



**Décision n° 26-D-05 du 16 avril 2026  
relative à des pratiques mises en œuvre dans le secteur de la  
distribution des produits alimentaires issus de l'agriculture  
biologique\***

L'Autorité de la concurrence (section III),

Vu la décision n° 21-SO-13 du 13 juillet 2021 enregistrée sous le numéro 21/0055 F, par laquelle l'Autorité de la concurrence s'est saisie d'office de pratiques mises en œuvre dans le secteur de l'approvisionnement et de la distribution de produits alimentaires issus de l'agriculture biologique ;

Vu le Traité sur le fonctionnement de l'Union européenne, et notamment son article 101 ;

Vu le livre IV du code de commerce, et notamment son article L. 420-1 ;

Vu le courrier du 8 octobre 2024 par lequel le rapporteur général a informé les parties que l'affaire serait examinée par l'Autorité de la concurrence sans établissement préalable de rapport ;

Vu les observations présentées par le Synadis Bio, les sociétés Carrefour SA, Greenweez, So.Bio, CSF, Les Comptoirs de la Bio, ITM Entreprises, ITM Alimentaire International, Les Mousquetaires, et le commissaire du Gouvernement ;

Vu les autres pièces du dossier ;

Les rapporteurs, le rapporteur général adjoint, les représentants du Synadis Bio et des sociétés Carrefour SA, Greenweez, So.Bio, CSF, Les Comptoirs de la Bio, ITM Entreprises, ITM Alimentaire International, Les Mousquetaires, et le commissaire du Gouvernement entendus lors de la séance de l'Autorité de la concurrence du 27 novembre 2025 ;

Adopte la décision suivante :

## Résumé<sup>1</sup>

Aux termes de la présente décision, l'Autorité de la concurrence sanctionne le Syndicat national des distributeurs spécialisés de produits biologiques (Synadis Bio) ainsi que Greenweez, Les Comptoirs de la Bio et ITM Entreprises, pour avoir participé à une entente unique, complexe et continue ayant pour objet la répartition des marques des fournisseurs de produits alimentaires issus de l'agriculture biologique (ci-après « produits bio ») entre les canaux de distribution que constituent les grandes surfaces spécialisées (ci-après « GSS ») et les grandes surfaces à dominante alimentaire dites généralistes ou conventionnelles (ci-après « GSA »).

Dans le cadre de réunions de son conseil d'administration, puis par l'adoption d'un règlement intérieur adopté en 2018, le Synadis Bio a mis en place une stratégie collective visant à empêcher la commercialisation des mêmes marques de produits bio au sein des circuits GSS et GSA. Cette stratégie avait pour finalité, d'éviter une comparabilité des produits et des prix entre ces deux circuits, laquelle aurait été susceptible d'entraîner une baisse généralisée des prix au détriment des acteurs de la GSS.

Cette entente s'est prolongée pendant plus de sept ans dans un contexte de forte croissance de l'offre de produits bio au sein des GSA, devenues, dès 2016, le principal canal de distribution de ces produits.

Les sociétés Greenweez, Les Comptoirs de la Bio et ITM Entreprises ont également participé ponctuellement aux pratiques dans le cadre des demandes d'adhésion au syndicat des deux premières en affirmant notamment vouloir se conformer aux « *codes de la bio* ».

Par sa nature même, une telle pratique de répartition des marques est susceptible de restreindre la concurrence entre canaux de distribution en limitant la comparabilité des offres et en atténuant la pression concurrentielle exercée par les GSA sur les GSS. En invitant ses membres à harmoniser leur politique commerciale sur un paramètre relevant du libre jeu de la concurrence, le Synadis Bio est intervenu sur le marché, excédant ainsi sa mission de défense des intérêts de la profession.

Pour la deuxième fois, l'Autorité a fait application du nouveau plafond de sanction applicable aux associations d'entreprises en vigueur depuis l'ordonnance n° 2021-641 du 26 mai 2021 relative à la transposition de la directive dite ECN+. Elle a, par ailleurs, fait le choix de s'écarter de l'application de la formule de calcul des sanctions du communiqué du 30 juillet 2021 relatif à la méthode de détermination des sanctions pécuniaires, mis à jour le 15 novembre 2021 en retenant des amendes forfaitaires. Elle a ainsi sanctionné le Synadis Bio et les entreprises suivantes à hauteur de :

- 10 millions d'euros pour le Synadis Bio ;
- 1,85 million d'euros pour Greenweez (solidairement avec sa société mère Carrefour SA) ;
- 740 000 euros pour ITM Entreprises (solidairement avec sa société mère Les Mousquetaires) ; et,
- 80 000 euros pour Les Comptoirs de la Bio.

Après examen des éléments figurant au dossier, l'Autorité a en revanche décidé de mettre hors de cause les sociétés Carrefour SA (en tant qu'auteur des pratiques), So.Bio, CSF et ITM Alimentaire Internationale.

---

<sup>1</sup> Ce résumé a un caractère strictement informatif. Seuls font foi les motifs de la décision numérotés ci-après.

# SOMMAIRE

<b>I.</b>	<b>CONSTATATIONS .....</b>	<b>6</b>
A.	LA PROCÉDURE .....	6
B.	LE SECTEUR CONCERNÉ.....	6
1.	DESCRIPTION ET ORGANISATION DU SECTEUR EN FRANCE.....	6
a)	Présentation générale.....	6
b)	Évolution du secteur de la distribution de produits bio .....	7
c)	Organisation de la vente de produits bio .....	8
2.	L'ORGANISATION DU SECTEUR DANS D'AUTRES PAYS DE L'UNION EUROPÉENNE	9
C.	LES PARTIES CONCERNÉES .....	11
1.	LE SYNDICAT DES DISTRIBUTEURS SPÉCIALISÉS (SYNADIS BIO) .....	11
2.	LE GROUPEMENT LES MOUSQUETAIRES (INTERMARCHÉ) .....	12
3.	LES COMPTOIRS DE LA BIO.....	13
4.	LE GROUPE CARREFOUR.....	13
a)	Greenweez.....	13
b)	So.Bio et Bio c' Bon.....	14
c)	CSF .....	14
D.	LES PRATIQUES CONSTATÉES .....	15
E.	LE GRIEF NOTIFIÉ .....	18
<b>II.</b>	<b>DISCUSSION .....</b>	<b>19</b>
A.	SUR L'APPLICABILITÉ DU DROIT DE L'UNION.....	19
B.	SUR LE MARCHÉ PERTINENT .....	20
1.	RAPPEL DES RÈGLES APPLICABLES .....	20
2.	APPLICATION AU CAS D'ESPÈCE .....	21
C.	SUR LE BIEN-FONDÉ DU GRIEF .....	23
1.	SUR LES PRATIQUES MISES EN ŒUVRE AU SEIN DU SYNADIS BIO.....	23
a)	Sur l'existence de décisions d'associations d'entreprises .....	23
<i>Rappel des règles applicables .....</i>	<i>23</i>	
<i>Application au cas d'espèce.....</i>	<i>24</i>	
b)	Sur le caractère restrictif des pratiques .....	28
<i>Rappel des règles applicables .....</i>	<i>28</i>	
<i>Application au cas d'espèce.....</i>	<i>30</i>	
c)	Sur l'exemption individuelle .....	37
<i>Rappel des règles applicables .....</i>	<i>37</i>	
<i>Application au cas d'espèce.....</i>	<i>38</i>	

d) Sur la durée des pratiques mises en œuvre par le Synadis.....	38
2. SUR L'EXISTENCE D'UNE INFRACTION UNIQUE, COMPLEXE ET CONTINUE .....	39
a) Rappel des règles applicables.....	39
b) Application au cas d'espèce.....	40
3. SUR LA PARTICIPATION DES ENSEIGNES DE LA GRANDE DISTRIBUTION AUX PRATIQUES.....	41
a) Rappel des règles applicables.....	41
b) Application au cas d'espèce.....	42
<i>En ce qui concerne la participation du groupe Carrefour .....</i>	<i>42</i>
<i>En ce qui concerne la participation des sociétés du groupe Intermarché .....</i>	<i>44</i>
D. SUR L'IMPUTABILITÉ DES PRATIQUES .....	45
1. RAPPEL DES PRINCIPES APPLICABLES.....	45
a) Sur l'imputabilité en cas de détention directe ou indirecte du capital d'une société.....	46
b) Sur l'imputabilité « descendante » à une société en sa qualité de filiale d'une société mère auteure directe .....	46
2. APPLICATION AU CAS D'ESPÈCE .....	48
a) Le Synadis Bio .....	48
b) Intermarché .....	48
<i>Concernant LCB et ITME en tant qu'auteurs.....</i>	<i>48</i>
<i>Concernant la société Les Mousquetaires en tant que société mère.....</i>	<i>48</i>
<i>Concernant la société ITM AI.....</i>	<i>49</i>
c) Carrefour .....	50
<i>Concernant Greenweez en tant qu'auteure et Carrefour SA en sa qualité de société mère.....</i>	<i>50</i>
<i>Concernant CSF .....</i>	<i>50</i>
E. SUR LES SANCTIONS .....	51
1. SUR LE CADRE JURIDIQUE APPLICABLE .....	51
a) Principes applicables.....	51
b) Sur l'application du nouveau régime de sanctions aux associations d'entreprises .....	51
<i>Principes spécifiques à la sanction d'association d'entreprises.....</i>	<i>51</i>
<i>Sur les violations alléguées des droits de la défense du Synadis Bio et de ses adhérents .....</i>	<i>52</i>
<i>Sur la violation alléguée des principes de personnalité et d'individualisation des peines.....</i>	<i>53</i>
c) Sur l'application du plafond de l'ancien article L. 464-5 du code de commerce .....	55
2. SUR L'ADOPTION D'UNE MÉTHODE FORFAITAIRE .....	57

<b>3. SUR LA DÉTERMINATION DU MONTANT FORFAITAIRE DE LA SANCTION .....</b>	<b>58</b>
<b>a) Sur la gravité des pratiques.....</b>	<b>58</b>
<b>b) Sur la durée de l’infraction .....</b>	<b>60</b>
<b>c) Sur l’individualisation des sanctions .....</b>	<b>61</b>
<i>Sur l’adaptation de la sanction à la taille du groupe.....</i>	<i>61</i>
<i>Sur les autres éléments d’individualisation .....</i>	<i>62</i>
<b>d) Sur la détermination des sanctions.....</b>	<b>63</b>
<b>e) Sur les ajustements finaux.....</b>	<b>63</b>
<i>Sur la vérification du plafond légal.....</i>	<i>63</i>
<i>Sur les capacités contributives.....</i>	<i>64</i>
<b>4. SUR LE RECOUVREMENT DE LA SANCTION DU SYNADIS BIO .....</b>	<b>65</b>
<b>5. SUR LES SANCTIONS NON PÉCUNIAIRES .....</b>	<b>65</b>
<b>DÉCISION .....</b>	<b>67</b>

# **I. Constatations**

## **A. LA PROCÉDURE**

1. Par décision n° 21-SO-13 du 13 juillet 2021, l’Autorité de la concurrence (ci-après « l’Autorité ») s’est saisie d’office de pratiques mises en œuvre dans le secteur de l’approvisionnement et de la distribution de produits alimentaires issus de l’agriculture biologique<sup>2</sup>.
2. Cette saisine d’office, enregistrée sous le numéro 21/0055 F, est intervenue à la suite de la transmission par la direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes d’un rapport administratif d’enquête relatif à des pratiques anticoncurrentielles dans ledit secteur<sup>3</sup>.
3. Par une décision du 8 octobre 2024, prise en application de l’article L. 463-3 du code de commerce, le rapporteur général a décidé que l’affaire serait examinée par l’Autorité sans établissement préalable d’un rapport.
4. Le 15 octobre 2024, les services d’instruction ont adressé au Synadis Bio ainsi qu’aux sociétés ITM Entreprises, ITM Alimentaire International, Les Comptoirs de la Bio, Les Mousquetaires, Carrefour SA, Greenweez, So.Bio et CSF, une notification de griefs portant sur des pratiques prohibées par les articles 101, paragraphe 1, du Traité sur le fonctionnement de l’Union européenne (ci-après « TFUE ») et L. 420-1 du code de commerce.
5. L’affaire a été examinée lors de la séance de l’Autorité du 27 novembre 2025.

## **B. LE SECTEUR CONCERNÉ**

### **1. DESCRIPTION ET ORGANISATION DU SECTEUR EN FRANCE**

#### **a) Présentation générale**

6. Le secteur est celui de la distribution de produits alimentaires issus de l’agriculture biologique (ci-après « produits bio ») laquelle se définit comme un mode de production reposant sur des pratiques respectueuses des équilibres naturels, limitant le recours aux intrants et excluant notamment l’usage de produits chimiques de synthèse et d’organismes génétiquement modifiés<sup>4</sup>.
7. S’agissant de la production de produits bio au sein de l’Union européenne (ci-après « l’Union »), les opérateurs engagés dans ce mode de production (ci-après « fournisseurs ») sont tenus de respecter, à chaque stade de la filière, un cahier des charges prévu par les

---

<sup>2</sup> Cote 2.

<sup>3</sup> Cotes 3 à 117 VC (28 880 à 28 994 VNC).

<sup>4</sup> Cotes 6 891 à 6 894.

différents règlements européens relatifs à ce type de production et notamment ceux entrés en vigueur depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2009<sup>5</sup>.

8. Les produits bio doivent ainsi comporter le logo européen « Eurofeuille », à l'exception des produits importés de pays tiers. Néanmoins, des labels nationaux, privés ou associatifs peuvent toujours être apposés à titre complémentaire de manière facultative. En France, le logo « AB », propriété du ministère chargé de l'agriculture, peut ainsi être utilisé.



Logos « Eurofeuille » et « AB »

### **b) Évolution du secteur de la distribution de produits bio**

9. S'agissant de la distribution de produits bio, les principaux canaux sont les grandes surfaces spécialisées (ci-après « GSS ») et les grandes surfaces à dominante alimentaire généralistes ou conventionnelles (ci-après « GSA »).
10. Entre 2010 et 2020, la consommation de produits bio a quasiment quadruplé, passant de 3,7 milliards d'euros en 2010 à 6,7 milliards d'euros en 2015 et 13,2 milliards d'euros en 2020<sup>6</sup>.
11. La part des ventes de produits bio réalisée par les acteurs traditionnels de la GSA a augmenté de manière significative à partir de 2015. Les années 2016 et 2017 ont marqué une inversion des tendances entre GSA et GSS. Alors que la part des ventes de produits bio en GSS était relativement stable jusque-là (autour de 32 % à 33 %), elle a fortement diminué à partir de 2018 allant jusqu'à moins de 28 % en 2020. À l'inverse, la part des ventes en GSA qui avait perdu près de 4 points entre 2011 et 2015 (passant de 51,5 % à 47,7 %), a ensuite constamment augmenté jusqu'à excéder 56 % en 2020.

---

<sup>5</sup> Voir notamment les règlements (CE) n° 834/2007 du Conseil du 28 juin 2007 relatif à la production biologique et à l'étiquetage des produits biologiques et abrogeant le règlement (CEE) n° 2092/91, Journal officiel de l'Union européenne L 189 du 20 juillet 2007, pages 1 à 23, (CE) n° 889/2008 de la Commission du 5 septembre 2008 portant modalités d'application du règlement (CE) n° 834/2007 du Conseil relatif à la production biologique et à l'étiquetage des produits biologiques en ce qui concerne la production biologique, l'étiquetage et les contrôles, Journal officiel de l'Union européenne L 250 du 18 septembre 2008, pages 1 à 84, et (UE) 2018/848 du Parlement européen et du Conseil du 30 mai 2018 relatif à la production biologique et à l'étiquetage des produits biologiques, et abrogeant le règlement (CE) n° 834/2007 du Conseil, Journal officiel de l'Union européenne L 150 du 14 juin 2018, pages 1 à 92.

<sup>6</sup> Cote 6 887.

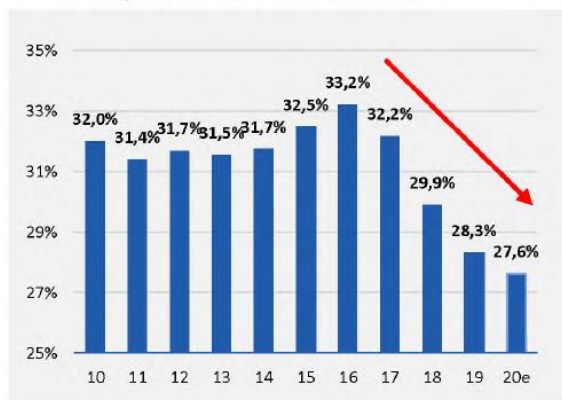
### ■ La part de marché de la grande distribution alimentaire

Unité : part en % du marché en valeur



### ■ La part de marché des magasins bio

Unité : part en % du marché en valeur



Source : Xerfi<sup>7</sup>

12. Après une baisse de près de 5 % entre 2021 et 2022, la consommation de produits bio s'est stabilisée en 2023 avant d'enregistrer une légère croissance (+ 0,8 %) en 2024<sup>8</sup>.

### Consommation à domicile par circuit en millions d'euros courants TTC au stade détail depuis 2021

Stade de détail M€ TTC France Métropolitaine	Chiffres d'affaires TTC				Croissance			Parts de marché			
	2021	2022	2023	2024	22/21	23/22	24/23	2021	2022	2023	2024
Grande distribution	6 668	6 358	6 118	5 807	-4,7%	-3,8%	-5,1%	52,6%	50,6%	50,6%	47,7%
Magasins bio	3 552	3 247	3 317	3 532	-8,6%	2,2%	6,5%	26,9%	27,5%	27,5%	29,0%
Artisans-Commerçants*	1 075	1 058	1 114	1 192	-1,6%	5,4%	6,9%	7,7%	8,1%	9,2%	9,8%
Vente Directe*	1 364	1 414	1 532	1 645	3,7%	8,3%	7,4%	12,7%	13,8%	12,7%	13,5%
<b>TOTAL</b>	<b>12 659</b>	<b>12 076</b>	<b>12 081</b>	<b>12 176</b>	<b>-4,6%</b>	<b>0,0%</b>	<b>0,8%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
Consommation alimentaire des ménages**	186 482	194 249	210 528	212 661							
Part de l'alimentation biologique	6%	6,2%	5,7%	5,7%							

\*Révision des séries : ré-attribution des ventes de vin bio entre la vente directe et les artisans-commerçants (cavistes), depuis 2022 inclus

Source : Agence BIO / AND-i

\*\*Données de février 2025 - consommation des ménages en bien - série CVS - CJO produits alimentaires hors tabac - données chaînées aux prix de l'année précédente

### c) Organisation de la vente de produits bio

13. À compter de 2012, un rapprochement s'est amorcé entre GSS et GSA à l'initiative de ces dernières, notamment par la création de concepts de magasins bio (GSS) adossés à leurs enseignes généralistes (GSA) respectives, tels que *Auchan Bio* et *Cœur de Nature* pour Auchan (2012)<sup>9</sup>, *Carrefour Bio* (2013)<sup>10</sup> et le « *Marché Bio E. Leclerc* » (2018)<sup>11</sup>.

<sup>7</sup> Cote 6 993.

<sup>8</sup> <https://www.agencebio.org/wp-content/uploads/2025/06/AB-PRESSE-2024-210x297-BAG.pdf>, pages 4 et 5.

<sup>9</sup> Cotes 18 505, 24 215 et 24 216.

<sup>10</sup> Cotes 7 512 et 7 513.

<sup>11</sup> Le distributeur a précisé qu'il y a pu y avoir des initiatives individuelles pour développer des GSS dès 2014, voir cote 10 399.

14. Cependant, les GSA précitées ont progressivement abandonné ces concepts de magasins dédiés parfois dès 2016. Le rapprochement entre ces deux canaux de distribution a alors évolué vers une stratégie de rachat de chaînes de GSS par les GSA. À titre d'exemple, Carrefour a acquis un site de vente en ligne spécialisé dans les produits bio en 2016, Greenweez, puis deux enseignes spécialisées, So.Bio en 2019 et Bio c' Bon en 2020<sup>12</sup>. Les points de vente Carrefour Bio sont alors passés sous enseigne de distribution spécialisée<sup>13</sup>. De même, le groupement Les Mousquetaires (ci-après « Intermarché » ou « ITM ») qui n'avait pas développé de concept de magasins bio, est progressivement entré au capital de l'enseigne Les Comptoirs de la Bio (ci-après « LCB ») à partir de 2018<sup>14</sup>.
15. En dépit de ce rapprochement entre GSS et GSA, les fournisseurs continuent de commercialiser des marques différentes selon le canal de distribution auquel les produits bio sont destinés.
16. Le tableau ci-dessous illustre cette différenciation de marques par canal de distribution pour deux fournisseurs structurants du marché français de l'approvisionnement de produits bio, à savoir Ecotone et Léa Nature.

Nom du fournisseur	Marques commercialisées en GSA	Marques commercialisées en GSS
Ecotone <sup>15</sup>	Bjorg Alter eco Clipper Naturela Whole Earth	Bonnerterre Danival Destination Evernat Tartex Le sillon Abbot kinney's
Léa nature <sup>16</sup>	Jardin bio etic Kiva Moment gourmand Papy le jardinier Gusti amo bio Karéléa Biosens I love Nature	Carte nature Vitamont Mamie bio Priméal Bisson Ma vie sans gluten Pleniday Le Pain des fleurs

## 2. L'ORGANISATION DU SECTEUR DANS D'AUTRES PAYS DE L'UNION EUROPÉENNE

17. En Allemagne, Belgique et Italie, la structuration de la distribution des produits bio diffère à certains égards.
18. En Allemagne, premier marché européen en valeur, les GSA (dont les hard-discounters) se sont progressivement imposées comme le principal canal de distribution. Cette évolution s'explique notamment par des stratégies de montée en gamme qualitative, le développement

<sup>12</sup> Voir cote 19 912 ainsi que la décision de l'Autorité n° 21-DCC-161 du 10 septembre 2021 relative à la prise de contrôle exclusif de certaines activités du groupe Bio c' Bon par la société Carrefour France (paragraphe 6).

<sup>13</sup> Cotes 18 551 et 18 552.

<sup>14</sup> Cotes 19 889 et 19 890.

<sup>15</sup> Cotes 13 063 à 13 066 VC (15 537 à 15 540 VNC).

