liberté de céder ou d'acheter des produits de marque "*Vuarnet*" à un autre revendeur agréé ;

Considérant qu'il y a lieu d'enjoindre à la société Berthet-Bondet de modifier le contrat de distribution agréée "*lunettes Lagerfeld*" en y insérant une clause autorisant expressément les livraisons entre revendeurs agréés ; qu'il y a lieu d'enjoindre également à la société Berthet-Bondet de proposer à tous les distributeurs ayant conclu le contrat dans sa version antérieure la signature d'un avenant incorporant audit contrat la nouvelle clause précitée ;

Considérant, que, du fait de la cession de l'activité de lunetterie solaire de la société Bausch & Lomb postérieurement à la saisine du Conseil, il n'y a pas lieu d'adresser d'injonction à cette société ;

Sur la publication de la décision

Considérant qu'aux termes du dernier alinéa de l'article L. 464-2 du code de commerce : "*Le Conseil de la concurrence peut ordonner la publication de sa décision dans les journaux ou publications qu'il désigne (...). Les frais sont supportés par la personne intéressée.*" ;

Considérant qu'il est nécessaire d'informer les consommateurs de l'agglomération lyonnaise des pratiques mises en œuvre par un nombre important d'opticiens de cette agglomération et par la société L'Amy S.A. ; qu'il y a donc lieu d'ordonner la publication de la partie II de cette décision par les sociétés Bourdeau, Naggabo, Guigues Optique, Europtic à frais communs et à proportion des sanctions pécuniaires qui leur sont infligées, dans le quotidien "*Le Progrès*", dans un délai de deux mois à compter de la notification de la présente décision ; qu'il est nécessaire également d'informer l'ensemble des opticiens exerçant en France, afin d'éviter le renouvellement de pratiques semblables sur d'autres marchés géographiques ; qu'il convient, en conséquence, de prescrire la publication de la partie II de la présente décision dans la revue "*Inform'optique*" par les mêmes sociétés et dans les mêmes conditions ;

DÉCIDE

Article 1^{er} : Il est établi que les sociétés Bourdeau Optique, Nagabbo, Optique Guigues, Europtic, Optique Ginet, dont les droits et obligations ont été transmis à la société "*Les Opticiens Economes*", Idéal Optique, Optique Poignant, Optique Chavet, Optique Ducret, La Grande Pharmacie Lyonnaise, Optique du Grand Large, l'EURL Visions et Regards, les sociétés O. Lefebvre, Debourg Optique, Haras, Cristal Optique, dont les droits et obligations ont été transmis à la société Réal Optique, l'EURL Francheville Optique, les sociétés Christian Grenier, Anciens Etablissements J. Peter, Optique moderne Claude Moch, Optique Gimet, Cynthia, DTS Optique, Optique du Serpent, Troussey Optique, Optique Torrilhon, Razy Optique, Optique 73, Optique Provansal, Thivend, dont les droits et obligations ont été transmis à la société Vermeersch, Debauge, Optique Saint Priest, Optique médicale D. Girod, Contact Optique, Grand Optical, l'Amy France, dont les droits et obligations ont été transmis à la société l'Amy S.A., Gala Prestige de Paris, dont les droits et obligations ont été transmis à la société Logo, Sporoptic Pouilloux, Berthet-Bondet, Bausch et Lomb ont enfreint les dispositions de l'article L. 420-1 du code de commerce.

Article 2 : Sont infligées les sanctions pécuniaires suivantes :

- 79 800 € la société Bourdeau Optique
- 29 370 € la société Nagabbo
- 7 800 € la société Optique Guigues
- 12 260 € la S.A. Europtic
- 62 480 € la S.A. Les Opticiens Economes (L.O.E.)
- 15 740 € la S.A. Idéal Optique
- 15 700 € la S.A. Optique Poignant
- 21 330 € la S.A. Optique Chavet
- 9 800 € l'EURL Optique Ducret
- 138 567 € la société La Grande Pharmacie Lyonnaise
- 16 385 € la société Optique du Grand Large
- 3 157 € l'EURL Visions et Regards
- 8 000 € la Sarl O. Lefebvre
- 6 550 € la Sarl Debourg Optique
- 5 340 € la Sarl Haras (P. Sanders)
- 4 110 € la Sarl Réal Optique
- 955 € l'EURL Francheville Optique
- 3 670 € la société Christian Grenier
- 1 795 € la Sarl Anciens Etablissements J. Peter