<sup>16</sup> Cotes 17 590 et 17 591.

de marques de distributeurs (ci-après « MDD ») pour les produits bio et une intensification de la concurrence sur les prix entre les deux canaux de distribution<sup>17</sup>. La coexistence de mêmes marques au sein des deux canaux est désormais largement répandue et « *les fabricants de produits bio se sont montrés désireux de travailler davantage avec les distributeurs conventionnels* »<sup>18</sup>, malgré les initiatives prises par le syndicat de fabricants et distributeurs spécialisés pour préserver une forme de différenciation. À titre d'exemple, Alnatura dispose de sa propre chaîne de magasins et de sa propre marque qui reste « *de loin la plus importante dans le marché bio allemand* » et qui est disponible en magasins généralistes et spécialisés<sup>19</sup>.

19. En Belgique, les GSA demeurent le premier canal de distribution grâce aux stratégies multicanal qu'elles ont développées, à savoir la création ou le contrôle de GSS et le déploiement de marques biologiques communes aux deux canaux de distribution<sup>20</sup>. Le marché belge se caractérise également par une forte présence de marques bio étrangères et par une intensification de la concurrence entre GSS, GSA et discounters, y compris sur le terrain des prix<sup>21</sup>.
20. En Italie, le marché est orienté historiquement vers l'exportation et marqué par une forte préférence des consommateurs pour l'origine locale des produits<sup>22</sup>. C'est pourquoi l'entrée des GSA ne s'est opérée qu'en 2015 grâce au développement de MDD de produits bio. Pour ce faire, les GSA se sont appuyées sur des fournisseurs convertis récemment à l'agriculture biologique<sup>23</sup>.
21. En définitive, certaines convergences existent dans ces pays de l'Union européenne : « *développement du marché, présence significative de magasins spécialisés (entre 25 et 35 % de la distribution bio totale), confrontation magasins spécialisés/GMS, appropriation par les GMS des valeurs de la bio, conscience des magasins bio de la nécessité de se réinventer* »<sup>24</sup>.
22. Cependant, Midsona, à qui appartient le groupe Celnat, fabricant de produits bio, a indiqué, au sujet des éventuelles pressions subies par les fournisseurs pour réserver certaines de leurs marques au canal de distribution spécialisé, que « *[I]a France étant le seul pays au monde à avoir sur l'alimentaire ce type d'organisation GSS/GSA, il est bien évident que les distributeurs GSS, pour garder leur légitimité et se protéger de la croissance et du poids de la GSA, ont dû mettre en place un système de sélectivité et se sont organisés pour faire en sorte que les fabricants/fournisseurs adhèrent, de gré ou de force, à ce système* »<sup>25</sup>.

---

<sup>17</sup> Cotes 10 523, 11 141 et 19 864.

<sup>18</sup> Cote 19 864.

<sup>19</sup> Cote 19 870.

<sup>20</sup> Cotes 12 910 et 19 880.

<sup>21</sup> Cotes 11 675 à 11 677 et 11 695.

<sup>22</sup> Cotes 11 144 et 11 701.

<sup>23</sup> Cote 12 943.

<sup>24</sup> Cote 12 734.

<sup>25</sup> Cote 12 150.

## C. LES PARTIES CONCERNÉES

### 1. LE SYNDICAT DES DISTRIBUTEURS SPÉCIALISÉS (SYNADIS BIO)

23. Le Syndicat national des distributeurs spécialisés de produits biologiques (ci-après « Synadis Bio ») a été créé en 1999 par des enseignes de la distribution spécialisée en produits bio. Ce syndicat professionnel est régi par les dispositions législatives et réglementaires relatives aux organisations syndicales conformément aux dispositions du livre IV du code du travail<sup>26</sup>.
24. L'article 3 des statuts du Synadis Bio prévoit qu'il puisse « *promouvoir les compétences de la profession notamment par le développement d'un service de qualité aux consommateurs – en agissant pour la diffusion et le respect d'une charte de la Distribution spécialisée Bio* »<sup>27</sup>.
25. Le Synadis Bio est géré et contrôlé par son conseil d'administration, qui prend toutes les décisions en dehors de celles relevant de la responsabilité de l'assemblée générale. Ses statuts prévoient de manière constante que « *le Conseil d'Administration est investi des pouvoirs les plus larges et peut en donner délégation à l'un de ces membres* »<sup>28</sup>. Son directeur général a en effet indiqué que « *c'est le Conseil d'administration qui vote les textes et selon moi, le Président n'a pas de voix prépondérante à ma connaissance* »<sup>29</sup>.
26. Depuis 2015, le conseil d'administration du Synadis Bio est composé de plus de 10 membres élus pour 3 ans<sup>30</sup>.
27. Les membres actifs<sup>31</sup> actuels ou passés du Synadis Bio sont des distributeurs spécialisés parmi lesquels Biocoop, La Vie Claire, Naturalia ou Les Comptoirs de la Bio.
28. En 2022, le syndicat comptait 12 enseignes spécialisées nationales ou régionales « *représentant environ 2027 magasins en janvier 2022* » et aurait représenté de la distribution spécialisée<sup>32</sup>.

---

<sup>26</sup> Cote 1 933.

<sup>27</sup> Statuts d'octobre 2015 – cote 10 910, de septembre 2017 – cote 10 917 et de décembre 2019 – cote 10 924.

<sup>28</sup> Statuts de septembre 2004 – cote 10 908, d'octobre 2015 – cote 10 914, de septembre 2017 – cote 10 922 et de décembre 2019 – cote 10 928.

<sup>29</sup> Cote 10 342.

<sup>30</sup> Statuts d'octobre 2015 – cote 10 914, de septembre 2017 – cote 10 921 et de décembre 2019 – cotes 10 927 et 10 928.

<sup>31</sup> Définis comme des adhérents à jour de leurs cotisations, cote 21 348.

<sup>32</sup> Cotes 10 814 et 10 815.

29. Au 5 octobre 2023, la liste des sociétés adhérentes au Synadis Bio était la suivante<sup>33</sup> :

Entreprise adhérente	Première adhésion	Période de non-adhésion
<b>La Vie Claire</b>	1999 <sup>34</sup>	/
<b>L'Eau Vive</b>	1999	/
<b>Naturalia</b>	1999	/
<b>Satoriz</b>	1999	
<b>Gva Bio</b>	2001	/
<b>Biocoop</b>	2005	2011-2014
<b>Biomonde</b>	2010	/
<b>NaturéO</b>	2012	/
<b>Les Comptoirs de la Bio</b>	2015	2018 à 2021
<b>Marcel &amp; Fils</b>	2016	/
<b>Bio &amp; Co</b>	2018	/
<b>La Fourche</b>	2021	/
<b>Accord Bio</b>	2023	/
<b>LD Bio</b>	2023	/

30. Par ailleurs, plusieurs sociétés étaient membres du Synadis Bio pendant une partie de la période concernée par les pratiques faisant l'objet du grief mais ne l'étaient plus au 5 octobre 2023. Il s'agit de La Vie Saine (membre de 1999 à 2022), Les Nouveaux Robinson (1999 à 2021), Harmonie Nature (2000 à 2021), So.Bio (2008 à 2016) et Greenweez (2018).

## 2. LE GROUPEMENT LES MOUSQUETAIRES (INTERMARCHÉ)

31. Fondé en 1973, le groupement Les Mousquetaires (ITM) est un groupement français d'indépendants principalement actif dans le secteur de la distribution alimentaire, représentant plus de 80 % de son chiffre d'affaires réalisé à travers les enseignes Intermarché et Netto.
32. La société Les Mousquetaires (RCS de Paris n° 789 169 323) est détenue par environ 1 500 personnes physiques (les « Adhérents associés ») et par une personne morale, l'Union des Mousquetaires (association dont les membres sont des Adhérents associés)<sup>35</sup>. Elle contrôle à [90-100] % la Société Civile des Mousquetaires qui contrôle à 100 % la société ITM Entreprises (RCS de Paris n° 722 064 102, ci-après « ITME »)<sup>36</sup>.

<sup>33</sup> Cotes 21 344, 26 576 et 26 577. Le tableau ne mentionne que les sociétés « tête de réseau ».

<sup>34</sup> Pour les magasins intégrés uniquement, à partir de 2017 pour l'ensemble des magasins.

<sup>35</sup> Cote 7 941.

<sup>36</sup> Cotes 7 941 et 19 905.

33. ITME regroupe 90 marques des secteurs alimentaire et non alimentaire. Elle détient ITM Alimentaire International (ci-après « ITM AI »), société chargée notamment de la négociation des achats nationaux pour les enseignes Intermarché et Netto et structurée autour de fonctions de vente, commerciales, marketing et digitales<sup>37</sup>.

### **3. LES COMPTOIRS DE LA BIO**

34. Fondée en 2012, Les Comptoirs de la Bio (LCB, RCS de Montauban n° 788 803 443) est une société née du regroupement de magasins indépendants autour d'une centrale d'achat commune.
35. Au mois de janvier 2018, LCB a noué un partenariat avec ITME. Cette dernière, via sa filiale détenue à 100 %, Compagnie de Distribution Européenne, a acquis [< 50] % de la société Les Comptoirs Développement qui détenait [> 50] % de LCB.<sup>38</sup> À compter du 15 octobre 2019, [confidentiel] lui conférant un contrôle conjoint sur LCB<sup>39</sup>.
36. Le 10 mai 2022, ITME a acquis 100 % des titres de Les Comptoirs Développement prenant ainsi le contrôle exclusif de LCB<sup>40</sup>.

### **4. LE GROUPE CARREFOUR**

37. Fondé en 1959, le groupe Carrefour (ci-après « Carrefour ») est l'un des leaders mondiaux du secteur de la distribution alimentaire.
38. Carrefour SA (RCS d'Evry n° 652 014 051), société de tête du groupe, détient plusieurs sociétés actives dans le secteur de la distribution au détail à dominante alimentaire en France au travers notamment de l'exploitation d'hypermarchés (enseigne Carrefour), de supermarchés (enseigne Carrefour Market) et de magasins de proximité (enseignes Carrefour City, Carrefour Contact et Carrefour Express), ainsi que de services de vente en ligne.
39. Carrefour exploite également, par l'intermédiaire de filiales spécialisées, plusieurs magasins à dominante alimentaire spécialisés dans les produits bio sous les enseignes So.Bio et Bio c' Bon. En outre, Carrefour possède le site de vente en ligne Greenweez spécialisé dans la distribution de produits biologiques et écologiques.

#### **a) Greenweez**

40. Fondée en 2008, Greenweez (RCS d'Annecy n° 508 047 859) distribue, via différentes plateformes de commerce en ligne en France, en Italie et en Espagne<sup>41</sup>, des produits

---

<sup>37</sup> Cote 7 483.

<sup>38</sup> Cote 19 895.

<sup>39</sup> Cote 19 890.

<sup>40</sup> Cotes 7 941 et 19 890.

<sup>41</sup> Cote 24 208.

biologiques et éco-responsables. En 2023, l'enseigne référençait plus de 170 000 produits sur sa place de marché<sup>42</sup>.

41. Depuis 2016, Greenweez est détenue par Carrefour Omnicanal, filiale à 100 % de Carrefour France<sup>43</sup>.

#### **b) So.Bio et Bio c' Bon**

42. Fondée en 2005, So.Bio est une société spécialisée dans la distribution de produits bio alimentaires et non alimentaires<sup>44</sup>.
43. Le 12 juillet 2018, la société Carrefour France a signé une convention d'acquisition et de cession de titres de la société So.Bio, l'opération de concentration ayant été autorisée par l'Autorité le 28 février 2019<sup>45</sup>. Depuis le mois d'avril 2019, So.Bio est détenue à 100 % par Carrefour France<sup>46</sup>.
44. Le groupe Bio c' Bon, quant à lui, est spécialisé dans la distribution au détail de produits biologiques. En 2021, il exploitait 150 magasins, dont 120 en France<sup>47</sup>. Le 2 novembre 2020, le tribunal de commerce de Paris a accepté une offre de reprise de 100 points de vente de l'enseigne Bio c' Bon par Carrefour, l'opération de rachat ayant été autorisée par l'Autorité le 10 septembre 2021<sup>48</sup>.
45. So.Bio est l'entité juridique qui exploite les deux enseignes de GSS du groupe Carrefour, So.Bio et Bio c' Bon<sup>49</sup>. Chaque point de vente, exploité sous forme intégrée, est ainsi un établissement secondaire de la société So.Bio.

#### **c) CSF**

46. Au sein du groupe Carrefour, CSF intervient en qualité de centrale d'achat et de grossiste. À ce titre, elle achète les produits alimentaires négociés par la société Interdis, centrale de référencement du groupe chargée notamment des négociations avec les grandes marques et les fabricants des produits MDD (marques Carrefour et Carrefour Bio – Reflets de France). La société CSF revend ces produits aux magasins intégrés et aux franchisés du groupe, dans le cadre de contrats d'approvisionnement, agissant auprès de ces derniers comme grossiste.

---

<sup>42</sup> Cote 24 208.

<sup>43</sup> Cote 20 761.

<sup>44</sup> Cote 18 258.

<sup>45</sup> Décision n° 19-DCC-31 du 28 février 2019 relative à la prise de contrôle exclusif de la société So.Bio par la société Carrefour France.

<sup>46</sup> Cote 19 911 – voir également la décision n° 19-DCC-31 du 28 février 2019 relative à la prise de contrôle exclusif de la société So.Bio par la société Carrefour France.

<sup>47</sup> Décision n° 21-DCC-161 du 10 septembre 2021 relative à la prise de contrôle exclusif de certaines activités du groupe Bio c' Bon par la société Carrefour France (paragraphe 3).

<sup>48</sup> *Ibidem* (voir notamment paragraphe 6).

<sup>49</sup> Cote 6 865.

## D. LES PRATIQUES CONSTATÉES

47. Comme expliqué ci-avant, après une période de croissance relativement stable mais modérée de la demande en produits bio, la demande a connu une forte accélération à partir de 2015, concomitamment au développement de l'offre en grande distribution traditionnelle (GSA). La part des ventes de produits bio réalisées par les GSA a alors augmenté de manière significative (au détriment de la part des ventes en GSS) entre 2016 et 2020.
48. Ce développement a renforcé la concurrence entre GSS et GSA. Selon Biocoop, la distinction historiquement perçue par les consommateurs entre ces deux canaux de distribution s'est progressivement atténuée à partir de 2016-2017, lorsque les GSA ont développé et commercialisé des MDD de produits bio au sein de leurs magasins, souvent sous des dénominations proches de leurs marques de produits conventionnels, ce qui « *a entraîné [...] une confusion dans l'esprit des consommateurs entre les différents réseaux de distribution* »<sup>50</sup>.
49. Sous l'effet de la pression concurrentielle exercée par les GSA, les distributeurs spécialisés ont cherché à renforcer leur différenciation à l'égard de ces dernières, ce qui a conduit, à partir de 2016, à l'engagement de discussions au sein du conseil d'administration du Synadis Bio visant à accentuer la distinction entre les circuits GSS et GSA.
50. Lors du conseil d'administration du 6 septembre 2016, il a ainsi été acté que l'un des administrateurs allait s'investir sur la thématique « [q]u'est-ce qu'un magasin spécialisé bio » et qu'il aborderait avec les autres administrateurs ce qui pourrait être envisagé « *comme solution / obligation auprès des distributeurs de produits bio* » afin de renforcer la spécificité de ce circuit, notamment au regard des enjeux de distribution sélective<sup>51</sup>.
51. Ces travaux ont été prolongés lors du conseil d'administration du 18 novembre 2016 qui faisait notamment un point sur une réunion entre des représentants du Synadis Bio et du Synabio (le syndicat des entreprises du bio qui regroupe des fournisseurs et des distributeurs de produits bio) au cours de laquelle la question de la différenciation des marques a été abordée. Le procès-verbal de ce conseil d'administration relève en particulier l'existence d'une « [p]roblématique de marques spécifiques aux magasins spécialisés » et indique « [qu']il ne faut aucune confusion possible avec la grande distribution », soulignant ainsi que la confusion entre les marques des différents réseaux est un enjeu central de la réflexion engagée<sup>52</sup>.
52. Dans ce contexte, à l'occasion notamment de l'examen de candidatures d'enseignes adossées à des groupes de la grande distribution à dominante alimentaire généraliste et de veille exercée sur les partenariats entre enseignes de la grande distribution spécialisée et acteurs de la vente en ligne, le Synadis Bio a exprimé de manière explicite sa volonté d'instaurer une différenciation des marques selon les canaux de distribution. Les candidats affiliés à des groupes de la grande distribution alimentaire généraliste se sont en outre engagés, lors des conseils d'administration, à ne pas mettre en œuvre de politiques de prix susceptibles de déstabiliser le marché de la distribution de produits bio au sein des GSS.
53. Ainsi, lors du conseil d'administration du 31 mars 2017, le représentant de Greenweez a été interrogé par le Synadis Bio, au sujet de sa demande d'adhésion au syndicat. Dans le cadre

---

<sup>50</sup> Cote 6 859.

<sup>51</sup> Cotes 1 786 et 1 787.

<sup>52</sup> Cotes 1 781 et 1 782.

de ces échanges, il a indiqué que le rachat par Carrefour de Greenweez n'avait pas modifié son identité et qu'aucun rapprochement n'était à envisager avec Carrefour Bio. Il a en effet précisé que « [I]es enseignes et les gammes ne doivent absolument pas être mélangées » et que Greenweez entendait respecter le modèle des GSS en s'intégrant à leurs « règles tacites » sans bénéficier du « réseau et de l'expérience de Carrefour Bio »<sup>53</sup>. Le représentant de Greenweez a insisté sur la volonté des dirigeants de ne pas « casser le marché des spécialistes bio » et d'adapter « leur prix de vente aux prix pratiqués par les magasins bio environnants »<sup>54</sup>.

54. Le respect par Greenweez d'une segmentation des marques entre les canaux de distribution GSS et GSA ressort du procès-verbal du conseil d'administration du Synadis Bio du 8 mars 2018. Celui-ci souligne la nécessité de définir strictement ce qu'est un magasin spécialisé bio afin d'assurer une segmentation claire entre la distribution spécialisée et la distribution conventionnelle par :<sup>55</sup>
- l'imposition de critères excluant toute référence à des enseignes ou marques conventionnelles (« [I] 'entité ne peut pas avoir comme enseigne une marque qui fait référence à une enseigne conventionnelle déjà existante ni réutiliser les codes marketing d'une enseigne conventionnelle [...]. Il ne faut en aucun cas que le consommateur puisse rapprocher l'entité avec une enseigne conventionnelle de GMS », « [p]as de référence de MDD conventionnelles de GMS en bio ») ; et,
  - la réservation de l'essentiel de l'assortiment à des références spécifiques aux réseaux bio (« [a]voir 95 % de références alimentaires spécifiques réservées aux réseaux Bio (valable aussi pour internet) non présentes dans les réseaux conventionnels de GMS »).
55. Le procès-verbal du conseil d'administration du Synadis Bio du 14 juin 2017 fait état des inquiétudes suscitées par le service Amazon Prime Now, qui permet la vente et la livraison rapide de produits bio, notamment en permettant l'accès à l'assortiment de l'enseigne Bio c' Bon, dans un environnement mêlant produits biologiques et produits conventionnels<sup>56</sup>. Le conseil d'administration souligne qu'il s'agit là « d'une nouvelle activité concurrente inquiétante pour les magasins bio spécialisés car cela gomme la frontière entre les circuits de distribution, favorise la comparabilité des prix » et entraîne « une perte manifeste de différenciation » de l'offre des magasins bio spécialisés, susceptible de susciter des tensions sur les prix, et s'interroge sur la position des fournisseurs quant à la commercialisation de leurs produits bio sur Amazon aux côtés de marques conventionnelles.
56. Le 6 juin 2018, des représentants de LCB et d'ITME ont échangé, au sein du conseil d'administration du Synadis Bio, au sujet de la poursuite de l'adhésion de LCB à ce syndicat pour l'année 2018, ces discussions intervenant à la suite de la prise de participation minoritaire dans LCB annoncée par ITM le 10 janvier 2018<sup>57</sup>. Les échanges ont notamment porté sur l'engagement d'ITM à préserver une stricte séparation entre les réseaux de distribution spécialisée et de grande distribution, excluant toute perméabilité des

---

<sup>53</sup> Cotes 1 805 et 1 806.

<sup>54</sup> *Ibid.*

<sup>55</sup> Cotes 1 833 et 1 834.

<sup>56</sup> Cote 1 820.

<sup>57</sup> Communiqué de presse du groupe Intermarché du 10 janvier 2018, « Partenariat entre le Groupement Les Mousquetaires et les Comptoirs de la Bio ». Cette prise de participation s'est faite au travers de la société Les Comptoirs Développement (voir paragraphe 35).

assortiments, toute coexistence de marques entre les deux circuits ainsi que toute référence de MDD, afin d'éviter tout « *mélange des genres* ». Le représentant d'ITME a également insisté sur la volonté d'ITM de ne pas « *casser les prix* » et de respecter les codes et valeurs de la distribution spécialisée bio, ces engagements ayant fait l'objet de discussions approfondies entre les membres du conseil d'administration du Synadis Bio, sans qu'une décision définitive sur l'adhésion ne soit arrêtée à l'issue de la réunion :<sup>58</sup>

- à la question du syndicat « [q]uel contrat entre les Intermarché qui vont ouvrir sous l'enseigne des Comptoirs de la Bio ? », le représentant d'ITME a répondu « [n]on perméabilité des assortiments ; [l]es équipes des Comptoirs de la Bio restent indépendantes (physiquement et contractuellement) d'Intermarché. Les métiers seront cloisonnés, il n'y aura pas de "mélange des genres" » (soulignements ajoutés) ;
- à la question du syndicat « [c]omment allez-vous gérer la "schizophrénie" entre les marques spécialisées et les marques bio de GMS ? », le représentant d'ITME a répondu « [l]es acheteurs d'Intermarché ne référenceront plus aucun assortiment en réseaux spécialisés présents dans Les Comptoirs de la Bio. Si localement il y a conflit de marque, un contrat d'interdiction prévoit l'impossibilité de cohabitation de références présentes dans les Intermarché et des marques du réseau spécialisé. Il n'y aura pas de cannibalisme » (soulignement ajouté) ; et,
- à la question du représentant d'ITME « [q]u'est-ce que vous, les magasins spécialisés bio, attendez de nous ? » le Synadis Bio a répondu « [l]a qualité, tirer la bio vers le haut et non vers le bas. Ne pas casser les prix » (soulignement ajouté).

57. Le 12 septembre 2018, un nouveau vote du conseil d'administration du Synadis Bio a conduit à accepter « *Intermarché / Les Comptoirs* » (ainsi que So.Bio) au sein du syndicat<sup>59</sup>.