- 4 910 € la S.A. Optique Moderne Claude Moch
- 6 480 € la société Optique Gimet
- 3 475 € la Sarl Cynthia ("*Optique Galimard*")
- 4 895 € la Sarl DTS Optique
- 1 815 € la Sarl Optique du Serpent
- 6 335 € la S.A. Troussey Optique
- 58 700 € la S.A. Optique Torrilhon
- 13 230 € la S.A. Razy Optique
- 2 250 € la Sarl Optique 73
- 3 950 € la Sarl Optique Provansal
- 4 160 € la S.A. Vermeersch
- 10 390 € la S.A. Debauge
- 6 540 € la S.A. Optique Saint-Priest
- 8 075 € la Sarl Optique Médicale D. Girod
- 3 880 € la S.A. Contact Optique
- 665 000 € la S.A. Grand Optical
- 800 000 € la société l'Amy S.A.

Article 3 : Il est enjoint à la société Logo, venant aux droits et obligations de la société Gala Prestige de Paris, de modifier, dans les nouveaux contrats qu'elle propose à ses distributeurs, le point 12 du "*protocole d'accord de distribution sélective pour les produits de la marque Fred-Force 10*", de telle sorte qu'il soit clair que le distributeur agréé Fred-Force 10 dispose de la faculté de s'approvisionner auprès d'autres distributeurs agréés ainsi que cela figure dans la nouvelle version du point 9 ; il est également enjoint à la société Logo de proposer à la signature de tous les distributeurs ayant conclu le contrat dans sa version antérieure un avenant incorporant audit contrat la nouvelle rédaction des points 9 et 12 ;

Article 4 : Il est enjoint à la société Sporoptic Pouilloux de modifier, dans les nouveaux contrats de revendeur agréé qu'elle propose aux distributeurs, les articles 3.1.1 et 3.1.3. de telle sorte qu'il soit clair que le revendeur agréé conserve toute liberté de céder ou d'acheter des produits de marque Vuarnet à un autre revendeur agréé ;

Article 5 : Il est enjoint à la société Berthet-Bondet de modifier le contrat de distribution agréé "*Lunettes Lagerfeld*" en y inscrivant une clause autorisant expressément les livraisons entre revendeurs agréés ; il est également enjoint à la société Berthet-Bondet de proposer à la signature de tous les distributeurs ayant conclu le contrat dans sa version antérieure un avenant incorporant audit contrat la nouvelle clause.

Article 6 : La partie II de la présente décision sera publiée en caractères lisibles par un lecteur ordinaire, à l'initiative des sociétés Bourdeau, Naggabo, Guigues Optique, Europtic, à frais commun et en proportion des sanctions pécuniaires qui leur sont infligées, dans le quotidien "*Le Progrès*", édition du Rhône, dans un délai de deux mois à compter de la notification de la présente décision ; les mêmes entreprises procéderont à la publication du II de la présente décision dans les mêmes conditions dans la revue "*Inform'optique*".

Délibéré, sur le rapport oral de M. Alzamora, par M. Jenny, vice-président, présidant la séance, MM. Bargue, Gauron, Lasserre et Robin, membres.

Le secrétaire de séance,

Thierry Poncelet

Le vice-président, présidant la séance

Frédéric Jenny

1. Mme Evelyne Wurm, présidente de la S.A. "*Bellecour Optique*" confirme que "*au cours de cette réunion, Mme Patris, M. Bourdeau et un employé de chez Naggabo ont pris la parole*" (cote 364).
 2. Il s'agit probablement de M. A. Fiabane, qui est le signataire de toutes les réponses adressées au nom de Luxottica France aux courriers reçus des opticiens lyonnais (cf. *infra*).
 3. M. Hubert de Thoisy est le directeur des ventes de la marque Nina Ricci au sein du groupe L' Amy France.
 4. Voir note 2.
 5. C'est-à-dire concomitamment aux réponses écrites faites par les fournisseurs aux courriers envoyés par la maison Bourdeau.
 6. Reçus à la suite de l'ouverture du magasin Optical Center.
-