58. Le procès-verbal de cette réunion du conseil d'administration fait par ailleurs état des échanges intervenus avec le Synabio sur les évolutions du marché des produits bio et les réponses à y apporter. Si les deux organisations partagent une analyse similaire des évolutions du marché, elles divergent sur les priorités à retenir : le Synabio privilégie une approche plus inclusive de la filière, intégrant des acteurs conventionnels (fournisseurs de produits bio et conventionnels comme groupe de distribution intégrant des GSA et des GSS) pour leur poids économique et politique, tandis que le Synadis Bio affirme placer au premier plan les valeurs et l'éthique de la distribution spécialisée. À cet égard, le procès-verbal souligne expressément que « [p]our les magasins spécialisés le vrai problème c'est la *différenciation des magasins spécialisés versus la GSA* alors qu'au Synabio cette question, pour la majorité des adhérents du Synabio, ce n'est pas la préoccupation première »<sup>60</sup>.

59. Dans ce contexte, le conseil d'administration du Synadis Bio a validé l'adoption d'un nouveau règlement intérieur visant à formaliser une différenciation stricte des marques et des assortiments entre les canaux de distribution, en imposant notamment à ses adhérents « [d']avoir un *référencement en alimentaire d'au moins 95 % de produits bio de marques exclusives qui sont distribuées dans des magasins bio* », le syndicat se réservant le droit de contrôler cette condition<sup>61</sup>.

---

<sup>58</sup> Cotes 1 837 à 1 839.

<sup>59</sup> Cote 1 829.

<sup>60</sup> Cote 1 828.

<sup>61</sup> Cote 1 829.

60. Cette version amendée du règlement intérieur, entrée en vigueur le 13 décembre 2018 et rendue publique sur le site internet du syndicat, constitue le cadre de référence applicable aux conditions d'adhésion et de maintien au sein du Synadis Bio.
61. L'article 2 de ce règlement intérieur liste les conditions requises pour avoir la qualité de membre actif du Synadis Bio, parmi lesquelles celles de « [n]e pas exploiter son ou ses points de vente sous une enseigne faisant même implicitement référence à une entité de la grande distribution » et « [d'a]voir un référencement d'au moins 95 % de produits alimentaires biologiques emballés, exclusivement distribués dans des magasins spécialisés BIO »<sup>62</sup> (soulignement ajouté).
62. Postérieurement à l'adoption de ce règlement intérieur, le Synadis Bio a examiné une demande d'adhésion émanant d'une enseigne de distribution spécialisée dont le principe avait été préalablement accepté, avant de la rejeter en raison de son adossement à une enseigne de la grande distribution alimentaire, jugé incompatible avec les critères d'adhésion du syndicat.
63. En effet, il ressort du procès-verbal du conseil d'administration du Synadis Bio du 22 mars 2019 que la demande d'adhésion de l'enseigne So.Bio, initialement acceptée lors du conseil d'administration du 12 septembre 2018, a été remise en question à la suite d'informations relatives à la stratégie de développement du réseau, désormais intégré au groupe Carrefour. Les administrateurs ont notamment exprimé des réserves quant aux ambitions de croissance rapide de So.Bio, à son recours à un modèle de franchises adossées à des acteurs de la grande distribution et à une politique de prix « low cost » significativement inférieure à celle du réseau spécialisé historique, cette stratégie étant jugée incompatible avec le positionnement et les valeurs défendues par le Synadis Bio<sup>63</sup>.

## E. LE GRIEF NOTIFIÉ

64. Le 11 octobre 2024, les services d'instruction ont notifié le grief suivant :

*Il est fait grief aux entités suivantes :*

- *Le Synadis Bio, numéro SIREN n° 812 832 988, pour la période allant du 18 novembre 2016 à la date de la présente notification de grief, en qualité d'auteur direct ;*
- *ITM Entreprises, RCS n° 722 064 102, pour la période allant du 6 juin 2018 à la date de la présente notification de grief, en tant qu'auteure directe, et la société Les Mousquetaires, RCS n° 789 169 323, en tant que société mère ;*
- *ITM Alimentaire International, RCS n° 341 192 227, pour la période allant du 6 juin 2018 à la date de la présente notification de grief, en qualité d'auteur direct et en tant que société dont l'activité économique a présenté, au cours de l'infraction, un lien concret avec l'objet de cette dernière, et la société Les Mousquetaires, RCS n° 789 169 323, en tant que société mère ;*
- *Les Comptoirs de la Bio, RCS n° 788 803 443, pour la période allant du 6 juin 2018 au 31 décembre 2021, en tant qu'auteure directe, et, pour la période allant du*

---

<sup>62</sup> Cotes 10 880 et 10 881.

<sup>63</sup> Cote 1 844.

22 octobre 2019 au 31 décembre 2021, la société Les Mousquetaires, RCS n° 789 169 323, en tant que société mère ;

- Carrefour SA, RCS n° 652 014 051, pour la période allant du 31 mars 2017 à la date de la présente notification de grief, en tant qu'auteure directe ;
- Greenweez, RCS n° 508 047 859, pour la période allant du 31 mars 2017 à la date de la présente notification de grief, en tant qu'auteure directe, et Carrefour SA, RCS n° 652 014 051, en tant que société mère ;
- So.Bio, RCS n° 499 308 856, pour la période allant du 12 septembre 2018 à la date de la présente notification de grief, en tant qu'auteure directe, et Carrefour SA, RCS n° 652 014 051, en tant que société mère ;
- CSF, RCS n° 440 283 752, pour la période allant du 31 mars 2017 à la date de la présente notification de grief, en tant que société dont l'activité économique a présenté, au cours de l'infraction, un lien concret avec l'objet de cette dernière, et Carrefour SA, RCS n° 652 014 051, en tant que société mère ;

*d'avoir sur le territoire national, pris part à une entente unique, complexe et continue, en mettant en œuvre des pratiques ayant pour objet et pour effet, de cloisonner artificiellement le marché, en ce qu'ils visaient à répartir les marques des fournisseurs de produits alimentaires issues de l'agriculture biologique par canal de distribution GSS et GSA, en s'engageant à ne pas se concurrencer sur ces canaux. Cette entente en aval a conduit, en amont, notamment à limiter et/ou contrôler les débouchés des fournisseurs et des grossistes.*

*Ces pratiques qui ont débuté à compter du 18 novembre 2016 et qui perdurent jusqu'à la date de la présente notification de grief, qui, en raison de leur objet et de leur effet, ont faussé le jeu de la concurrence, sont prohibées par l'article L. 420-1 du code de commerce et l'article 101, paragraphe 1 du TFUE.*

## **II. Discussion**

### **A. SUR L'APPLICABILITÉ DU DROIT DE L'UNION**

65. Selon la jurisprudence de la Cour de justice de l'Union européenne (ci-après « Cour de justice ») et la communication de la Commission européenne (ci-après « Commission ») portant lignes directrices relatives à la notion d'affectation du commerce figurant aux articles 101 et 102 du TFUE<sup>64</sup>, trois éléments doivent être réunis pour que les pratiques soient susceptibles d'affecter sensiblement le commerce entre États membres de l'Union : (i) l'existence d'un courant d'échanges entre États portant sur les produits en cause, (ii) l'existence de pratiques susceptibles d'affecter ces échanges et, enfin, (iii) le caractère sensible de cette affectation<sup>65</sup>. Il ressort également de la jurisprudence de l'Union que le fait

---

<sup>64</sup> Communication de la Commission européenne portant lignes directrices relatives à la notion d'affectation du commerce figurant aux articles 81 et 82 du traité, C 101, Journal officiel des communautés européennes du 27 avril 2004, pages 81 à 96.

<sup>65</sup> *Ibid.* point 18.

qu'une entente n'ait pour objet que la commercialisation des produits dans un seul État membre ne suffit pas pour exclure que le commerce entre États membres puisse être affecté. Ainsi, la Cour de justice a jugé qu'une entente s'étendant à l'ensemble du territoire d'un État membre a, par sa nature même, pour effet de consolider des cloisonnements de caractère national, entravant ainsi l'interpénétration économique voulue par le TFUE<sup>66</sup>.

66. En l'espèce, les pratiques concernées sont des accords de segmentation par les marques entre deux canaux de distribution de produits bio, à savoir le canal de distribution conventionnel et le canal de distribution spécialisé. Ces pratiques ont eu pour objectif de différencier artificiellement l'offre au sein de chaque canal. Par conséquent, elles ont affecté la structure de la concurrence sur le marché.
67. Ces comportements ont couvert l'ensemble du territoire national. En effet, les pratiques ont été structurées par une organisation professionnelle nationale, le Synadis Bio, représentant plus de 70 % des distributeurs spécialisés<sup>67</sup>. Elles ont ainsi été mises en œuvre par les distributeurs spécialisés, et reprises par certaines entités appartenant à des groupes de la grande distribution, implantés dans différents pays de l'Union.
68. Eu égard à ce qui précède, les pratiques doivent donc être examinées au regard non seulement des dispositions du droit national, notamment de l'article L. 420-1 du code de commerce, mais également du droit de l'Union, et notamment de l'article 101 du TFUE, ce qui n'est, du reste, pas contesté par les mises en cause.

## **B. SUR LE MARCHÉ PERTINENT**

### **1. RAPPEL DES RÈGLES APPLICABLES**

69. Afin de définir le marché de produits ou de services, il convient de rechercher si les produits ou les services en cause sont considérés par les acheteurs « *comme interchangeables ou substituables en raison de leurs caractéristiques, de leur prix et de leur usage* »<sup>68</sup>.
70. Dans le même sens, la Commission a rappelé, dans sa communication du 22 février 2024 sur la définition du marché en cause, que le marché de produits « *comprend tous les produits que les clients considèrent comme interchangeables ou substituables à celui ou ceux de la ou des entreprises concernées, en raison de leurs caractéristiques, de leur prix et de l'usage auquel ils sont destinés, compte tenu des conditions de concurrence et de la structure de la demande et de l'offre sur le marché* »<sup>69</sup>.
71. Le marché géographique comprend « *le territoire sur lequel les entreprises concernées offrent ou demandent des produits en cause, sur lequel les conditions de concurrence sont suffisamment homogènes pour que les effets du comportement ou de la concentration faisant l'objet de l'enquête puissent être appréciés et qui peut être distingué des autres territoires*

---

<sup>66</sup> Arrêt de la Cour de justice du 29 juin 2023, *Super Bock Bebidas*, ECLI:EU:C:2023:529, C-211/22, point 62.

<sup>67</sup> Cote 10 815.

<sup>68</sup> Voir, par exemple, l'arrêt de la Cour de cassation du 13 juillet 2010, *Vedettes vendéennes*, n° 09-67439, page 5.

<sup>69</sup> Communication de la Commission sur la définition du marché en cause aux fins du droit de la concurrence de l'Union, C/2024/1645, Journal officiel de l'Union européenne du 22 février 2024, page 6 ; voir notamment paragraphe 12, point a.

*en particulier en raison des conditions de concurrence sensiblement différentes de celles prévalant sur ces territoires »<sup>70</sup>.*

72. Il résulte d'une jurisprudence constante de l'Union que l'obligation d'opérer une délimitation du marché en cause dans une décision adoptée en application de l'article 101 du TFUE s'impose aux autorités de concurrence uniquement lorsque, sans une telle délimitation, il n'est pas possible de déterminer si l'accord, la décision d'association d'entreprises ou la pratique concertée en cause est susceptible d'affecter le commerce entre les États membres et a pour objet ou pour effet d'empêcher, de restreindre ou de fausser le jeu de la concurrence à l'intérieur du marché commun<sup>71</sup>.
73. De même, en droit interne, lorsque les pratiques en cause sont examinées au titre de la prohibition des ententes, comme c'est le cas en l'espèce, il n'est pas nécessaire de définir les marchés avec précision dès lors que les secteurs ont été suffisamment identifiés pour qualifier les pratiques observées et permettre de les imputer aux opérateurs qui les ont mises en œuvre<sup>72</sup>.

## 2. APPLICATION AU CAS D'ESPÈCE

74. En ce qui concerne le marché de produits ou de services, l'Autorité distingue dans le cadre de sa pratique décisionnelle en matière de contrôle des concentrations, le marché amont de l'approvisionnement de produits bio de celui de la distribution au détail de ces produits.
75. À l'amont, l'Autorité a retenu l'existence d'un marché de l'approvisionnement en produits bio de dimension nationale distinct de celui de l'approvisionnement en produits conventionnels (non-biologiques). L'Autorité a laissé la question ouverte d'une segmentation du marché de l'approvisionnement en produits bio par canal de distribution, en particulier entre l'approvisionnement des GSA et celui des GSS, tout en relevant que les produits bio vendus aux GSS ne pouvaient pas être vendus à l'identique aux GSA, et inversement.
76. À l'aval, l'Autorité a identifié, au sein du marché de la distribution au détail de produits alimentaires, l'existence d'un marché spécifique de la distribution au détail de produits bio<sup>73</sup>. Au sein de ce marché, l'Autorité a conclu à l'existence d'un marché distinct de la distribution au détail de produits bio restreint aux GSS, en soulignant également que les marques de produits bio vendus aux GSS ne pouvaient pas être commercialisées en GSA, et inversement<sup>74</sup>. Cependant, l'Autorité a également considéré, sur la base des réponses des GSS aux tests de marché, l'existence « [d']une pression concurrentielle [...] exercée par les

---

<sup>70</sup> *Ibid.*, paragraphe 12, point b.

<sup>71</sup> Arrêt du Tribunal de l'Union du 12 septembre 2007, *William Prym/Commission*, T-30/05, ECLI:EU:T:2007:267, point 86.

<sup>72</sup> Voir, sur ce point, la décision n° 20-D-09 du 16 juillet 2020 relative à des pratiques mises en œuvre dans le secteur des achats et ventes des pièces de porc et de produits de charcuterie, paragraphe 399. Voir, également l'arrêt de la cour d'appel de Paris du 26 septembre 2013, *Roland Vlaemynck*, n° 2012/08948, page 6.

<sup>73</sup> Décisions de l'Autorité n° 21-DCC-161 du 10 septembre 2021 relative à la prise de contrôle exclusif de certaines activités du groupe Bio c' Bon par la société Carrefour France, et n° 25-DCC-222 du 8 octobre 2025 relative à la prise de contrôle exclusive de la société Roloni par la société Marcel & Fils.

<sup>74</sup> Décision n° 21-DCC-161 précitée, paragraphe 17.

*GSA sur les GSS en matière de produits biologiques* »<sup>75</sup>. Les GSS ont avancé à cet égard plusieurs éléments, tels que l'accroissement de l'offre de produits bio en GSA et l'existence de tarifs compétitifs, en raison notamment des volumes d'achats plus élevés de ces dernières. Certaines GSS ont, en outre, indiqué prendre en compte les prix des produits bio vendus en GSA afin d'adapter leur propre positionnement tarifaire<sup>76</sup>. En ce sens, quand bien même un marché spécifique de la distribution de produits bios en GSS pourrait être défini, celui-ci resterait relativement contestable du fait de la pression concurrentielle exercée par les GSA.

77. Le Synadis Bio et ITM soutiennent que les services d'instruction auraient méconnu leur obligation de définir le marché pertinent avec précision, leur reprochant d'avoir retenu un marché global de la distribution de produits bio sans segmentation entre canaux, en contradiction avec la pratique décisionnelle de l'Autorité en matière de contrôle des concentrations.
78. Ce moyen est à la fois infondé et inopérant.
79. Premièrement, conformément à la jurisprudence citée au paragraphe 72, lorsque les pratiques en cause sont recherchées au titre de la prohibition des ententes, il suffit que le secteur soit déterminé avec assez de précision pour permettre d'apprécier l'incidence des pratiques en cause sur la concurrence<sup>77</sup>. En l'espèce, une segmentation fine des marchés de la distribution de produits bio entre GSS et GSA n'apparaît pas nécessaire, dès lors que les pratiques ont été mises en œuvre par des opérateurs actifs sur ces deux canaux et sont susceptibles d'affecter leur dynamique concurrentielle respective.
80. Deuxièmement, et en tout état de cause, même à supposer qu'un marché distinct de la distribution au détail de produits bio en GSS soit retenu, cette définition serait sans incidence sur la qualification juridique des pratiques.
81. D'une part, comme exposé aux paragraphes 75 et 76, la différenciation des marques selon les canaux de distribution constitue précisément l'un des éléments ayant conduit l'Autorité, en matière de contrôle des concentrations, à constater une segmentation entre GSS et GSA. Les pratiques litigieuses ont donc pu contribuer à entretenir, voire à renforcer, cette différenciation. Elles sont ainsi susceptibles d'avoir constitué un facteur explicatif – et non une conséquence neutre – de la définition de marché observée dans la pratique décisionnelle de l'Autorité en matière de contrôle des concentrations.
82. D'autre part, les pratiques ont, à tout le moins, affecté la concurrence potentielle exercée par les GSA sur les GSS. Parmi les critères d'appréciation de la concurrence potentielle, la Commission a, dans ses lignes directrices relatives aux accords de coopération horizontale, précisé que *« la perception d'une entreprise en place sur le marché est un élément pertinent pour l'appréciation de l'existence d'une relation concurrentielle entre celle-ci et une entreprise extérieure au marché dès lors que, si cette dernière est perçue comme un entrant potentiel sur le marché, elle peut, par sa seule existence, exercer une pression concurrentielle sur l'entreprise en place sur le marché »*<sup>78</sup>.

---

<sup>75</sup> Décision n° 21-DCC-161 précitée, paragraphe 34.

<sup>76</sup> Décision n° 21-DCC-161 précitée, paragraphe 39.

<sup>77</sup> Voir, en ce sens, décision n° 10-D-04 du 26 janvier 2010 relative à des pratiques mises en œuvre dans le secteur des tables d'opération, paragraphe 108.

<sup>78</sup> Communication de la Commission, Lignes directrices sur l'applicabilité de l'article 101 du TFUE aux accords de coopération horizontale, 2023/C 259/01, Journal officiel de l'Union européenne du 21 juillet 2023, pages 9 et 10, paragraphe 16.

83. Or, comme il a été rappelé au paragraphe 76 ci-avant, certaines GSS intègrent le positionnement tarifaire des GSA dans l'élaboration de leur propre politique commerciale, ce qui atteste d'une pression concurrentielle réelle exercée par ce canal de distribution. Les éléments du dossier présentés aux paragraphes 47 et suivants confirment que cette pression était perçue dès 2016. Ainsi, Biocoop indique que la commercialisation de MDD de produits bio sous des dénominations proches des marques conventionnelles a « entraîné [...] une confusion dans l'esprit des consommateurs entre les différents réseaux de distributions »<sup>79</sup>. Le procès-verbal du conseil d'administration du Synadis Bio du 8 mars 2018 corrobore ce constat, le Synadis Bio ayant expressément souhaité une définition stricte de la GSS afin « [qu']en aucun cas [...] le consommateur puisse rapprocher l'entité avec une enseigne conventionnelle de GMS », notamment par l'absence de références de MDD conventionnelles en produits biologiques<sup>80</sup>. De même, le service Amazon Prime Now mêlant des produits bio de GSS et de GSA a été expressément désigné dans le procès-verbal du conseil d'administration du 14 juin 2017 du Synadis Bio comme une « nouvelle activité concurrente inquiétante pour les magasins bio » (soulignement ajouté), en ce qu'elle favorisait la comparabilité des prix<sup>81</sup>.
84. Il résulte de l'ensemble de ces éléments que, quand bien même une segmentation plus fine du marché aurait été retenue, celle-ci n'aurait en tout état de cause ni modifié l'analyse concurrentielle des faits, ni affecté la qualification juridique des pratiques reprochées. Par conséquent, les arguments du Synadis Bio et d'ITM doivent être écartés.
85. En ce qui concerne le marché géographique, au regard des pratiques examinées dans la présente affaire, relevant de stratégies impactant l'ensemble du réseau national de chaque distributeur impliqué, il y a lieu de retenir, sans que cela ne soit contesté par les mises en cause, un marché de la distribution de produits bio de dimension au moins nationale.

## C. SUR LE BIEN-FONDÉ DU GRIEF

### 1. SUR LES PRATIQUES MISES EN ŒUVRE AU SEIN DU SYNADIS BIO

#### a) Sur l'existence de décisions d'associations d'entreprises

##### *Rappel des règles applicables*

86. L'existence d'un accord entre entreprises est établie dès lors que celles-ci ont manifesté leur volonté commune de se comporter d'une manière déterminée sur le marché<sup>82</sup>. Il résulte en outre d'une jurisprudence tant de l'Union que nationale qu'une décision prise par une association d'entreprises révèle l'existence d'un accord de volontés entre ses membres. La Cour de cassation a ainsi considéré « [qu']un ordre professionnel représente la collectivité de ses membres, et qu'une pratique susceptible d'avoir un objet ou un effet anti-concurrentiel mise en œuvre par un tel organisme révèle nécessairement une entente, au

---

<sup>79</sup> Cote 6 859.

<sup>80</sup> Cotes 1 833 et 1 834.

<sup>81</sup> Cote 1 820.

<sup>82</sup> Voir, notamment, arrêt de la Cour de justice du 8 juillet 1999, *Anic Partecipazioni SpA*, C-49/92, ECLI:EU:C:1999:356, point 40.

*sens de l'article 7 de l'ordonnance du 1er décembre 1986, entre ses membres »<sup>83</sup>. De même, le juge de l'Union retient que « constituent des décisions d'associations d'entreprises, au sens de l'article 101 TFUE, les décisions qui traduisent la volonté de représentants des membres d'une profession tendant à obtenir de ceux-ci qu'ils adoptent un comportement déterminé dans le cadre de leur activité économique »<sup>84</sup>.*

87. La forme de la décision du groupement est indifférente. L'Autorité, approuvée par la cour d'appel de Paris, a considéré qu'une pratique anticoncurrentielle peut résulter de différents actes, tels qu'un règlement professionnel, un règlement intérieur ou une circulaire, pour autant qu'ils émanent des organes du groupement professionnel. Ainsi, « *l'élaboration et la diffusion, à l'initiative d'un syndicat ou d'une organisation professionnelle, d'un document destiné à l'ensemble de ses adhérents peuvent [...] constituer une entente, une action concertée ou une décision d'association d'entreprises contraire à l'article L. 420-1 du code de commerce si ceux-ci ont pour objet ou pour effet d'empêcher, de restreindre ou de fausser le jeu de la concurrence* »<sup>85</sup>.

### ***Application au cas d'espèce***

#### *Arguments des parties*

88. Le Synadis Bio conteste la qualification de décision d'association d'entreprises au sens du droit de la concurrence. Il soutient, en premier lieu, qu'une telle qualification suppose l'existence d'une consigne ou d'une décision collective invitant explicitement les adhérents à adopter un comportement coordonné sur le marché, condition qui ne serait pas remplie en l'espèce.
89. Il fait valoir, en deuxième lieu, que les échanges intervenus au sein de son conseil d'administration se limitaient à des discussions d'ordre général relatives à la définition d'un magasin spécialisé, sans qu'il ait été question d'arrêter une ligne de conduite commune.
90. Le syndicat ajoute, en troisième lieu, qu'aucune pression n'aurait été exercée, ni par lui-même ni par ses adhérents, à l'égard des fournisseurs.
91. Il indique, en quatrième lieu, qu'aucun mécanisme de suivi ou de contrôle n'aurait été mis en place afin de s'assurer de la mise en œuvre d'éventuelles orientations issues de ces échanges. Il souligne, à cet égard, que neuf de ses douze membres n'auraient pas modifié leurs conditions contractuelles d'approvisionnement à la suite des discussions en cause.
92. Enfin, lors de la séance, le Synadis Bio a précisé que les procès-verbaux du conseil d'administration n'étaient pas diffusés à l'ensemble des membres du syndicat, de sorte que les discussions qui y étaient consignées ne sauraient, selon lui, établir l'adhésion de la totalité des membres aux positions évoquées.

---

<sup>83</sup> Arrêt de la Cour de cassation du 16 mai 2000, *Ordre national des pharmaciens*, n° 98-12612.

<sup>84</sup> Arrêt de la Cour de justice du 19 février 2002, *Wouters e.a.*, C-309/99, ECLI:EU:C:2002:98, point 64. Voir, également, arrêt du Tribunal de l'Union du 24 mai 2012, *MasterCard*, T-111/08, ECLI:EU:T:2012:260, points 242 à 244.

<sup>85</sup> Voir décision n° 12-D-02 du 12 janvier 2012 relative à des pratiques mises en œuvre dans le secteur de l'ingénierie des loisirs, de la culture et du tourisme, paragraphe 71, et arrêt de la cour d'appel de Paris du 6 juin 2013, *Géfil*, n° 2012/02945, page 8.

### *Réponse de l'Autorité*

93. Il sera relevé en premier lieu, que le Synadis Bio est un syndicat professionnel regroupant des distributeurs spécialisés de produits bio. Il n'est pas contesté que ses membres exercent, chacun, une activité économique, qui leur confère par conséquent la qualité d'entreprise au sens du droit de la concurrence. Le Synadis Bio peut donc être qualifié d'association d'entreprises au sens de ce droit.
94. En deuxième lieu, s'agissant de l'organisation et du fonctionnement du Synadis Bio, il ressort de ses statuts<sup>86</sup> que le conseil d'administration est l'organe décisionnel du syndicat professionnel<sup>87</sup>. Il se réunit plusieurs fois par an et regroupe les réseaux de distribution les plus importants du secteur<sup>88</sup>. En adhérant à l'association, les membres en acceptent les statuts, la discipline, et sont liés par les décisions prises à la majorité par les organes délibérants ou exécutifs de l'association. Contrairement à ce qui est soutenu, la qualification de décision d'association d'entreprises n'exige pas la diffusion de consignes ou de mises en garde auprès des adhérents. Il importe peu, à cet égard, que l'association n'ait pas adopté de décision au sens formel du terme, ni qu'elle ait diffusé des instructions écrites ou des mises en garde. Peuvent constituer des décisions d'association d'entreprises des résolutions, prises par l'organe décisionnel d'un organisme professionnel, dès lors qu'ils traduisent l'expression d'une volonté collective et sont de nature à influencer sur le comportement des membres de cet organisme.
95. En troisième lieu, il ressort des constatations que le Synadis Bio a mis en œuvre, dès le mois de novembre 2016, une stratégie collective tendant à renforcer la différenciation entre les circuits de distribution des GSS et des GSA, afin de maintenir un positionnement tarifaire plus élevé des produits distribués en GSS.
96. La volonté du Synadis Bio de mettre en place une telle stratégie est tout d'abord évoquée dans le procès-verbal du conseil d'administration du 18 novembre 2016 traitant de la « *problématique de marques spécifiques aux magasins spécialisés* »<sup>89</sup>. Toutefois, la teneur des propos tenus lors de cette réunion n'est pas suffisamment explicite pour permettre de qualifier à ce stade une décision d'association d'entreprises.
97. Cette volonté du syndicat se matérialise en revanche pleinement lors du conseil d'administration du 31 mars 2017 au cours duquel la stratégie de Greenweez, candidate à l'adhésion au Synadis Bio et invitée à exposer ses motivations pour rejoindre le syndicat, est présentée par son directeur général. Il s'agit, pour l'enseigne, de « *ne pas casser le marché bio* » et de « *s'intégrer aux règles tacites* »<sup>90</sup> de la GSS, en respectant une stricte différenciation de marques entre les circuits GSS et GSA. Contrairement à ce qui est soutenu, cet extrait témoigne de la décision du Synadis Bio de coordonner le comportement de ses membres, les candidats à l'adhésion étant invités à s'exprimer devant le conseil d'administration du syndicat afin de s'assurer que leur stratégie commerciale est bien conforme à la stratégie collective décidée au sein du Synadis Bio. La référence faite par Greenweez aux « *règles tacites* » atteste que la volonté du Synadis Bio d'instaurer une segmentation de marques par circuit de distribution ne relevait pas seulement de simples

---

<sup>86</sup> Cotes 10 894 et 10 900.

<sup>87</sup> Cotes 10 899, 10 914, 10 922 et 10 928.

<sup>88</sup> Cote 10 814.

<sup>89</sup> Cote 1 782.

<sup>90</sup> Cotes 1 805 et 1 806.

réflexions exploratoires, mais constituait une règle perçue comme contraignante pour les membres du Synadis Bio et les acteurs qui souhaitaient y adhérer.

98. À titre surabondant, il sera relevé que l'examen de la candidature de Greenweez a fait l'objet d'un vote du conseil d'administration, ce qui confirme indubitablement l'existence d'une décision d'association d'entreprises.
99. Cette conclusion est corroborée par le procès-verbal du conseil d'administration du 6 juin 2018 au cours de laquelle la candidature de LCB a été examinée par le syndicat<sup>91</sup>. Ainsi que cela ressort de ce procès-verbal, le Synadis Bio a clairement évoqué sa volonté de « *ne pas casser les prix* » des produits biologiques, en des termes parfaitement identiques à la stratégie commerciale d'ITM qui venait d'être présentée. Les questions posées et les réponses apportées tant par le Synadis Bio que par les représentants d'ITME et LCB confirment ainsi que le syndicat entendait coordonner le comportement de ses membres, ou futurs membres, quant à l'adoption d'un comportement déterminé sur le marché. Le représentant d'ITME a clairement évoqué sa volonté de « *ne pas casser les prix* », de ne pas « *se livrer une guerre des prix avec Leclerc* » et de « *respecter les codes de la Bio et plus particulièrement ceux des magasins spécialisés* », en précisant qu'il n'y aurait pas de perméabilité entre les deux réseaux, faisant ici référence à la décision du Synadis Bio d'instaurer une segmentation de marques par réseaux de distribution.
100. Ensuite, lors de la réunion du conseil d'administration du 14 juin 2017 au cours de laquelle est évoqué le service Amazon Prime Now, il est précisé que cette nouvelle activité concurrente d'Amazon « *gomme la frontière entre les circuits de distribution, favorise la comparabilité des prix* »<sup>92</sup>. S'il est loisible à un syndicat professionnel d'évoquer l'intensification de la pression concurrentielle susceptible de résulter du lancement d'un nouveau service, il ressort du compte-rendu de cette réunion que l'arrivée de ce service était analysée comme s'inscrivant à rebours de la stratégie collective décidée. Ce service, en raison de son association avec l'enseigne Bio c' Bon, était en effet perçu comme susceptible de fragiliser le positionnement tarifaire plus élevé de la GSS. Face à ce risque, le syndicat s'est en outre interrogé sur la position des fournisseurs à ce sujet qu'il conviendrait de « *suivre* » afin de s'assurer qu'ils seraient en phase avec la ligne de conduite décidée.
101. Enfin, la volonté commune d'utiliser les marques comme outils de différenciation entre canaux de distribution GSS et GSA ressort du procès-verbal du conseil d'administration du Synadis Bio du 8 mars 2018 qui indique, au sujet des critères qui pourraient être retenus dans le cadre d'un règlement intérieur (pour caractériser un magasin spécialisé susceptible d'adhérer au syndicat), que « *l'entité ne peut pas avoir comme enseigne une marque qui fait référence à une enseigne conventionnelle déjà existante ni réutiliser les codes marketing d'une enseigne conventionnelle (logo, charte graphique, typo, etc.). Il ne faut en aucun cas que le consommateur puisse rapprocher l'entité avec une enseigne conventionnelle de GMS. Pas de référence de MDD conventionnelles de GMS en bio* »<sup>93</sup>. Ce compte-rendu traite ainsi directement de la stratégie collective, en insistant, à deux reprises, sur le fait que « *les mêmes règles* » doivent s'appliquer à tous, afin d'en garantir le succès.
102. Le nouveau règlement intérieur du Synadis Bio, validé lors du conseil d'administration du 12 septembre 2018, prévoit notamment l'obligation « *[d']avoir un référencement en*

---

<sup>91</sup> Cotes 1 836 à 1 841.

<sup>92</sup> Cote 1 820.

<sup>93</sup> Cotes 1 833 et 1 834.

*alimentaire d'au moins 95 % de produits bio et de marques exclusives qui sont distribués dans des magasins bio. Cette exigence s'applique quels que soient les canaux de distribution utilisés (e-commerce compris) »<sup>94</sup>.*

103. Contrairement à ce que soutient le Synadis Bio, le règlement intérieur formellement adopté le 13 décembre 2018 reprend cette obligation. En effet, quand bien même la stipulation portant sur le référencement d'au moins 95 % de produits bio emballés ne fait pas explicitement référence aux marques des fournisseurs, il ressort des éléments du dossier exposés ci-dessous aux paragraphes 129 et suivants qu'elle visait bien à opérer une segmentation de l'offre par marques en fonction de son canal de distribution.
104. Bien que le Synadis Bio le conteste, les positions exposées aux paragraphes 96 à 103 ci-dessus ne sauraient s'analyser comme de simples discussions générales sur la définition d'un magasin spécialisé mais constituent bien des décisions d'association d'entreprises manifestant la volonté du Synadis Bio de coordonner le comportement de ses membres sur le marché.
105. En particulier, d'une part, le Synadis Bio ne saurait sérieusement soutenir que le règlement intérieur n'avait pas vocation à coordonner le comportement de ses membres alors que l'article 14 de ses statuts, modifiés au mois de septembre 2017 pour permettre l'adoption du règlement intérieur en question, prévoit que « *le Conseil d'administration statuant à la majorité des voix peut fixer ou modifier toutes règles complémentaires non contraires aux présents statuts. Ces règles pourront être rassemblées dans un document dénommé Règlement intérieur* »<sup>95</sup>. Les règles communes que les adhérents se sont engagés à respecter ont donc bien eu vocation à déterminer le comportement de ces derniers sur le marché, peu importe par ailleurs qu'elles aient ou non été suivies d'actions par ses adhérents et que le règlement intérieur ne prévoyait aucun mécanisme de contrôle. En effet, la jurisprudence, tant nationale que de l'Union, établit qu'un accord anticoncurrentiel, quand bien même il n'aurait pas été exécuté, constitue une entente anticoncurrentielle dès lors qu'un accord de volontés est formé, caractérisé par la participation à des échanges ou la présence à des réunions dont l'objet est anticoncurrentiel<sup>96</sup>.
106. D'autre part, l'argument tiré de l'absence de diffusion des procès-verbaux du conseil d'administration à l'ensemble des membres ne saurait davantage prospérer. La qualification de décision d'association d'entreprises ne suppose pas que l'acte en cause ait été porté formellement à la connaissance de la totalité des adhérents. Il suffit que la prise de position émane d'un organe habilité à exprimer la volonté de l'association conformément à ses statuts. Les délibérations du conseil d'administration, organe exécutif investi d'un pouvoir de direction et de représentation, constituent à cet égard l'expression de la volonté institutionnelle du Synadis Bio, indépendamment de leur diffusion intégrale à tous les membres.
107. Les membres actifs du Synadis Bio avant l'adoption du nouveau règlement intérieur ont adopté ce dernier à partir de son entrée en vigueur dès lors qu'ils en avaient validé le contenu le 12 septembre 2018 et qu'il a été formellement adopté le 13 décembre 2018. Le

---

<sup>94</sup> Cote 1 829.

<sup>95</sup> Cote 10 915.

<sup>96</sup> Voir arrêt de la cour d'appel de Paris du 15 mars 2018, *Armatures métalliques*, n° 16/14231, points 36 à 42, et arrêts du Tribunal de l'Union du 8 juillet 2008, *Knauf Gips KG*, T-52/03, ECLI:EU:T:2008:253 point 201, du 11 mars 1999, *Thyssen Stahl*, T-141/94, ECLI:EU:T:1999:48, point 269, du 16 juin 2011, *Bavaria NV*, T-235/07, ECLI:EU:T:2011:283, point 71 et du 24 mars 2011, *Comap*, T-377/06, ECLI:EU:T:2011:108 points 97 à 99.

22 mars 2019, ces membres ont, par ailleurs, validé en assemblée générale le rapport d'activité du Synadis Bio, lequel mentionne expressément la mise en place du nouveau règlement intérieur<sup>97</sup>. L'ensemble de ces éléments attestent dès lors de leur adhésion à l'accord.

108. C'est donc à tort que le Synadis Bio soutient qu'aucune décision d'association d'entreprises ne saurait être qualifiée en l'espèce en l'absence de diffusion des comptes-rendus de réunions de son conseil d'administration.
109. Par conséquent, les décisions du conseil d'administration, organe décisionnel du syndicat, en particulier celles modifiant le règlement intérieur du Synadis Bio, expriment la volonté commune des adhérents du syndicat de se comporter d'une manière déterminée sur le marché de la distribution de produits bio et constituent comme telles des décisions d'association d'entreprises conformément aux critères jurisprudentiels rappelés aux paragraphes 86 et 87 ci-dessus.

## **b) Sur le caractère restrictif des pratiques**

### *Rappel des règles applicables*

110. Pour relever de l'interdiction énoncée aux articles 101, paragraphe 1, du TFUE et L. 420-1 du code de commerce, un accord doit avoir « *pour objet ou pour effet* » d'empêcher, de restreindre ou de fausser la concurrence dans le marché intérieur, ces conditions étant alternatives<sup>98</sup>.
111. Dans ce cadre, la Cour de justice a précisé qu'il convenait d'examiner, en premier lieu, l'objet même de l'accord, et qu'il n'y avait lieu que, dans un second temps, d'en examiner les effets en l'absence de démonstration d'un objet anticoncurrentiel<sup>99</sup>.
112. Selon une jurisprudence constante de la Cour de justice, la notion de restriction de concurrence par objet doit être interprétée de manière restrictive. Elle ne s'applique qu'à certains types de coordination entre entreprises révélant un degré suffisant de nocivité à l'égard de la concurrence pour qu'il puisse être considéré que l'examen de leurs effets n'est pas nécessaire<sup>100</sup>. Sont ainsi visées certaines formes de coordination entre entreprises qui sont considérées, par leur nature même, comme nuisibles au bon fonctionnement du jeu normal de la concurrence<sup>101</sup>.
113. Afin de déterminer si un accord comporte une « *restriction de concurrence par objet* », il convient donc de constater qu'un tel accord présente, par sa nature même, un degré suffisant de nocivité à l'égard de la concurrence<sup>102</sup> qui selon la Cour de justice s'apprécie selon trois critères cumulatifs, à savoir « *premièrement, la teneur de l'accord, de la décision ou de la*

---

<sup>97</sup> Cote 18 935 VC (26 572 VNC). Ce rapport d'activité a été approuvé à l'unanimité des membres présents ou représentés (voir cote 18 937 VC (29 298 VNC)).

<sup>98</sup> Arrêt de la Cour de justice du 2 avril 2020, *Budapest Bank*, C-228/18, ECLI:EU:C:2020:265, point 33.

<sup>99</sup> Arrêts de la Cour de justice du 21 décembre 2023, *European Superleague*, C-333/21, ECLI:EU:C:2023:1011, point 159 et du 4 octobre 2024, *FIFA*, C-650/22, ECLI:EU:C:2024:824, points 124 et 125.

<sup>100</sup> Arrêt *Budapest Bank* précité, point 54.

<sup>101</sup> Arrêt *European Superleague* précité, point 162 ainsi que la jurisprudence citée.

<sup>102</sup> *Ibid.*

*pratique en cause, deuxièmement le contexte économique et juridique dans lequel ils s'insèrent et, troisièmement les buts qu'ils visent à atteindre* »<sup>103</sup>.

114. Premièrement, l'examen de la « teneur » de l'accord en cause vise à apprécier si celle-ci présente des « *caractéristiques permettant de la rattacher à une forme de coordination entre entreprises qui doit être considérée par sa nature même, comme nuisible au bon fonctionnement du jeu normal de la concurrence, ce qui est notamment le cas si toute coordination présentant de telles caractéristiques est, en raison précisément de ces dernières, propre à aboutir à des conditions de concurrence qui ne correspondraient pas aux conditions normales du marché en cause* »<sup>104</sup>.
115. La Cour de justice a précisé que cette analyse ne requiert nullement que le même type d'accords ait déjà été sanctionné<sup>105</sup>. La jurisprudence nationale se prononce dans le même sens<sup>106</sup>.
116. Deuxièmement, l'examen du contexte économique et juridique dans lequel s'inscrit l'accord en cause vise à compléter cette analyse compte tenu de la nature des biens ou services affectés et des conditions réelles qui caractérisent la structure et le fonctionnement du secteur ou des marchés dans lesquels l'accord s'insère<sup>107</sup>. En présence d'une pratique relevant d'une des catégories d'accords expressément interdite par l'article 101, paragraphe 1, du TFUE, cet examen consiste « *à garantir qu'aucune circonstance particulière entourant l'accord, la décision ou la pratique concertée en cause n'est de nature à renverser la présomption de nocivité à l'égard de la concurrence s'attachant à la forme de coordination dont il ou elle relève* »<sup>108</sup>.
117. Troisièmement, l'appréciation des « objectifs » poursuivis par l'accord concerné porte sur les « *buts objectifs que cet accord, cette décision ou cette pratique visent à atteindre à l'égard de la concurrence* »<sup>109</sup>.
118. Le fait pour les entreprises de poursuivre d'autres objectifs, éventuellement légitimes, n'est pas de nature à exclure l'existence d'une entente anticoncurrentielle. La Cour de justice a en effet rappelé que « *s'agissant de la prise en compte des objectifs poursuivis par une mesure faisant l'objet d'une appréciation au titre de l'article 101, paragraphe 1, TFUE, la Cour a déjà jugé que le fait qu'une mesure soit considérée comme poursuivant un objectif légitime n'exclut pas que, eu égard à l'existence d'un autre objectif poursuivi par celle-ci et devant être regardé, quant à lui, comme illégitime, compte tenu également de la teneur des dispositions de cette mesure et du contexte dans lequel elle s'inscrit, ladite mesure puisse être considérée comme ayant un objet restrictif de la concurrence* »<sup>110</sup>.

---

<sup>103</sup> Arrêt *European Superleague* précité, point 165.

<sup>104</sup> Arrêt de la Cour de justice du 29 juillet 2024, *Banco BPN/BIC Portugais*, C-298/22, ECLI:EU:C:2024:638, point 45.

<sup>105</sup> Arrêt de la Cour de justice du 27 juin 2024, *Servier*, C-201/19 P, , ECLI:EU:C:2024:552, point 144.

<sup>106</sup> Arrêt de la cour d'appel de Paris du 12 décembre 2024, *Luxottica*, n° 21/16134, point 219.

<sup>107</sup> Voir arrêts de la Cour de justice du 14 mars 2013, *Allianz Hungária Biztosító*, C-32/11, ECLI:EU:C:2013:160, point 36, du 11 septembre 2014, *Cartes Bancaires*, C-67/13 P, ECLI:EU:C:2014:2204, point 53 et du 19 mars 2015, *Dole Food Company Inc. et Dole Fresh Fruit Europ*, C-286/13 P, ECLI:EU:C:2015:184 point 117.

<sup>108</sup> Arrêt *Banco BPN/BIC Portugais* précité, point 48.

<sup>109</sup> *Ibid*, point 49.

<sup>110</sup> Arrêt *Budapest Bank* précité, point 51.

119. De même, la notion d'accord anticoncurrentiel par objet s'applique indépendamment de la circonstance éventuelle que les parties à l'accord n'ont pas eu l'intention, voire seulement la conscience, de violer les règles de concurrence<sup>111</sup>. Toutefois, rien n'interdit de tenir compte de l'intention des parties lorsque celle-ci est avérée au regard des éléments du dossier<sup>112</sup>.
120. Enfin, en ce qui concerne le standard de preuve applicable, il ressort de la pratique décisionnelle de l'Autorité, confirmée par la cour d'appel de Paris, que la preuve d'une entente anticoncurrentielle peut résulter soit de preuves se suffisant à elles-mêmes, soit d'un faisceau d'indices graves, précis et concordants constitué par le rapprochement de divers éléments recueillis au cours de l'instruction<sup>113</sup>.

### *Application au cas d'espèce*

121. Conformément aux principes rappelés ci-dessus, afin d'apprécier si un accord présente un degré suffisant de nocivité à l'égard de la concurrence pour être considéré comme une restriction de concurrence par objet, au sens de l'article 101, paragraphe 1, du TFUE, il convient de s'attacher à la teneur de ses dispositions, aux objectifs qu'il vise à atteindre ainsi qu'au contexte économique et juridique dans lequel il s'insère.
122. S'agissant, en premier lieu, de la teneur de l'entente, il ressort des pièces du dossier que le conseil d'administration du Synadis Bio a d'abord débattu avec ses membres de l'instauration, au sein de l'organisation, d'une segmentation des marques et s'est assuré que les candidats ou les membres appartenant à des groupes de la GSA, tels que Greenweez, filiale du groupe Carrefour, et LCB, filiale du groupe ITM, appliqueraient cette stratégie au sein de leur groupe si leurs candidatures étaient acceptées, ce que ces derniers lui ont confirmé<sup>114</sup>. Le Synadis Bio a décidé d'inscrire cette segmentation par les marques dans un règlement intérieur, qui a été validé lors du conseil d'administration du 12 septembre 2018 et est entré en vigueur le 13 décembre 2018<sup>115</sup>.
123. Ainsi, l'article 2 du règlement intérieur prévoit, d'une part, de « *ne pas exploiter son ou ses points de vente sous une enseigne faisant même implicitement référence à une entité de la grande distribution* » et, d'autre part, « *[d']avoir un référencement d'au moins 95 % de produits alimentaires biologiques emballés, exclusivement distribués dans des magasins spécialisés bio* » (soulignement ajouté).
124. Les pratiques mises en œuvre par le syndicat visent à instaurer une segmentation des marques selon les circuits de distribution, en vertu de laquelle les adhérents du Synadis Bio s'interdisent de distribuer, dans leurs magasins, des produits commercialisés par des GSA. Le corollaire nécessaire d'un tel dispositif est d'empêcher la commercialisation, au sein des

---

<sup>111</sup> Arrêt *Banco BPN/BIC Portugais* précité, point 49.

<sup>112</sup> Arrêt *Budapest Bank* précité, point 53 (et jurisprudence citée). Voir, également, décision n° 23-D-15 du 29 décembre 2023 relative à des pratiques dans le secteur de la fabrication et la vente de denrées alimentaires en contact avec des matériaux pouvant ou ayant pu contenir du bisphénol A, paragraphe 984.

<sup>113</sup> Arrêt de la cour d'appel de Paris du 16 septembre 2010, *Raffali & Cie*, n° 2009/24 813, page 7. Voir, également, décision n° 16-D-20 du 29 septembre 2016 relative à des pratiques mises en œuvre dans le secteur des prestations réalisées par les agences de mannequins, paragraphe 313.

<sup>114</sup> Voir ci-dessus paragraphes 52 et suivants, et procès-verbaux de réunion du conseil d'administration du Synadis Bio du 31 mars 2017 (cotes 1 805 et 1 806) et du 6 juin 2018 (cote 1 838).

<sup>115</sup> Voir procès-verbaux de réunion du conseil d'administration du Synadis Bio du 8 mars 2018 (cotes 1 833 et 1 834), du 6 juin 2018 (cote 1 839) et du 12 septembre 2018 (cote 1 829).

enseignes de GSA, des marques distribuées en GSS par les adhérents du syndicat et déjà connues des consommateurs de produits bio.

125. Un tel mécanisme revient ainsi à organiser, de manière collective, un cloisonnement des circuits de distribution par marques, en limitant l'accès croisé des produits aux différents canaux, et ce indépendamment des choix commerciaux individuels des fournisseurs. Il en résulte une restriction de la liberté de distribution susceptible d'affecter le jeu de la concurrence entre enseignes et entre distributeurs sur les circuits des GSA et des GSS, ainsi qu'une limitation des débouchés des fournisseurs de produits bio et des choix potentiels des consommateurs qui ne peuvent accéder à certains produits que s'ils sont clients des GSS.
126. Cette analyse est contestée, dans un premier temps, par le Synadis Bio, qui soutient – d'une part – que les stipulations litigieuses de son règlement intérieur avaient uniquement pour objet de définir des critères objectifs d'éligibilité à l'adhésion de son syndicat, afin de maintenir une distribution spécialisée cohérente avec les valeurs de la filière bio. Selon lui, une telle démarche relèverait des missions statutaires du Synadis Bio. D'autre part, il fait valoir que le règlement intérieur n'imposerait aucune uniformisation des assortiments de produits proposés par ses adhérents et ne comporterait aucune référence expresse à la notion de marque. Il en déduit que les stipulations litigieuses de son règlement intérieur ne sauraient être interprétées comme organisant une segmentation des marques entre circuits de distribution et que les échanges précédant l'adoption de ce règlement s'inscrivaient dans le cadre de simples réflexions exploratoires.
127. Ces arguments ne sauraient prospérer.
128. À titre liminaire, il convient de préciser qu'il n'est pas reproché au Synadis Bio d'avoir entendu définir la notion de magasin spécialisé bio, ni d'avoir fixé des critères qualitatifs d'éligibilité, tels que l'exigence d'un assortiment composé quasi exclusivement de produits bio. De tels critères participent de la définition d'un positionnement commercial cohérent avec la notion de GSS et ne soulèvent, en eux-mêmes, pas de difficulté au regard du droit de la concurrence.
129. Toutefois, les clauses litigieuses excèdent ce simple objectif. Si la clause litigieuse ne comporte effectivement aucune référence expresse à la notion de marque, elle n'en opère pas moins une telle segmentation de l'offre par marques en fonction de son canal de distribution. Le fait d'exiger que les produits alimentaires emballés soient « *exclusivement distribués dans des magasins spécialisés* » revenait en réalité à exclure les marques distribuées dans les réseaux conventionnels. Cet objectif est d'ailleurs mentionné dans une « Note sur les critères d'adhésion au Synadis Bio prévus dans son règlement intérieur de 2018 », adressée aux services d'instruction par Biocoop le 9 juin 2022 : « [n]ous avons donc construit les critères d'adhésion du syndicat autour de la définition de "magasins spécialisés bio" et avons convenu qu'il s'agissait de magasins distribuant 95% de références bio et sous une marque non présente dans les réseaux des GSA. Les différents critères d'adhésion que vous retrouvez à l'article 2 du règlement intérieur du Synadis Bio visent donc à n'admettre au sein du syndicat que les magasins et enseignes qui répondent à cette définition »<sup>116</sup>. En pratique et comme illustré au paragraphe suivant, c'est bien la commercialisation de la même marque dans les deux canaux, quand bien même les produits auraient été distincts, qui était interdite, et non la commercialisation de mêmes produits (éventuellement sous des marques distinctes). Ainsi, une telle condition ne se fonde plus sur une caractéristique objective tenant

---

<sup>116</sup> Cote 6 860.

à la nature du produit (catégorie, composition, fonction), mais sur un critère relatif à son canal de distribution.

130. La société Sublim'Arômes, exerçant une activité de grossiste dans le Grand Sud-Ouest, a indiqué que cette différenciation de marques permet à des distributeurs implantés à proximité géographique les uns des autres, mais opérant dans des circuits distincts, de proposer des produits strictement identiques, mais sous des marques différentes, à des niveaux de prix différents<sup>117</sup>. Dès lors, même en l'absence de mention explicite du terme « marque », la clause introduit un critère de référencement qui conduit à une homogénéisation des assortiments autour de marques distribuées dans un circuit déterminé.
131. Il convient d'ajouter que les procès-verbaux des réunions du conseil d'administration du Synadis Bio intervenues antérieurement à l'adoption du règlement intérieur faisaient explicitement référence à un principe de segmentation par marques entre les circuits de distribution. Ces documents attestent que la préoccupation des membres du Synadis Bio ne portait pas seulement sur la définition abstraite d'un concept de magasin spécialisé, mais bien sur la nécessité de réserver certaines marques au seul réseau GSS afin d'éviter toute « perméabilité » avec les GSA. Les échanges consignés démontrent ainsi que la différenciation recherchée s'opérait au niveau des marques, et non uniquement au regard de la nature des produits.
132. Le Synadis Bio ne s'est donc pas borné à préserver la cohérence d'un réseau spécialisé, mais a organisé un cloisonnement des circuits de distribution, en réservant certaines marques de produits bio à un canal et en excluant leur présence dans d'autres. Une telle segmentation par canal est, par sa nature même, susceptible de restreindre la concurrence entre canaux en limitant la comparabilité des offres et en atténuant la pression concurrentielle exercée par les GSA sur les GSS. En invitant ses membres à harmoniser leur politique commerciale sur un paramètre relevant du libre jeu de la concurrence, le Synadis Bio est intervenu sur le marché, outrepassant sa mission de défense des intérêts de la profession.
133. Dans un second temps, les parties font valoir que la pratique en cause revêt un caractère inédit et ne pourrait, à ce titre, être assimilée ni à une répartition ou à un cloisonnement artificiel des marchés, ni à un mécanisme de contrôle des débouchés. Elles estiment inopérants les précédents mentionnés dans la notification de griefs et rapprochent la situation d'espèce des décisions de l'Autorité (et du Conseil de la concurrence) rendues dans les affaires *Séparateurs d'hydrocarbures*<sup>118</sup> et *Bienvenue à la Ferme*<sup>119</sup> dans lesquelles aucune restriction de concurrence n'avait été caractérisée, notamment au motif que l'adhésion à l'association concernée ou l'agrément pour l'utilisation de la marque ne constituaient pas une condition d'accès au marché et que les critères retenus étaient objectifs, transparents et proportionnés à un objectif de qualité.
134. Il convient de rappeler, tout d'abord, que la Cour de justice a précisé que la circonstance qu'une autorité de concurrence n'ait jamais qualifié de restriction par objet un accord similaire à celui en cause n'est pas, en soi, de nature à faire obstacle à une telle

---

<sup>117</sup> Cotes 875 et 876.

<sup>118</sup> Décision n° 21-D-27 du 23 novembre 2021 relative à des pratiques mises en œuvre dans le secteur de la fabrication et de la commercialisation de séparateurs d'hydrocarbures.

<sup>119</sup> Décision du Conseil de la concurrence n° 05-D-22 du 18 mai 2005 relative à des pratiques mises en œuvre par l'association « Agriculture et Tourisme en Dordogne-Périgord » dans le secteur de l'accueil touristique des agriculteurs sur leur exploitation.

qualification<sup>120</sup>. Le caractère prétendument inédit d'une pratique ne saurait donc suffire à exclure son appréhension au titre des restrictions par objet.

135. Ensuite, les deux précédents invoqués par les parties ne sont pas transposables à la présente espèce. Ils portaient sur des allégations de pratiques d'éviction et impliquaient, à ce titre, un cadre d'analyse et un standard probatoire distincts. En l'espèce, il est reproché au syndicat d'avoir incité ses membres à harmoniser leur politique commerciale sur un paramètre relevant du libre jeu de la concurrence, à savoir l'assortiment des marques de produits susceptibles d'être distribuées selon les circuits. Une telle intervention est, par sa nature même, susceptible d'affecter l'intensité de la concurrence entre les réseaux GSS et GSA, indépendamment de la question de savoir si l'adhésion au syndicat conditionne ou non l'accès au marché.
136. Au demeurant, des pratiques ayant pour objet de restreindre la concurrence intra-marque entre différents canaux de distribution ont déjà été qualifiées de restrictions de concurrence par objet en matière verticale<sup>121</sup>, leur nocivité pour le jeu concurrentiel étant ainsi établie à de nombreuses reprises. À cet égard, l'Autorité rappelle que, dès lors qu'un comportement mis en œuvre dans le cadre d'une relation verticale constitue une restriction de concurrence, a fortiori un accord conclu entre concurrents afin de mettre en œuvre collectivement ce même type de comportement est susceptible de revêtir une telle qualification.
137. Dès lors, indépendamment de l'absence de stipulation explicite relative aux prix ou aux volumes, les clauses en cause portent sur un paramètre essentiel du jeu concurrentiel, à savoir la liberté de déterminer l'assortiment de marques distribuées, et sont de nature à affecter l'intensité de la concurrence entre les réseaux de distribution.
138. S'agissant, en deuxième lieu, des objectifs de l'accord, les éléments du dossier montrent que, sous prétexte d'instaurer une segmentation de marques, le syndicat poursuivait l'objectif de maintenir le positionnement tarifaire plus élevé des GSS (par rapport aux GSA), comme l'illustrent les échanges répétés avec les candidats affiliés à des enseignes conventionnelles, lesquels étaient encouragés à ne pas pratiquer de baisse de prix dans leurs enseignes spécialisées.
139. Ainsi, à l'occasion de sa candidature, Greenweez, enseigne de vente en ligne et filiale de Carrefour, a confirmé au conseil d'administration du Synadis Bio sa volonté de ne pas mélanger les gammes de produits conventionnels et bio, afin de ne pas « *casser le marché des spécialistes bio* » et d'adapter ses prix de vente à ceux pratiqués par les magasins bio<sup>122</sup>.
140. Dans le même sens, à l'occasion de l'examen de la candidature de LCB par le Synadis Bio, le représentant d'ITME s'est engagé à ne pas « *casser les prix* »<sup>123</sup>. Il ressort du procès-verbal du conseil d'administration du 6 juin 2018 que l'objectif poursuivi par le Synadis Bio, à travers la mise en place d'une segmentation des marques, était d'éviter une trop forte perméabilité entre les deux réseaux, afin de prévenir une guerre des prix. Les échanges mettent en évidence la volonté affirmée de maintenir une stricte séparation des

---

<sup>120</sup> Arrêts de la Cour de justice du 25 mars 2021, *Lundbeck*, C-591/16 P, ECLI:EU:C:2021:243, points 129 et 130, et *Xellia Pharmaceuticals*, C-611/16 P, ECLI:EU:C:2021:245, points 118 à 120.

<sup>121</sup> Voir, notamment, décisions n° 24-D-11 du 19 décembre 2024 relative à des pratiques mises en œuvre dans le secteur de la fabrication et de la distribution de produits électroménagers, et du Conseil de la concurrence n° 08-D-25 du 29 octobre 2008 relative à des pratiques mises en œuvre dans le secteur de la distribution de produits cosmétiques et d'hygiène corporelle vendus sur conseils pharmaceutiques.

<sup>122</sup> Cotes 1 805 et 1 806.

<sup>123</sup> Cote 1 837.

assortiments, excluant la cohabitation de références identiques au sein des deux canaux de distribution et proscrivant toute logique de MDD susceptible de brouiller les positionnements respectifs des GSS et des GSA. Il était ainsi expressément recherché le respect des « codes » propres aux magasins spécialisés, notamment par l'absence de politique de prix agressive, l'objectif étant de ne pas tirer les prix vers le bas. Les représentants des enseignes conventionnelles indiquaient, pour leur part, ne pas avoir l'ambition de se livrer à une guerre des prix frontale, tandis que le Synadis Bio insistait sur la nécessité de ne pas casser les prix des produits bio distribués en réseau spécialisé<sup>124</sup>.

141. Enfin, alors qu'il avait initialement accepté le principe de l'adhésion de l'enseigne So.Bio, le Synadis Bio est revenu sur sa position à la suite de l'acquisition de cette enseigne par le groupe Carrefour. Il ressort du procès-verbal du conseil d'administration du 22 mars 2019 que le syndicat critiquait la nouvelle orientation commerciale de cette enseigne, caractérisée par le développement d'un réseau de franchises – principalement exploitées par des franchisés Carrefour – ainsi que par une annonce de « *prix 30 % moins chers que le réseau spécialisé historique* »<sup>125</sup>.
142. L'intérêt des membres du Synadis Bio d'éviter une comparabilité accrue des produits bio vendus en GSS avec ceux commercialisés dans d'autres circuits de distribution ressort également du procès-verbal de la réunion de son conseil d'administration du 14 juin 2017. Celui-ci y relevait que le service Amazon Prime Now, proposant notamment la vente en ligne et la livraison rapide de produits alimentaires conventionnels ou biologiques, y compris des produits de l'enseigne spécialisée Bio c' Bon, constituait « *une nouvelle activité concurrente inquiétante pour les magasins bio spécialisés* », en ce qu'il « *gomme la frontière entre les circuits de distribution* », favorise la comparabilité des prix et mélange produits biologiques et produits conventionnels<sup>126</sup>. Il était ainsi souligné que les magasins spécialisés ne seraient pas les mieux placés pour résister à cette concurrence, en raison notamment d'une perte manifeste de différenciation de leur assortiment, « *[d]une potentielle tension sur les prix de vente consommateurs* » et du fait que le choix et le conseil en magasin ne suffiraient pas (voir *supra*, paragraphe 55).
143. Ces éléments traduisent que la segmentation envisagée avait, au moins en partie, pour objectif de réduire la pression concurrentielle exercée sur les GSS par les GSA et à éviter que la concurrence entre ces deux canaux ne se traduise par une baisse généralisée des prix au détriment des acteurs (notamment monocanal) de la GSS.
144. En ce qui concerne, en troisième lieu, le contexte économique et juridique dans lequel les pratiques se sont inscrites, il convient d'abord de relever qu'aucune règle ne limite la capacité des acteurs des GSA ou des GSS à commercialiser des produits bio. Les législations tant de l'Union que française imposent aux fournisseurs de respecter des cahiers des charges précis afin que leurs produits puissent être commercialisés en tant que produits bio et labellisés comme tels (« *AB* », « *Eurofeuille* »). En revanche, aucune disposition au niveau national ou de l'Union n'impose un mode de distribution spécifique pour la commercialisation de ces produits.
145. La pratique de segmentation de marques instaurée par le Synadis Bio a été mise en œuvre dans un contexte de fort développement de l'offre de produits bio dans les circuits GSA, lesquels sont devenus le premier circuit de distribution de cette catégorie de produits à partir

---

<sup>124</sup> Cotes 1 837 à 1 839.

<sup>125</sup> Cote 1 844.

<sup>126</sup> Cote 1 820.

de 2016. Comme rappelé au paragraphe 11 *supra*, à partir de ce moment-là, la part des ventes en GSS a commencé à diminuer jusqu'à moins de 28 % en 2020 alors que celle des GSA a constamment augmenté jusqu'à excéder 56 % en 2020. Les résultats du test de marché réalisé en 2021 par l'Autorité dans le cadre du contrôle de l'acquisition de l'enseigne Bio c' Bon par Carrefour montrent que les acteurs de la GSS percevaient les GSA comme des concurrents potentiels capables d'exercer une pression sur les prix.

146. Le Synadis Bio, ITM et Carrefour soutiennent que la segmentation du marché ne résulterait pas des pratiques en cause mais d'une initiative des fournisseurs<sup>127</sup>. ITM soutient par ailleurs que les spécificités des produits bio conduiraient les fournisseurs à différencier leurs marques et gammes entre canaux, certains refusant de vendre en GSA pour des raisons éthiques ou de capacité, et d'autres y étant faiblement incités au regard des risques d'image et de marge<sup>128</sup>.
147. Il convient de rappeler que rien n'interdit à un fournisseur de segmenter la distribution de ses marques ou de ses produits par circuits de distribution. Une telle segmentation peut résulter d'une stratégie commerciale propre à chaque fournisseur, fondée sur les caractéristiques de ses produits et sur les attentes spécifiques des consommateurs. Toutefois, cette circonstance n'autorise en rien un syndicat professionnel à organiser une telle segmentation par marques de manière collective et à l'imposer à ses adhérents.
148. Au demeurant, les éléments du dossier attestent que le Synabio, syndicat représentant les acteurs du bio dont des fournisseurs de produits bio, ne considérerait pas la segmentation par marques comme la préoccupation première de ses adhérents. Certains fournisseurs ont toutefois fait état de pressions exercées par des distributeurs spécialisés, afin que leurs produits ne soient pas distribués dans les deux réseaux.
149. La société Sublim'Arômes a également indiqué que cette segmentation trouverait son origine dans la volonté des distributeurs spécialisés de ne pas commercialiser les mêmes références que celles proposées en grande distribution, dans un contexte où les politiques commerciales et les niveaux de marge diffèrent. Elle a en outre exposé qu'elle ne serait pas en mesure de fournir à un client relevant de la GSA une marque réservée aux réseaux spécialisés bio, et qu'elle le réorienterait, le cas échéant, vers le fournisseur afin que celui-ci lui propose, lorsque cela existe, la gamme destinée à la GSA. Elle a enfin indiqué qu'avant toute ouverture de compte présentant un profil susceptible de se situer à la frontière de la GSA, elle sollicite l'accord préalable de ses fournisseurs pour la commercialisation des gammes spécialisées, et qu'il peut arriver que ces derniers procèdent à un contrôle a posteriori de la destination des produits afin de s'assurer du respect de la segmentation entre GSS et GSA<sup>129</sup>.
150. Interrogée sur la possibilité de commercialiser, sous une même marque et dans des conditions identiques, ses produits au sein des circuits GSA et GSS, la société Celnat a indiqué qu'une telle stratégie ne serait pas envisageable. Elle a en effet estimé que la distribution des mêmes produits sous la même marque dans ces deux circuits l'exposerait à un risque significatif de déréférencement de la part de ses distributeurs spécialisés<sup>130</sup>.
151. Dans le même sens, le groupe Galapagos Gourmet a indiqué que la commercialisation ponctuelle de certains produits bio commercialisés en GSS, par l'intermédiaire d'un

---

<sup>127</sup> Cotes 30 087 et 30 239.

<sup>128</sup> Cotes 30 174, 30 182 et 30 239.

<sup>129</sup> Cotes 875 et 876.

<sup>130</sup> Cote 12 149.

grossiste, dans des enseignes de la GSA, a suscité l'insatisfaction d'une enseigne spécialisée avec laquelle des négociations étaient en cours, lesquelles n'auraient, dans ce contexte, pas abouti<sup>131</sup>.

152. Le groupe Nutrition & Santé a indiqué avoir reçu des pressions orales<sup>132</sup>.
153. ITM a sollicité un cabinet d'économistes pour démontrer que la segmentation de marques résulterait des comportements et intérêts propres des différents acteurs de la filière et des consommateurs<sup>133</sup>. Il soutient, à cet égard, que les produits bio ne constitueraient un ensemble ni homogène ni substituable et qu'ils relèveraient d'une segmentation reflétant la diversité des attentes des consommateurs<sup>134</sup>, distinguant notamment « *les acteurs positionnés sur bio de base (respect a minima des critères de la réglementation)* » et ceux « *positionnés sur le bio haut de gamme* »<sup>135</sup>. Il souligne, en outre, que la confiance constituerait un déterminant essentiel de la demande<sup>136</sup> et en déduit que sa politique de non-commercialisation en GSA de certaines marques traditionnellement distribuées en GSS procéderait d'une stratégie autonome et économiquement rationnelle.
154. Toutefois, le rapport produit par ITM se concentre principalement sur l'absence de rationalité économique qu'il y aurait, selon ses auteurs, à distribuer dans les circuits spécialisés (GSS) des produits biologiques adossés à des marques historiquement associées à des produits conventionnels, tels que, par exemple, des déclinaisons « bio » de marques généralistes. Selon cette analyse, ce type d'offre ne répondrait pas aux attentes spécifiques des consommateurs fréquentant les circuits spécialisés, lesquels rechercheraient une cohérence plus marquée entre l'image de marque et le positionnement biologique des produits. En revanche, cette étude n'apporte pas d'éléments permettant d'expliquer en quoi il serait économiquement irrationnel de distribuer, dans les circuits de grande distribution alimentaire (GSA), des marques exclusivement ou historiquement positionnées sur le segment biologique. Le rapport ne démontre pas que la présence de telles marques en GSA heurterait les attentes des consommateurs de ces circuits ni qu'elle serait, en elle-même, incompatible avec une stratégie commerciale autonome et rationnelle.
155. Dès lors, si l'étude invoquée peut éclairer certains choix de distribution relatifs à des produits bio rattachés à des marques conventionnelles, elle ne saurait, à elle seule, justifier de manière générale une segmentation par marques entre circuits de distribution ni établir que celle-ci procéderait exclusivement de considérations économiques propres à chaque opérateur.
156. Au regard de l'ensemble de ces éléments, la pratique en cause a incontestablement limité par sa teneur, son objectif et le contexte économique et juridique dans lequel elle s'insère, la concurrence intra-marques et inter-marques, et celle s'exerçant sur les prix, entre ces deux canaux de distribution. Elle a donc affecté un paramètre essentiel de concurrence.
157. Cette entente, qui présente un degré de nocivité réel pour la concurrence, constitue une restriction de concurrence par objet au sens des articles 101, paragraphe 1, du TFUE et L. 420-1 du code de commerce.

---

<sup>131</sup> Cote 394.

<sup>132</sup> Cote 12 357.

<sup>133</sup> Cotes 30 385 à 30 428 (et 31 518 VNC et 31 550 VNC)

<sup>134</sup> Cote 30 160.

<sup>135</sup> Cote 30 170.

<sup>136</sup> Cote 30 164.

### c) Sur l'exemption individuelle

#### *Rappel des règles applicables*

158. Des pratiques telles que celles en cause, qui sont prohibées par les articles 101, paragraphe 1, du TFUE et L. 420-1 du code de commerce, peuvent néanmoins bénéficier d'une exemption individuelle au titre des articles 101, paragraphe 3, du TFUE et L. 420-4 du code de commerce.
159. Le paragraphe 3 de l'article 101 du TFUE dispose que le paragraphe 1 de ce même article ne s'applique pas aux pratiques « *qui contribuent à améliorer la production ou la distribution des produits ou à promouvoir le progrès technique ou économique, tout en réservant aux utilisateurs une partie équitable du profit qui en résulte, et sans : a) imposer aux entreprises intéressées des restrictions qui ne sont pas indispensables pour atteindre ces objectifs, b) donner à des entreprises la possibilité, pour une partie substantielle des produits en cause, d'éliminer la concurrence* ».
160. Au niveau national, le 2° du I de l'article L. 420-4 du code de commerce prévoit que ne sont pas soumises aux dispositions de l'article L. 420-1 du code de commerce les pratiques « *dont les auteurs peuvent justifier qu'elles ont pour effet d'assurer un progrès économique, y compris par la création ou le maintien d'emplois, et qu'elles réservent aux utilisateurs une partie équitable du profit qui en résulte, sans donner aux entreprises intéressées la possibilité d'éliminer la concurrence pour une partie substantielle des produits en cause* ». Il est par ailleurs précisé que ces pratiques « *ne doivent imposer des restrictions à la concurrence, que dans la mesure où elles sont indispensables pour atteindre cet objectif de progrès* ».
161. Les conditions générales auxquelles est subordonné le bénéfice d'une exemption individuelle au titre du 2° du I de l'article L. 420-4 du code de commerce sont donc analogues à celles de l'article 101, paragraphe 3, du TFUE. Par conséquent, lorsque sont en cause, comme en l'espèce, des pratiques susceptibles d'affecter le commerce entre États membres, le bénéfice de l'exemption prévue par l'article L. 420-4 du code de commerce ne peut être accordé que pour autant que les conditions prévues par l'article 101, paragraphe 3, du TFUE soient cumulativement réunies.
162. Quatre critères doivent être satisfaits à cette fin : (i) la réalité du progrès économique, (ii) le caractère indispensable et adapté des pratiques en cause pour l'obtenir, (iii) l'existence d'un bénéfice pour les consommateurs et (iv) l'absence d'élimination de toute concurrence. Chacune de ces quatre conditions doit être remplie pour que le bénéfice d'une exemption individuelle soit accordé<sup>137</sup>. Il résulte de la jurisprudence, tant de l'Union que nationale, qu'il incombe à celui qui se prévaut des dispositions en question de démontrer, au moyen d'arguments et d'éléments de preuve convaincants, que les conditions requises pour bénéficier d'une exemption sont réunies<sup>138</sup>.

---

<sup>137</sup> Lignes directrices sur l'applicabilité de l'article 101 du traité sur le fonctionnement de l'Union européenne aux accords de coopération horizontales, paragraphe 36. Voir aussi décision n° 12-D-08 du 6 mars 2012 relative à des pratiques mises en œuvre dans le secteur de la production et de la commercialisation des endives, paragraphe 559. Voir, également, arrêts de la Cour de justice du 17 janvier 1984, *VBVB et VBBB*, 43/82 et 63/82, ECLI:EU:C:1984:9, point 19 et du Tribunal de première instance du 19 mars 2003, *CMA-CGM*, T-213/00, T-213/00, ECLI:EU:T:2003:76, point 226.

<sup>138</sup> Voir arrêts de la Cour de justice du 6 octobre 2009, *GlaxoSmithKline*, C-501/06 P, ECLI:EU:C:2009:610, point 82 et de la cour d'appel de Paris du 14 décembre 2011, *Compagnie Emirates*, n° 09/20639.

## *Application au cas d'espèce*

### *Arguments du Synadis Bio*

163. Le Synadis Bio soutient que, à supposer une pratique anticoncurrentielle établie, la stratégie de promotion de l'agriculture biologique qu'il aurait mise en œuvre devrait être exemptée sur le fondement des articles 101, paragraphe 3, du TFUE et L. 420-4 du code de commerce.
164. Il fait valoir que les pratiques reprochées contribueraient au progrès économique en améliorant la production, la promotion et la distribution des produits bio, au bénéfice des agriculteurs, des fournisseurs, des consommateurs et de l'environnement, notamment grâce à des débouchés propres aux GSS, à une communication transparente sur le label « AB » et à des engagements environnementaux.
165. Il soutient également qu'une partie équitable des gains serait réservée aux utilisateurs, les consommateurs bénéficiant d'une offre de meilleure qualité et les producteurs et agriculteurs d'engagements favorisant la concertation et la valorisation de leur travail.
166. Il estime enfin que les restrictions seraient indispensables à ces gains et qu'elles ne seraient pas de nature à éliminer la concurrence, les GSA demeurant le principal canal de distribution des produits bio.
167. Les pratiques en cause stimuleraient ainsi la concurrence en permettant aux GSS de proposer une alternative crédible aux consommateurs.

### *Réponse de l'Autorité*

168. Il convient de relever que les gains allégués ne sont ni précisément identifiés, ni étayés. Il n'est notamment pas démontré en quoi l'entente, en tant que telle, aurait permis d'améliorer la promotion, la distribution ou la communication relative aux produits biologiques. En effet, les pratiques reprochées au Synadis Bio concernent l'obligation pour les membres du syndicat de distribuer des marques absentes des rayons de la GSA sans que le règlement intérieur ne mentionne un standard minimum de qualité ou la création d'un label spécifique à des produits de « qualité supérieure » aux produits bio labellisés « AB » et/ou « Eurofeuille ». Aucun élément présenté par le Synadis Bio ne fait apparaître l'existence d'exigences supplémentaires, quantifiables et généralisées en GSS par rapport à la GSA, ni de lien de causalité entre les pratiques en cause et de tels gains, à les supposer avérés.
169. Par ailleurs, les parties n'expliquent pas plus en quoi les restrictions imposées étaient indispensables à l'obtention des gains allégués.
170. Compte tenu de ces éléments, et sans qu'il soit besoin d'examiner les autres conditions de l'exemption, il convient donc de rejeter les arguments du Synadis Bio.
171. Il résulte de l'ensemble des éléments qui précèdent que les conditions d'exemption posées par les articles 101, paragraphe 3, du TFUE et L. 420-4 du code de commerce ne sont pas réunies.

### **d) Sur la durée des pratiques mises en œuvre par le Synadis**

172. La réunion du conseil d'administration du 31 mars 2017 constitue la première manifestation univoque de la mise en œuvre de la pratique par le Synadis Bio et en marque donc le point de départ.

173. À la suite de cette réunion, le conseil d'administration du syndicat s'est réuni à plusieurs autres occasions en 2017 et 2018, ainsi que cela ressort des constatations, afin de définir plus précisément la stratégie et les moyens de la mettre en place. Ces discussions au sein du conseil d'administration du syndicat ont notamment mené à l'adoption de son règlement intérieur, qui était toujours en vigueur lors de l'envoi de la notification de griefs.
174. Ces éléments conduisent à considérer que la durée de la pratique mise en œuvre par le Synadis Bio a été continue entre le 31 mars 2017 et le 11 octobre 2024, date de la notification de griefs.
175. Le Synadis Bio considère que la pratique n'a pu débuter avant l'entrée en vigueur du règlement intérieur le 13 décembre 2018, les discussions intervenues entre le 18 novembre 2016 et cette date ne constituant qu'une réflexion sur la définition d'un magasin spécialisé dans la vente de produits biologiques et n'ayant jamais été formalisées par une décision ou consigne adoptée au sein du conseil d'administration du Synadis Bio.
176. Cet argument doit être écarté. Comme indiqué au paragraphe 131 ci-dessus, les discussions menées entre le 31 mars 2017 et le 13 décembre 2018 ne se sont pas limitées à de simples réflexions sur la définition abstraite d'un concept de magasin spécialisé, mais ont porté sur la nécessité de réserver certaines marques au seul réseau GSS afin d'éviter toute « perméabilité » avec la grande distribution. En outre, les échanges intervenus à l'occasion des candidatures de Greenweez et LCB montrent que le Synadis Bio s'est assuré du respect de cette stratégie collective bien avant l'entrée en vigueur de son règlement intérieur.

## 2. SUR L'EXISTENCE D'UNE INFRACTION UNIQUE, COMPLEXE ET CONTINUE

### a) Rappel des règles applicables

177. Aux termes de la jurisprudence et de la pratique décisionnelle, tant internes que de l'Union, un comportement qui se manifeste par plusieurs agissements poursuivant un objectif économique unique peut être qualifié d'infraction unique, complexe et continue pour la période pendant laquelle il est mis en œuvre<sup>139</sup>.
178. Une infraction unique peut être composée de pratiques susceptibles d'être qualifiées d'accords, de pratiques concertées et de décisions d'association d'entreprises, dès lors que ces pratiques partagent le même objet ou les mêmes effets anticoncurrentiels et s'inscrivent ainsi dans un plan d'ensemble<sup>140</sup>. L'Autorité est en droit d'imputer la responsabilité de ces actions en fonction de la participation à l'infraction considérée dans son ensemble<sup>141</sup>. À cet égard, il est indifférent qu'un ou plusieurs éléments de cette série d'actes ou de ce comportement continu pourraient également constituer en eux-mêmes et pris isolément une violation des règles de concurrence<sup>142</sup>.

---

<sup>139</sup> Décision n° 21-D-21 du 9 septembre 2021 relative à des pratiques mises en œuvre dans le secteur du transport routier de marchandises, paragraphe 431.

<sup>140</sup> Voir, notamment, arrêts de la Cour de justice du 8 juillet 1999, *Anic Partecipazioni SpA*, C-49/92, ECLI:EU:C:1999:356, points 79 à 81, 112 et 113 et de la cour d'appel de Paris du 30 janvier 2014, *Colgate Palmolive Service*, n° 2012/00723 (page 22).

<sup>141</sup> Arrêt *Colgate Palmolive Service* précité, page 22.

<sup>142</sup> Arrêt du Tribunal de l'Union du 27 juin 2012, *Coats Holdings*, T-439/07, ECLI:EU:T:2012:320, point 142.

179. Par ailleurs, le constat de l'existence d'une infraction unique est distinct de la question de savoir si la responsabilité pour cette infraction dans sa globalité est imputable à une entreprise<sup>143</sup>.
180. Ainsi, même si les accords et les pratiques concertées visés à l'article 101, paragraphe 1, du TFUE résultent nécessairement du concours de plusieurs entreprises, qui sont toutes coauteurs de l'infraction, leur participation peut revêtir des formes différentes, en fonction notamment des caractéristiques du marché concerné et de la position de chaque entreprise sur ce marché, des buts poursuivis et des modalités d'exécution choisies ou envisagées. En conséquence, la simple circonstance que chaque entreprise participe à l'infraction dans des formes qui lui sont propres n'affecte pas la qualification de l'infraction d'infraction unique et continue<sup>144</sup>.
181. Cela ne saurait néanmoins conduire à exonérer cette entreprise de sa responsabilité pour les comportements dont il est constant qu'elle y a pris part ou dont elle peut effectivement être tenue pour responsable. En effet, le fait qu'une entreprise n'a pas participé à tous les éléments constitutifs d'une entente ou qu'elle a joué un rôle mineur dans les aspects auxquels elle a participé n'est pas pertinent pour établir l'existence d'une infraction dans son chef, étant donné qu'il n'y a lieu de prendre en considération ces éléments que lors de l'appréciation de la gravité de l'infraction et, le cas échéant, de la détermination de l'amende<sup>145</sup>.

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

182. En l'espèce, les pratiques mises en œuvre par le Synadis Bio entre le 31 mars 2017 et le 11 octobre 2024 s'inscrivent dans un ensemble cohérent poursuivant un objectif économique unique, consistant à organiser une segmentation des marques de produits bio selon les canaux de distribution. Les échanges intervenus au sein du conseil d'administration du Synadis Bio relatifs à la nécessité d'adopter une telle segmentation afin d'éviter la comparabilité des prix entre GSS et GSA, les prises de position exprimées à cette occasion ainsi que, ultérieurement, l'adoption du règlement intérieur formalisant cette orientation, participent d'une même démarche.
183. L'adoption de ce règlement ne constitue pas un fait isolé, mais s'inscrit dans le prolongement direct des discussions antérieures et en assure la traduction normative. Ces différents agissements, qui présentent le même objet anticoncurrentiel et procèdent d'un plan d'ensemble, doivent dès lors être regardés comme les éléments constitutifs d'une infraction unique et continue pour la période considérée.
184. En revanche, les éléments du dossier ne permettent pas de considérer que la politique commerciale mise en œuvre par les entreprises de la grande distribution non-membres du Synadis Bio se rattache au plan d'ensemble ainsi caractérisé. En particulier, le dossier ne permet pas d'établir que ces entreprises avaient connaissance du plan d'ensemble formalisé par le règlement intérieur du Synadis Bio, ni qu'elles aient entendu y contribuer en organisant leurs circuits de distribution en cohérence avec celui-ci. En conséquence, les

---

<sup>143</sup> Arrêt de la Cour de justice du 26 septembre 2018, *Infineon Technologies*, C-99/17 P, ECLI:EU:C:2018:773, point 174.

<sup>144</sup> Arrêt du Tribunal de l'Union du 8 juillet 2008, *Lafarge*, T-53/03, ECLI:EU:C:2008:254, points 259 et 260.

<sup>145</sup> Arrêts de la Cour de justice du 6 décembre 2012, *Verhuizingen Coppens*, C-441/11 P, ECLI:EU:C:2012:778, point 45, et du 8 juillet 1999, *Commission/Anic Partecipazioni*, C-49/92, ECLI:EU:C:1999:356, point 90.

pratiques qu'elles ont mises en œuvre en dehors du cadre du Synadis Bio, et dont il n'est pas établi qu'elles s'inscrivaient dans le plan d'ensemble précité, ne peuvent être rattachées à l'infraction unique et continue reprochée au Synadis Bio.

185. Pour autant, cette absence de rattachement au plan d'ensemble ne saurait avoir pour effet de les exonérer de leur responsabilité au titre des réunions anticoncurrentielles du conseil d'administration du Synadis Bio auxquelles elles ont directement participé.

### **3. SUR LA PARTICIPATION DES ENSEIGNES DE LA GRANDE DISTRIBUTION AUX PRATIQUES**

#### **a) Rappel des règles applicables**

186. Lorsqu'est en cause l'application du droit de l'Union, il est de jurisprudence constante que la participation à une ou plusieurs réunions à objet anticoncurrentiel instaure une présomption réfragable d'adhésion de l'entreprise ou de l'organisme professionnel à cet objet et démontre donc sa participation à l'entente, en l'absence de toute autre preuve<sup>146</sup>.
187. En effet, une entreprise doit, en principe, s'abstenir rigoureusement de participer à des prises de contact, directes ou indirectes, avec ses concurrents en vue d'échanger sur leurs politiques commerciales. L'entreprise doit refuser d'y participer ou, si la bonne foi du participant est surprise, se distancier sans délai et publiquement du mécanisme anticoncurrentiel dont la réunion est le support. La participation à une seule de ces réunions, même si elle est passive, suffit en effet à conforter le mécanisme de l'entente : d'une part, elle renseigne sur le comportement commercial que les autres acteurs ont décidé d'adopter sur le marché, alors que l'autonomie qu'exige la concurrence entre entreprises suppose que ces dernières restent dans l'incertitude sur la stratégie de leurs concurrents ; d'autre part, elle permet aux participants plus actifs d'escompter que l'absence d'opposition d'une entreprise ne viendra pas perturber le jeu collusif<sup>147</sup>.
188. À cet égard, le fait que l'entreprise ait tenu un rôle purement passif, se bornant à écouter les autres, ne l'exonère pas de sa participation à l'entente, sauf à ce qu'elle démontre que sa participation à la réunion était dépourvue de nature anticoncurrentielle, en s'en distanciant publiquement. La présomption explicitée ci-dessus est en effet une présomption réfragable, comme l'a rappelé la Cour de justice : « [l]orsque la participation à de telles réunions a été établie, il incombe à cette entreprise d'avancer des indices de nature à prouver que sa participation auxdites réunions était dépourvue de tout esprit anticoncurrentiel, en démontrant qu'elle avait indiqué à ses concurrents qu'elle participait à ces réunions dans une optique différente de la leur »<sup>148</sup>.

---

<sup>146</sup> Voir, par exemple, décision n° 15-D-19 du 15 décembre 2015 relative à des pratiques mises en œuvre dans les secteurs de la messagerie et de la messagerie express, paragraphes 767, 774 et 775 (et jurisprudence citée).

<sup>147</sup> Décision du Conseil de la concurrence n° 07-D-48 du 18 décembre 2007 relative à des pratiques mises en œuvre dans le secteur du déménagement national et international, paragraphe 180, confirmée par arrêt de la cour d'appel de Paris du 25 février 2009, n° 2008/02003, page 9. Voir, également, arrêt de la Cour de justice du 4 juin 2009, *T-Mobile Netherlands e.a.*, C-8/08, ECLI:EU:C:2009:343, point 60.

<sup>148</sup> Voir, par exemple, arrêts de la Cour de justice du 8 juillet 1999, *Hüls/Commission*, C-199/92 P, ECLI:EU:C:1999:358, point 155, et *Commission/Anic Partecipazioni*, C-49/92 P, ECLI:EU:C:1999:356, point 96.

189. Enfin, la seule circonstance que le comportement d'une entreprise sur le marché n'ait pas été conforme au comportement convenu ou annoncé n'affecte en rien son adhésion à l'accord de volontés<sup>149</sup>.

## **b) Application au cas d'espèce**

### *En ce qui concerne la participation du groupe Carrefour*

#### *S'agissant de la participation de Greenweez*

190. En premier lieu, il n'est pas contesté que le directeur général de Greenweez a participé à la réunion du conseil d'administration du Synadis Bio du 31 mars 2017<sup>150</sup>. Il ressort des pièces du dossier qu'à cette occasion, il a exposé une stratégie commerciale de différenciation fondée sur les marques et indiqué sa volonté de ne pas « *casser le marché des spécialistes bio* », de « *s'intégrer aux règles tacites des magasins spécialisés bio* » et d'adapter ses « *prix de vente aux prix pratiqués par les magasins bio environnants* »<sup>151</sup>.
191. Or, ainsi qu'il a été exposé au paragraphe 97 ci-dessus, cette réunion poursuivait un objet anticoncurrentiel. Conformément à une jurisprudence constante, la participation, même passive, d'une entreprise à une réunion ayant un tel objet suffit à caractériser son adhésion à la pratique, sans qu'il soit nécessaire d'apporter des éléments de preuve supplémentaires.
192. En deuxième lieu, les éléments versés au dossier établissent que Greenweez a, en outre, participé à la mise en œuvre de la segmentation conformément à la stratégie collective décidée au sein du Synadis Bio, ainsi que cela ressort du procès-verbal du conseil d'administration du 8 mars 2018 qui indique « [qu']il faut que les mêmes règles s'appliquent à tous comme cela est déjà le cas avec [...] Greenweez »<sup>152</sup>, les règles en question faisant référence à la segmentation entre GSA et GSS.
193. Carrefour conteste la force probante du compte-rendu du conseil d'administration du Synadis Bio du 31 mars 2017 qui ne serait pas fiable car émanant d'un tiers et ne serait corroboré par aucun autre élément. Les services d'instruction en dénatureraient en outre les propos qui ne correspondraient pas à la stratégie collective mise en place par le Synadis Bio telle que décrite dans la notification de griefs. Le contexte de la réunion, houleux, exclurait par ailleurs toute adhésion de Greenweez à la stratégie collective.
194. Contrairement à ce qui est soutenu par Greenweez dans ses écritures, la circonstance que ce compte-rendu n'émane pas de Greenweez mais d'un tiers n'est pas pertinent dans l'analyse dès lors qu'il s'agit d'une preuve documentaire directe corroborée par d'autres éléments.
195. En troisième et dernier lieu, il ressort des pièces du dossier que Greenweez a pris une part active à la pratique en cause dès avant l'acquisition formelle de la qualité de membre du Synadis Bio, par la participation de son directeur général à la réunion du conseil d'administration du 31 mars 2017 et les propos qu'il a tenus lors de celle-ci. Par cette intervention, Greenweez a contribué de manière volontaire et personnelle à l'élaboration

---

<sup>149</sup> Voir arrêts de la Cour de justice du 16 novembre 2000, *Sarriso SA e.a.*, C-291/98 P, ECLI:EU:C:2000:631, point 50, et du 28 juin 2005, *Dansk Rørindustri*. C-189/02 P, ECLI:EU:C:2005:408.

<sup>150</sup> Cote 1 805 (l'ordre du jour du conseil d'administration du Synadis Bio du 31 mars 2017 – tel que repris dans le procès-verbal – indique que le directeur général de Greenweez a été entendu à 14 heures).

<sup>151</sup> Cotes 1 805 et 1 806.

<sup>152</sup> Cote 1 834.

d'une ligne de conduite commune constitutive de l'infraction. Les éléments du dossier ne révèlent, par ailleurs, aucune prise de distance publique de Greenweez à l'égard de cette ligne de conduite. Au contraire, il ressort du procès-verbal du conseil d'administration du 8 mars 2018 que, postérieurement à son adhésion au syndicat, Greenweez s'est inscrite dans la continuité de la stratégie arrêtée et a participé à sa mise en œuvre en qualité de membre du Synadis Bio.

196. Il s'ensuit que la responsabilité de Greenweez procède non de sa seule qualité de membre du Synadis Bio, mais de sa participation active et continue à la pratique anticoncurrentielle, avant comme après son adhésion formelle à ce syndicat. Sa responsabilité doit, en conséquence, être retenue pour l'ensemble de la période au cours de laquelle sa participation personnelle à l'infraction est établie.
197. L'étendue de la responsabilité de Greenweez doit être retenue du 31 mars 2017 au 8 mars 2018.

*S'agissant de la participation de So.Bio*

198. S'agissant de la participation de So.Bio aux pratiques, il ne ressort pas des éléments versés au dossier qu'elle aurait adhéré à la stratégie collective décidée par le Synadis Bio.
199. En effet, So.Bio n'a participé à aucune des réunions organisées par le syndicat au cours desquelles la stratégie collective a été définie.
200. Par ailleurs, les pièces du dossier établissent qu'au moment du dépôt de sa demande d'adhésion, So.Bio ne procédait pas à une segmentation de ses marques par canal de distribution. Il ressort également de l'instruction que sa candidature a été refusée par le syndicat en raison de son positionnement « *low cost* », incompatible avec la stratégie commerciale décidée par ses membres.
201. En conséquence, So.Bio doit être mise hors de cause, aucun élément du dossier ne permettant d'établir sa participation aux pratiques reprochées.

*S'agissant de la participation Carrefour SA*

202. De même, s'agissant de la participation de Carrefour SA en tant qu'auteur des pratiques, il ne résulte pas de l'instruction qu'elle aurait adhéré à la stratégie collective décidée par le Synadis Bio.
203. En effet, Carrefour SA n'a participé à aucune des réunions syndicales au cours desquelles les pratiques en cause ont été évoquées.
204. En outre, la seule évolution de sa politique commerciale, telle que relevée dans la notification de griefs, ne saurait, à elle seule, caractériser son adhésion à une entente. Une telle évolution peut en effet s'expliquer par des considérations propres à sa situation économique et à sa stratégie individuelle, indépendamment de toute concertation.
205. Dans ces conditions, il y a lieu de considérer que Carrefour SA ne saurait être regardée comme ayant participé, en qualité d'auteur, aux pratiques en cause. Elle sera, par conséquent, mise hors de cause à ce titre. Cette conclusion est sans préjudice de l'examen de sa responsabilité en qualité de société mère de Greenweez.

## *En ce qui concerne la participation des sociétés du groupe Intermarché*

### *En ce qui concerne la participation de LCB et d'ITME*

206. Il y a lieu de relever, en premier lieu, que le représentant d'ITME au comité de suivi de la société Les Comptoirs Développement<sup>153</sup>, ainsi que deux représentants de LCB (dont l'un était membre du conseil d'administration du Synadis Bio) ont assisté à la réunion du conseil d'administration du Synadis Bio du 6 juin 2018, ce qui n'est pas contesté par les mises en cause. Comme le rapporte le procès-verbal de ce conseil d'administration, ils sont intervenus pour présenter les conséquences du rapprochement en cours entre LCB et le groupe ITM<sup>154</sup>.
207. En outre, bien qu'il ait été soutenu, au cours de la séance, que le représentant d'ITME n'était pas habilité à représenter cette société au cours de la réunion du 6 juin 2018, il ressort des propres écritures d'ITM que l'intéressé a effectivement agi en cette qualité lors de cette réunion<sup>155</sup>. Il sera par ailleurs relevé que la circonstance qu'il n'occupait pas une fonction de cadre-dirigeant d'ITME est sans incidence dans la mesure où la jurisprudence n'exige pas l'exercice d'une autorité particulière de la part de la personne physique qui représente l'entreprise pour retenir son implication dans les pratiques<sup>156</sup>.
208. En deuxième lieu, s'il est exact qu'à la date du 6 juin 2018, ni LCB, ni ITME, n'étaient membres du Synadis Bio, cette circonstance n'est pas de nature à les exonérer de leur responsabilité dans la commission des pratiques. LCB et ITME ont en effet été poursuivies non pas en tant que membres du Synadis Bio mais compte tenu de leur adhésion directe à la stratégie collective décidée, en vertu de leur participation à une réunion dont la teneur anticoncurrentielle est établie.
209. En troisième lieu, l'argument d'ITME selon lequel sa présence à une unique réunion statutaire serait insuffisante pour qualifier sa participation aux pratiques sera écarté. Il ressort en effet d'une pratique décisionnelle et d'une jurisprudence constantes, rappelées aux paragraphes 186 et suivants ci-dessus, que lorsqu'est en cause, comme en l'espèce, l'application du droit de l'Union, il suffit, pour démontrer l'adhésion d'une entreprise à une pratique illicite, de prouver sa participation, même passive, à une seule réunion ayant un objet anticoncurrentiel, sans qu'il soit nécessaire d'apporter des éléments de preuve supplémentaires.
210. En l'espèce, la réunion du conseil d'administration du 6 juin 2018 présente bien un objet anticoncurrentiel, les propos tenus étant des plus explicites s'agissant notamment de « *ne pas casser les prix* » des produits vendus en GSS, ainsi que cela a été relevé au paragraphe 56 ci-dessus. Au demeurant, ITME ne s'est pas contentée d'adopter une attitude passive, mais a participé activement aux discussions anticoncurrentielles.
211. En quatrième et dernier lieu, contrairement à ce qui est soutenu, l'annonce publique d'ITM lors de sa prise de participation dans le capital de LCB près de quatre mois avant le conseil d'administration du Synadis Bio du 6 juin 2018 ne démontre pas que la stratégie d'ITM aurait été déterminée unilatéralement et antérieurement à cette réunion. Il sera en effet relevé qu'ITME a participé à cette réunion sans s'en distancier publiquement. Cette absence de

---

<sup>153</sup> Cote 21 422.

<sup>154</sup> Cotes 1 836 à 1 839.

<sup>155</sup> Cote 30 222.

<sup>156</sup> Arrêt de la Cour de justice du 7 février 2013, *Protimonopolný úrad Slovenskej republiky / Slovenská športiteľňa a.s.*, C-68/12, ECLI:EU:C:2013:71, points 25 et suivants.

distanciation, combinée à la teneur des propos tenus par le représentant d'ITME, manifestement anticoncurrentiels, démontre qu'ITME a participé activement à la mise en œuvre de la ligne collective adoptée au sein du Synadis Bio. Dans la mesure, toutefois, où cet élément constitue la seule preuve de participation directe de LCB et d'ITME aux pratiques, il n'est pas possible de déterminer la fin de leur participation à l'infraction. Cette circonstance commande en l'espèce de considérer que la durée de leur participation a été très limitée.

212. Il découle de l'ensemble de ces éléments que la participation des représentants de LCB et d'ITME à la réunion du conseil d'administration du Synadis Bio du 6 juin 2018 caractérise un accord de volontés de ces entreprises avec le Synadis Bio et, partant, leur adhésion aux pratiques en cause.
213. En l'absence de pièce au dossier de nature à établir que son implication dans l'infraction se serait poursuivie au-delà de cette date, il y a lieu de considérer que cet élément constitue l'unique preuve de sa participation aux pratiques. La responsabilité de LCB et d'ITME doit donc être retenue pour leur seule participation à la réunion du conseil d'administration du Synadis Bio du 6 juin 2018.

*En ce qui concerne la participation d'ITM AI*

214. S'agissant de sa qualité d'auteur directe des pratiques qui lui sont imputées par les services d'instruction, il ne ressort pas des éléments versés au dossier qu'ITM AI aurait adhéré à la stratégie collective décidée par le Synadis Bio.
215. En effet, ITM AI n'a participé à aucune des réunions organisées par le syndicat au cours desquelles la stratégie collective a été définie.
216. Dans ces conditions, le seul fait qu'elle approvisionne les magasins du groupement ne saurait suffire, à lui seul, à caractériser sa participation aux pratiques en cause.
217. En conséquence, ITM AI doit être mise hors de cause, aucun élément du dossier ne permettant d'établir sa participation aux pratiques reprochées.

## **D. SUR L'IMPUTABILITÉ DES PRATIQUES**

### **1. RAPPEL DES PRINCIPES APPLICABLES**

218. Il résulte d'une jurisprudence constante que les articles 101 du TFUE et L. 420-1 du code de commerce visent les infractions commises par des entreprises. La notion d'entreprise doit être comprise comme désignant une unité économique, même si, du point de vue juridique, celle-ci est constituée de plusieurs personnes physiques ou morales. C'est cette entité économique qui doit, lorsqu'elle enfreint les règles de concurrence, répondre de cette infraction, conformément au principe de responsabilité personnelle<sup>157</sup>.

---

<sup>157</sup> Arrêts de la Cour de justice du 10 septembre 2009, *Akzo Nobel*, C 97/08 P, ECLI:EU:C:2009:536, points 55 et 56 ; et du 20 janvier 2011, *General Química*, C 90/09 P, ECLI:EU:C:2011:21, point 36. Voir, également, arrêt de la cour d'appel de Paris du 29 mars 2012, *Lacroix Signalisation*, n° 2011/01228, pages 18 et 20.

### **a) Sur l'imputabilité en cas de détention directe ou indirecte du capital d'une société**

219. Ainsi que l'a rappelé la cour d'appel de Paris dans son arrêt *Lacroix Signalisation* du 29 mars 2012, les règles d'imputabilité, qui découlent de la notion d'entreprise visée aux articles 101 et 102 du TFUE, relèvent des règles matérielles du droit de la concurrence de l'Union. L'interprétation qu'en donnent les juridictions de l'Union s'impose donc aux autorités nationales de concurrence lorsqu'elles appliquent le droit de l'Union ainsi qu'aux juridictions qui les contrôlent<sup>158</sup>.
220. Or, en droit interne comme en droit de l'Union, au sein d'un groupe de sociétés, le comportement d'une filiale peut être imputé à la société mère notamment lorsque, bien qu'ayant une personnalité juridique distincte, cette filiale ne détermine pas de façon autonome son comportement sur le marché, mais applique pour l'essentiel les instructions qui lui sont données par la société mère, eu égard en particulier aux liens économiques, organisationnels et juridiques qui unissent ces deux entités juridiques<sup>159</sup>.
221. Par ailleurs, il ressort d'une jurisprudence constante de la Cour de justice que, dans le cas particulier où une société mère détient, directement ou indirectement par le biais d'une société interposée, la totalité ou la quasi-totalité du capital de sa filiale auteure d'un comportement infractionnel, il existe une présomption selon laquelle cette société mère exerce une influence déterminante sur le comportement de sa filiale. Dans cette hypothèse, il suffit pour l'Autorité de rapporter la preuve de cette détention capitalistique pour imputer le comportement de la filiale auteure des pratiques à la société mère<sup>160</sup>.
222. Selon cette même jurisprudence, s'il est possible à la société mère de renverser cette présomption en apportant des éléments de preuve susceptibles de démontrer que sa filiale détermine de façon autonome sa ligne d'action sur le marché, en l'absence de renversement de cette présomption, l'Autorité est en mesure de tenir la société mère pour solidairement responsable pour le paiement de la sanction infligée à sa filiale<sup>161</sup>.
223. Enfin, comme l'ont rappelé les juridictions tant internes que de l'Union, cette présomption est compatible avec les principes de responsabilité personnelle et d'individualisation des peines. En effet, lorsqu'une entité économique enfreint les règles de concurrence, il lui incombe, selon le principe de la responsabilité personnelle, de répondre de cette infraction<sup>162</sup>.

### **b) Sur l'imputabilité « descendante » à une société en sa qualité de filiale d'une société mère auteure directe**

224. Aux termes de l'arrêt *Sumal*, la Cour de justice a considéré qu'il est possible, sous certaines conditions, d'engager la responsabilité d'une société, ni auteure directe ni société mère d'une

---

<sup>158</sup> Arrêts précités de la cour d'appel de Paris *Lacroix Signalisation*, et de la Cour de justice, *T-Mobile Netherlands*, points 49 et 50.

<sup>159</sup> Arrêts précités de la Cour de justice, *Akzo Nobel*, point 58 et *General Química*, point 37, et de la cour d'appel de Paris, *Lacroix Signalisation*, pages 18 et 19.

<sup>160</sup> Arrêts précités de la Cour de justice, *Akzo Nobel*, points 60 et 61 et *General Química*, points 39 et 40, et de la cour d'appel de Paris, *Lacroix Signalisation*, pages 19 et 20.

<sup>161</sup> Arrêts précités de la Cour de justice, *Akzo Nobel*, points 60 et 61 et *General Química*, points 39 et 40, et de la cour d'appel de Paris, *Lacroix Signalisation*, pages 19 et 20.

<sup>162</sup> Arrêt *General Química*, précité, point 52.

filiale auteure directe d'une infraction au droit de la concurrence, en sa qualité de filiale d'une société mère, auteure directe ou société mère d'une autre société filiale elle-même auteure directe de cette infraction<sup>163</sup>. L'Autorité a mis en œuvre cette solution à plusieurs reprises<sup>164</sup>.

225. La mise en œuvre de cette solution implique la démonstration de ce que la société filiale dont la responsabilité est recherchée forme avec la société mère une seule et même entreprise. À cette fin, il doit être démontré en premier lieu, que la société mère exerce une influence déterminante effective sur ladite société filiale eu égard « *aux liens économiques, organisationnels et juridiques* » qui les unissent<sup>165</sup>. En second lieu, il faut pouvoir constater « *l'existence d'un lien concret entre l'activité économique de cette société filiale [dont la responsabilité est recherchée] et l'objet de l'infraction dont la société mère [est] tenue responsable* », ce lien concret étant établi dès lors que « *l'accord anticoncurrentiel conclu par la société mère pour lequel celle-ci [est] condamnée concerne les mêmes produits que ceux que commercialise la société filiale* »<sup>166</sup>.
226. Antérieurement au prononcé de l'arrêt *Sumal* précité, la cour d'appel de Paris, aux termes de son arrêt *L'Oréal*, a considéré qu'il est possible, sous certaines conditions, de retenir dans le périmètre de la valeur des ventes pour le calcul de la sanction pécuniaire celle réalisée par une société non destinataire de la notification de griefs mais qui s'avère être la filiale d'une société mère, auteure directe d'une infraction au droit de la concurrence ou société mère d'une autre société filiale elle-même auteure directe<sup>167</sup>.
227. Pour ce faire, l'Autorité doit démontrer que « *les ventes réalisées par la société [filiale] ont été en lien avec l'infraction, relation qui ne peut se déduire du seul fait qu'elles soient intervenues dans le secteur concerné par l'entente* »<sup>168</sup>. Au cas d'espèce, la cour d'appel de Paris a estimé cette condition remplie après avoir relevé que la politique commerciale de la société filiale a été définie par la société mère<sup>169</sup>.

---

<sup>163</sup> Arrêt de la Cour de justice du 6 octobre 2021, *Sumal*, ECLI:EU:C:2021:800, C-882/19, points 31 et suivants.

<sup>164</sup> Décisions n° 23-D-14 du 20 décembre 2023 relative à des pratiques mises en œuvre dans le secteur des consoles statiques de jeux vidéo de huitième génération et des accessoires de contrôle compatibles avec la console PlayStation 4, paragraphes 308 et 309 et 323 à 342 ; et n° 24-D-11 du 19 décembre 2024 relative à des pratiques mises en œuvre dans le secteur de la fabrication et de la distribution de produits électroménagers, paragraphes 1125 à 1127.

<sup>165</sup> Arrêt précité de la Cour de justice du 6 octobre 2021, *Sumal*, point 51.

<sup>166</sup> *Ibid.*, points 51 et 52.

<sup>167</sup> Arrêt de la cour d'appel de Paris du 18 juin 2020, *L'Oréal*, n° 19/08826, points 67 à 79.

<sup>168</sup> *Ibid.*, point 72.

<sup>169</sup> *Ibid.*, point 75 : « [i]l se déduit de ces éléments que la politique commerciale appliquée aux produits [secteur concerné par la pratique] a été définie au sein de la [société mère] ». Pour arriver à cette conclusion, la cour d'appel de Paris relève, en premier lieu, qu'une division au sein de la société mère définissait la politique commerciale de l'ensemble des sociétés du groupe, société filiale en cause comprise, en deuxième lieu, que la pratique anticoncurrentielle a eu des effets sur les prix de vente des produits commercialisés par la société filiale et, en troisième et dernier lieu, que la société mère a détenu au cours de la période infractionnelle la totalité du capital de la société filiale.

## 2. APPLICATION AU CAS D'ESPÈCE

### a) Le Synadis Bio

228. L'article L. 2132-1 du code du travail dispose que « *les syndicats professionnels jouissent de la personnalité civile* ».
229. En l'espèce, il n'est pas contesté que selon l'article 1 de ses statuts, le Synadis Bio est un syndicat professionnel tel que prévu par le code du travail<sup>170</sup>.
230. Il y a donc lieu d'imputer les pratiques mises en œuvre entre le 31 mars 2017 et le 11 octobre 2024 (envoi de la notification de grief) au Synadis Bio en tant qu'auteur.

### b) Intermarché

#### *Concernant LCB et ITME en tant qu'auteurs*

231. Comme indiqué précédemment, des représentants de LCB et ITME ont participé à la réunion du conseil d'administration du Synadis Bio du 6 juin 2018, laquelle présente un objet anticoncurrentiel.
232. Par conséquent, il y a lieu d'imputer l'infraction en cause aux sociétés LCB et ITME en tant qu'auteurs directes pour leur participation à cette réunion.

#### *Concernant la société Les Mousquetaires en tant que société mère*

233. Il ressort du grief notifié que la société Les Mousquetaires n'a été mise en cause par les services d'instruction en tant que société mère de la société LCB que pour la période allant du 22 octobre 2019 au 31 décembre 2021. L'infraction en l'espèce n'ayant été qualifiée par l'Autorité que pour une durée limitée au 6 juin 2018, il n'y a donc pas lieu de mettre en cause la société Les Mousquetaires en tant que société mère de LCB.
234. En revanche, il y a lieu de lui imputer l'infraction en sa qualité de société mère de la société ITME. Il ressort en effet du dossier d'instruction que pendant la durée de l'infraction, ITME était détenue directement et en totalité par la Société Civile Les Mousquetaires, elle-même détenue à [90-100] % par la société Les Mousquetaires<sup>171</sup>.
235. Les liens capitalistiques entre ITME, la Société Civile Les Mousquetaires et Les Mousquetaires permettent d'appliquer la présomption simple selon laquelle l'Autorité peut considérer que la société mère, la société Les Mousquetaires, exerce effectivement une influence déterminante sur le comportement de sa filiale, ITME.
236. Intermarché tente de renverser cette présomption en faisant valoir que l'Autorité ne pourrait s'appuyer exclusivement sur les liens capitalistiques que la société Les Mousquetaires détient sur les entités du groupement dès lors qu'elle n'exerce statutairement aucune influence sur ses filiales, compte tenu notamment de la structuration du groupement. Elle ajoute que la société Les Mousquetaires n'exerce aucune activité propre et ne dispose de surcroît d'aucun personnel ni dirigeant exécutif. La société Les Mousquetaires, qui n'avait en outre aucun intérêt économique aux pratiques et n'en avait pas connaissance, ne pourrait

---

<sup>170</sup> Cotes 1 933, 10 894 et 10 902.

<sup>171</sup> Cotes 21 518 à 21 528. Le reste du capital d'ITME était détenu à [confidentiel].

donc se voir imputer les pratiques en tant que société mère ayant exercé une influence déterminante sur ITME.

237. Ces arguments ne sont toutefois pas de nature à renverser la présomption d'influence déterminante que la société Les Mousquetaires exerce sur sa filiale ITME.
238. À titre liminaire, il sera relevé que l'organisation capitalistique de la société Les Mousquetaires relève du choix d'Intermarché et ne saurait compromettre, sous prétexte d'une structuration stratégique, l'effectivité du droit de la concurrence et l'objectif de dissuasion nécessaires à la prévention de la commission des infractions aux règles de concurrence.
239. En premier lieu, la circonstance que la société Les Mousquetaires soit une société non opérationnelle, détenant un nombre important de filiales, n'est pas en elle-même suffisante pour renverser la présomption, comme le rappellent avec constance les juridictions nationales comme celles de l'Union<sup>172</sup>. En effet, l'imputation du comportement infractionnel d'une filiale à sa société mère ne requiert pas que la société mère dispose d'une compétence technique lui permettant d'interférer dans le domaine spécifique ayant fait l'objet de l'infraction.
240. En deuxième lieu, il n'est pas exigé, pour imputer à une société mère les actes commis par sa filiale, de prouver que la société mère ait été directement impliquée dans les pratiques, ou ait eu connaissance des comportements incriminés. Ainsi que le relève le juge de l'Union, « *ce n'est donc pas une relation d'instigation relative à l'infraction entre la société mère et sa filiale ni, à plus forte raison, une implication de la première dans ladite infraction, mais le fait qu'elles constituent une seule entreprise au sens de l'article 81 CE qui permet à la Commission d'adresser une décision imposant des amendes à la société mère* »<sup>173</sup>.
241. En troisième et dernier lieu, le fait que l'infraction en question n'ait pas été dans l'intérêt commercial de la société Les Mousquetaires n'est pas pertinent dans l'analyse<sup>174</sup>.
242. Par conséquent, il y a lieu de retenir la responsabilité de la société Les Mousquetaires, en tant que société mère ayant exercé une influence déterminante sur ITME, auteure directe, pendant la durée de sa participation à la pratique.

#### ***Concernant la société ITM AI***

243. Il ressort du grief notifié que la société ITM AI est mise en cause, notamment au titre d'une responsabilité dite « descendante » sur le fondement de la jurisprudence *Sumal*.
244. L'Autorité considère que les conditions d'application de cette jurisprudence au cas d'espèce ne sont pas réunies.
245. En effet, la seule circonstance que la société ITM AI approvisionne les magasins du groupement ne permet pas de démontrer à suffisance un lien concret entre l'activité d'ITM AI et l'infraction commise par ITME.

---

<sup>172</sup> Arrêts de la Cour de cassation du 18 octobre 2017, *Mobilitas*, n° 16-19.120, et de la Cour de justice du 5 mars 2015, *Commission e.a. / Versalis e.a.*, C-93/13 P et C-123/13 P, ECLI:EU:C:2015:150, point 43.

<sup>173</sup> Arrêt du Tribunal de l'Union du 27 octobre 2010, *Alliance One International Inc. e.a.*, T-24/05, ECLI:EU:T:2010:453, point 169. Voir, également, arrêt du Tribunal de l'Union du 12 décembre 2007, *Akzo Nobel NV*, T-112/05, , ECLI:EU:T:2007:381, point 59.

<sup>174</sup> Voir, notamment, arrêts de la Cour de justice du 20 janvier 2016, *Toshiba Corporation/Commission*, C-373/14 P, ECLI:EU:C:2016:26, points 23 et suivants ; et du 25 janvier 2007, *Sumitomo Metal Industries et Nippon Steel*, C-403/04 P et C-405/04 P, ECLI:EU:C:2007:52, points 44 et 45.

246. Dans ces conditions, la société ITM AI doit être mise hors de cause.

**c) Carrefour**

***Concernant Greenweez en tant qu'auteure et Carrefour SA en sa qualité de société mère***

247. Comme indiqué précédemment au paragraphe 97 ci-dessus, le directeur général de Greenweez a participé à la réunion du conseil d'administration du Synadis Bio du 31 mars 2017, laquelle présente un objet anticoncurrentiel. Il ressort en outre du procès-verbal du conseil d'administration du 8 mars 2018 que Greenweez a mis en œuvre les pratiques en cause en l'espèce.
248. Par conséquent, il y a lieu d'imputer les pratiques en cause à la société Greenweez, en tant qu'auteure directe, pour la période allant du 31 mars 2017 au 8 mars 2018.
249. Pendant toute la durée de sa participation, le capital de Greenweez a été détenu directement et en totalité par Carrefour Omnicanal, elle-même détenue dans sa totalité et directement par Carrefour France, elle-même détenue à plus de 97 % par Carrefour SA<sup>175</sup>.
250. Les liens capitalistiques entre les sociétés Greenweez, Carrefour Omnicanal, Carrefour France et Carrefour SA permettent d'appliquer la présomption simple selon laquelle l'Autorité peut considérer que la société mère Carrefour SA exerce effectivement une influence déterminante sur le comportement de sa filiale.
251. Par conséquent, il y a lieu de retenir la responsabilité de la société Carrefour SA en tant que société mère ayant exercé une influence déterminante sur Greenweez, pendant la durée de sa participation aux pratiques.

***Concernant CSF***

252. Il ressort du grief notifié que la société CSF a été mise en cause en application de la jurisprudence *Sumal* du fait des pratiques imputables à Carrefour SA en tant qu'auteure.
253. Or, comme indiqué aux paragraphes 202 à 205, aucun élément du dossier ne permet de retenir la responsabilité de Carrefour SA en sa qualité d'auteure directe des pratiques.
254. Il en découle que la société CSF, en ce qu'elle a été mise en cause compte tenu des agissements de Carrefour SA, doit être mise hors de cause, les conditions posées par la jurisprudence *Sumal* n'étant pas réunies.

---

<sup>175</sup> Cotes 21 383 et 19 912.

## E. SUR LES SANCTIONS

### 1. SUR LE CADRE JURIDIQUE APPLICABLE

#### a) Principes applicables

255. Les dispositions du I de l'article L. 464-2 du code de commerce et de l'article 5 du règlement (CE) n° 1/2003 du Conseil du 16 décembre 2002<sup>176</sup> (ci-après « règlement n° 1/2003 ») habilite l'Autorité à infliger une sanction pécuniaire aux entreprises et aux associations d'entreprises qui mettent en œuvre des pratiques anticoncurrentielles prohibées par les articles L. 420-1 du code de commerce, ainsi que par l'article 101 du TFUE.
256. L'article L 464-2 du code du commerce a été modifié par l'ordonnance n° 2021-649 du 26 mai 2021<sup>177</sup>.
257. Le cinquième alinéa du I de l'article L. 464-2 du code de commerce prévoit que « [l]es sanctions pécuniaires sont appréciées au regard de la gravité et de la durée de l'infraction, de la situation de l'association d'entreprises ou de l'entreprise sanctionnée ou du groupe auquel l'entreprise appartient et de l'éventuelle réitération de pratiques prohibées par le présent titre. Elles sont déterminées individuellement pour chaque entreprise ou organisme sanctionné et de façon motivée pour chaque sanction ». Ces dispositions ne sont applicables qu'aux procédures pour lesquelles des griefs ont été notifiés, en application de l'article L. 463-2 du code de commerce, après l'entrée en vigueur de l'ordonnance du 26 mai 2021 précitée<sup>178</sup>.

#### b) Sur l'application du nouveau régime de sanctions aux associations d'entreprises

##### *Principes spécifiques à la sanction d'association d'entreprises*

258. Aux termes du huitième alinéa du I de l'article L. 464-2 précité, « [l]orsque l'infraction d'une association d'entreprises a trait aux activités de ses membres, le montant maximal de la sanction pécuniaire est égal à 10 % de la somme du chiffre d'affaires mondial total réalisé par chaque membre actif sur le marché affecté par l'infraction de l'association ». Pour l'application de cette disposition, le « chiffre d'affaires mondial total » n'est pas limité à celui réalisé sur le ou les marchés affectés par l'infraction.
259. Par ailleurs, le VI de l'article L. 464-2 du code de commerce comporte des dispositions garantissant le paiement d'une sanction infligée à une association d'entreprises lorsque celle-ci tient compte du chiffre d'affaires de ses membres et que l'association n'est pas solvable.

---

<sup>176</sup> Règlement (CE) n° 1/2003 du Conseil du 16 décembre 2002 relatif à la mise en œuvre des règles de concurrence prévues aux articles 81 et 82 du traité, Journal Officiel de l'Union européenne L1 du 4 janvier 2003, page 1.

<sup>177</sup> Alinéa 2 de l'article 6 de l'ordonnance n° 2021-649 du 26 mai 2021 relative à la transposition de la directive (UE) 2019/1 du Parlement européen et du Conseil du 11 décembre 2018 visant à doter les autorités de concurrence des États membres des moyens de mettre en œuvre plus efficacement les règles de concurrence et à garantir le bon fonctionnement du marché intérieur, Journal officiel de la République française n° 0121 du 27 mai 2021.

<sup>178</sup> Alinéa 2 de l'article 6 de l'ordonnance n° 2021-649 précitée.

260. Tout d'abord, l'Autorité « *peut lui enjoindre de lancer à ses membres un appel à contributions pour couvrir le montant de la sanction pécuniaire* ».
261. Ensuite, « *dans les cas où ces contributions ne sont pas versées intégralement à l'association d'entreprises dans un délai fixé par l'Autorité de la concurrence, celle-ci peut exiger directement le paiement de la sanction pécuniaire par toute entreprise dont les représentants étaient membres des organes décisionnels de cette association* ».
262. Enfin, « *[l]orsque cela est nécessaire pour assurer le paiement intégral de la sanction pécuniaire, après avoir exigé le paiement par ces entreprises, l'Autorité de la concurrence peut également exiger le paiement du montant impayé de la sanction pécuniaire par tout membre de l'association qui était actif sur le marché sur lequel l'infraction a été commise. Ce paiement n'est toutefois pas exigé des entreprises qui démontrent qu'elles n'ont pas appliqué la décision litigieuse de l'association et qui en ignoraient l'existence ou qui s'en sont activement désolidarisées avant l'ouverture de la procédure* ».
263. Ces dispositions sont applicables aux pratiques anticoncurrentielles qui se sont poursuivies après l'entrée en vigueur de l'ordonnance du 26 mai 2021<sup>179</sup>, ce qui est le cas en l'espèce.

***Sur les violations alléguées des droits de la défense du Synadis Bio et de ses adhérents***

264. Le Synadis Bio soutient que le cadre procédural dans lequel s'inscrit la notification de griefs méconnaît les droits de la défense du syndicat et de ses adhérents.
265. Il fait d'abord valoir qu'à l'exception de LCB, ses adhérents n'ont pas été destinataires de la notification de griefs et qu'aucune communication publique n'a été effectuée à cette occasion, de sorte qu'ils n'auraient pas eu connaissance des pratiques qui leur sont reprochées. Il relève, à cet égard, que les services d'instruction n'ont pas rendu public l'envoi de la notification de griefs et qu'il lui était, pour sa part, interdit d'en divulguer le contenu à ses membres en application de l'article L. 463-6 du code de commerce. Il ajoute que, contrairement à la procédure applicable au niveau de l'Union, aucune voie procédurale ne permettrait à ses membres d'intervenir dans la présente procédure – notamment en qualité de tiers – ni d'exercer un recours contre la décision de l'Autorité, que ce soit pour contester la matérialité des pratiques reprochées ou le montant de la sanction infligée au Synadis Bio, alors même qu'ils pourraient, le cas échéant, être contraints d'assumer le paiement de tout ou partie de la sanction pécuniaire infligée au syndicat.
266. Le Synadis Bio invoque également une atteinte à ses propres droits de la défense. Il soutient que la procédure l'exposerait à une sanction pécuniaire susceptible d'excéder ses ressources propres, sans qu'il soit en mesure de recueillir ou de connaître les observations de ses membres sur la valeur des ventes retenue dans la notification de griefs pour le calcul de la sanction.
267. Ces moyens doivent être écartés.
268. En premier lieu, la circonstance que la détermination du montant de la sanction susceptible d'être infligée au Synadis Bio puisse conduire à prendre en considération le chiffre d'affaires de ses membres ne confère pas à ces derniers la qualité de partie à la procédure. La prise en compte de données économiques relatives au chiffre d'affaires des membres, lorsqu'elle est prévue par les textes pour le calcul du plafond de la sanction encourue par l'association, ne modifie ni la qualification de l'auteur de l'infraction ni la portée des griefs notifiés. Il n'en

---

<sup>179</sup> Alinéa 1<sup>er</sup> de l'article 6 de l'ordonnance n° 2021-649 précitée.

résulte, par suite, aucun droit propre des membres à accéder au dossier ni à intervenir dans la procédure en cette seule qualité.

269. Si le VI de l'article L. 464-2 du code de commerce prévoit que l'Autorité peut, dans certaines circonstances, exiger le paiement de la sanction pécuniaire auprès d'entreprises membres d'une association d'entreprises, ce mécanisme n'intervient qu'à un stade ultérieur et sous des conditions strictement encadrées. Au cas d'espèce, la présente décision n'enjoint pas aux membres des organes décisionnels de l'association, ni, le cas échéant, aux membres actifs sur le marché concerné, de procéder au paiement de la sanction prononcée à l'encontre de l'association. Elle ne met donc pas en cause leur responsabilité et ne porte pas atteinte à leurs droits.
270. La mise en œuvre de la faculté d'exiger tout ou partie du paiement d'une sanction infligée à une association d'entreprises auprès de tout ou partie de ses membres impliquerait nécessairement de préalablement permettre à ces derniers d'accéder au dossier et de présenter utilement leurs observations.
271. Partant, la circonstance que la loi prévoit une faculté d'exonération au bénéfice des membres de l'association — en ce que le VI de l'article L. 464-2 du code de commerce prévoit que le paiement par des membres de l'association d'entreprises sanctionnée par l'Autorité « *n'est toutefois pas exigé des entreprises qui démontrent qu'elles n'ont pas appliqué la décision litigieuse de l'association et qui en ignoraient l'existence ou qui s'en sont activement désolidarisées avant l'ouverture de la procédure* » — n'implique pas que l'ensemble des membres doive être mis en cause dès l'envoi de la notification de griefs. Ce n'est que dans la mesure où le paiement de l'amende serait effectivement exigé d'une entreprise déterminée que l'accès au dossier et l'exercice plein des droits de la défense trouvent à s'appliquer à son égard.
272. Il s'ensuit que l'absence d'accès des membres du Synadis Bio au dossier dans le cadre de la présente procédure, dirigée exclusivement contre le syndicat en qualité d'auteur des pratiques, ne saurait caractériser une violation des droits de la défense de ses membres.
273. En second lieu, contrairement à ce qui est soutenu, le fait que le Synadis Bio ne puisse pas connaître du contenu précis des informations de valeurs de ventes transmises par ses membres et de leurs éventuelles observations ne caractérise pas une atteinte à ses propres droits de la défense. Cette limitation procède de la nécessaire conciliation entre le respect du contradictoire et la protection des informations confidentielles, et ne prive pas le Synadis Bio de la faculté de contester utilement la méthode de calcul de la sanction et les paramètres économiques retenus.

***Sur la violation alléguée des principes de personnalité et d'individualisation des peines***

274. Le Synadis Bio conteste l'applicabilité de l'article L. 464-2 du code de commerce. Il soutient, d'une part, que la sanction susceptible de lui être infligée en application de ces dispositions ne tiendrait pas compte de ses ressources propres mais du chiffre d'affaires de ses membres. Il fait valoir, d'autre part, que les membres du syndicat pourraient être appelés à contribuer au paiement de la sanction sans que leur participation individuelle à l'infraction ne soit établie, ni que leur situation personnelle soit prise en considération. Les adhérents du Synadis Bio pourraient ainsi être conduits à supporter tout ou partie de la sanction pécuniaire infligée au syndicat sans que celle-ci ait fait l'objet, au préalable, d'une individualisation, étant précisé que les membres du syndicat exercent une activité monoproduit. Selon le syndicat, l'Autorité porterait ainsi atteinte aux principes de personnalité et

d'individualisation des peines protégés par les articles 8 et 9 de la Déclaration des droits de l'homme et du citoyen.

275. Ces critiques doivent être écartées.
276. D'une part, la Cour de justice a pleinement validé le principe d'un mécanisme de sanction tenant compte du chiffre d'affaires des membres d'une association d'entreprises lorsque l'infraction commise par celle-ci porte sur leurs activités.
277. Dans son arrêt *Coop de France bétail et viande* du 18 décembre 2008, la Cour de justice a jugé qu'une telle prise en compte est possible dans les cas où les pratiques anticoncurrentielles en cause sont exécutées par l'association d'entreprises directement au bénéfice de ces dernières et en coopération avec celles-ci, l'association n'ayant pas d'intérêt objectif présentant un caractère autonome par rapport à celui de ses membres<sup>180</sup>.
278. Dans cet arrêt, la Cour de justice a précisé que « *toute autre interprétation irait à l'encontre de la nécessité d'assurer l'effet dissuasif des sanctions infligées en matière d'infractions aux règles de concurrence communautaires. [...] [L]a faculté pour la Commission d'imposer des amendes d'un montant approprié aux auteurs des infractions en cause pourrait, sinon, se voir compromise, dans la mesure où des associations d'entreprises ayant un très petit chiffre d'affaires, mais regroupant, sans pour autant pouvoir les engager formellement, un nombre élevé d'entreprises qui, ensemble, réalisent un chiffre d'affaires important, ne pourraient être sanctionnées que par des amendes très réduites, même si les infractions commises par ces associations pouvaient avoir exercé une influence notable dans les marchés en cause* »<sup>181</sup>.
279. La jurisprudence de la Cour de justice, codifiée, en substance, au troisième alinéa du paragraphe 2 de l'article 23 du règlement n° 1/2003, ainsi qu'à l'article 15 de la directive dite ECN +<sup>182</sup>, trouve pleinement à s'appliquer en l'espèce, à la suite de la transposition de cette directive en droit français.
280. D'autre part, la Cour de justice a précisé que la prise en considération du chiffre d'affaires des membres d'une association d'entreprises pour la détermination du plafond de 10 % ne signifie ni qu'une amende leur a été infligée, ni même que l'association en cause aurait l'obligation de répercuter sur eux la charge de celle-ci<sup>183</sup>. Ce mécanisme concerne exclusivement la détermination du montant maximal susceptible d'être infligé à l'association d'entreprises reconnue responsable.
281. Il y a lieu d'ajouter que, dans l'hypothèse où l'Autorité serait amenée à exiger le paiement de l'amende infligée à l'association d'entreprises auprès de certains de ses membres, ces derniers disposeraient alors des garanties procédurales appropriées. Comme expliqué ci-avant, la mise en œuvre de cette faculté donnerait lieu à l'ouverture du contradictoire entre l'Autorité et les membres concernés, ces derniers seraient alors mis en mesure d'accéder aux éléments pertinents du dossier et de faire valoir utilement leurs observations en vue de

---

<sup>180</sup> Arrêt de la Cour de justice du 18 décembre 2008, *Coop de France bétail et viande e.a./Commission*, C-101/07 P et C-110/07 P, ECLI:EU:C:2008:741, point 97.

<sup>181</sup> Arrêt précité de la Cour de justice *Coop de France bétail et viande*, point 98.

<sup>182</sup> Directive (UE) 2019/1 du Parlement européen et du Conseil du 11 décembre 2018 visant à doter les autorités de concurrence des États membres des moyens de mettre en œuvre plus efficacement les règles de concurrence et à garantir le bon fonctionnement du marché intérieur, Journal officiel de l'Union européenne L 11 du 14 janvier 2019, pages 3 à 33.

<sup>183</sup> Arrêt du Tribunal de l'Union du 23 février 1994, *Groupement des cartes bancaires et Europay International SA c/ Commission*, T-39/92 et T-40/92, ECLI:EU:T:1994:20, point 139.

démontrer qu'ils n'ont pas appliqué la décision litigieuse de l'association ou qu'ils en ignoraient l'existence ou qu'ils s'en sont activement désolidarisés avant l'ouverture de la procédure. Il en résulte que la présente décision ne concerne que l'association d'entreprises et que ses membres qui pourraient être mis en cause au titre des deuxième et troisième alinéas du VI de l'article L. 464-2 du code de commerce, auraient la possibilité d'établir l'absence de toute implication de leur part, ce qui exclut toute méconnaissance du principe de personnalisation des peines.

282. En outre, le Conseil constitutionnel s'est déjà prononcé sur la possibilité d'asseoir le plafond d'une sanction infligée à une filiale sur la base de chiffres d'affaires réalisés par le groupe auquel elle appartient, alors même que cette filiale s'était vu imputer seule l'infraction pour une partie de la période en cause, le groupe n'ayant été tenu responsable que pour la période postérieure à l'acquisition de cette filiale, sur une base *pro rata temporis*. Dans sa décision n° 2015-489 QPC du 14 octobre 2015, il a déclaré conformes à la Constitution les dispositions du quatrième alinéa du I de l'article L. 464-2 du code de commerce prévoyant que, lorsque les comptes de l'entreprise concernée ont été consolidés, le chiffre d'affaires pris en compte pour le calcul du maximum de la sanction est celui figurant dans les comptes consolidés de l'entreprise consolidante, quand bien même cette dernière ne se verrait pas imputer le grief. Le Conseil constitutionnel a relevé que ces dispositions instituent une sanction pécuniaire destinée à réprimer des pratiques anticoncurrentielles commises par une entreprise et que la circonstance que le plafond de cette sanction soit déterminé par référence au chiffre d'affaires du groupe auquel cette entreprise appartient n'a ni pour objet ni pour effet de sanctionner le groupe pour des actes qu'il n'aurait pas commis. Il en a déduit que le grief tiré de la méconnaissance du principe selon lequel nul n'est punissable que de son propre fait manquait en fait.
283. À la suite de cette décision du Conseil constitutionnel, la Cour de cassation a écarté l'argument selon lequel la notion d'entreprise participant à l'infraction ne pourrait être interprétée différemment selon qu'il s'agit d'imputer l'infraction ou de déterminer le plafond de la sanction encourue. Elle a ainsi approuvé la détermination du maximum légal de la sanction par référence au chiffre d'affaires mondial consolidé réalisé par la société mère ayant ultérieurement pris le contrôle de la filiale responsable, peu importe que cette société mère ait été étrangère aux faits sanctionnés pour une partie de la période infractionnelle<sup>184</sup>. Il en résulte que la prise en compte, pour la détermination du plafond légal, de données économiques excédant le périmètre strict de l'entité à laquelle l'infraction est imputée ne méconnaît ni le principe de personnalité ni celui d'individualisation des peines, dès lors que la sanction demeure prononcée à l'encontre de la seule personne reconnue responsable et que ce mécanisme répond à un objectif d'effectivité et de dissuasion des règles de concurrence.

### **c) Sur l'application du plafond de l'ancien article L. 464-5 du code de commerce**

284. Par décision du 8 octobre 2024, prise en application de l'article L. 463-3 du code de commerce, le rapporteur général a décidé que la présente affaire serait examinée par l'Autorité sans établissement préalable d'un rapport (voir paragraphe 3 ci-dessus).
285. La loi n° 2020-1508 du 3 décembre 2020 portant diverses dispositions d'adaptation au droit de l'Union européenne en matière économique et financière (ci-après la loi « DDADUE de 2020 ») a abrogé l'article L. 464-5 du code de commerce qui prévoyait un plafond de

---

<sup>184</sup> Arrêt de la Cour de cassation du 8 novembre 2016, n° 995 FS-D, page 34.

sanction de 750 000 euros pour les entreprises sanctionnées aux termes d'une procédure sans établissement préalable d'un rapport.

286. Carrefour considère que, en vertu du principe de non-rétroactivité de la loi plus sévère, dans la mesure où l'Autorité retiendrait à son égard une durée de participation aux pratiques limitée à une date antérieure à l'entrée en vigueur de la loi DDADUE de 2020, l'abrogation de l'article L. 464-5 du code de commerce ne serait pas applicable et, par conséquent, la sanction qui serait, le cas échéant, prononcée à son encontre ne pourrait dépasser le plafond de 750 000 euros.
287. Comme indiqué précédemment, l'Autorité a retenu une durée de participation aux pratiques limitée à la période allant du 31 mars 2017 au 8 mars 2018 pour Greenweez, et restreinte au 6 juin 2018 pour LCB et ITME. Les faits reprochés à ces sociétés sont donc antérieurs à l'entrée en vigueur de la loi DADDUE de 2020.
288. Néanmoins, l'argument de Carrefour sera écarté.
289. D'une part, l'Autorité a déjà souligné que la loi DDADUE de 2020, en ce qu'elle a abrogé la procédure d'origine et créé une nouvelle procédure à un tour de contradictoire écrit, est une loi de procédure et, comme telle, d'application immédiate<sup>185</sup>. Elle n'a pas procédé à la seule suppression du plafond de 750 000 euros prévu jusqu'alors à l'article L. 464-5 du code de commerce, mais a modifié le régime applicable à la procédure sans établissement préalable d'un rapport en l'instituant comme la procédure de droit commun, la procédure avec établissement préalable d'un rapport devenant l'exception. L'objectif du législateur était, ce faisant, de permettre au rapporteur général d'accélérer les délais des traitements des dossiers<sup>186</sup>.
290. D'autre part, et en tout état de cause, l'abrogation de l'article L. 464-5 du code de commerce ne saurait être considérée comme une loi réprimant plus sévèrement les faits d'espèce. En effet, au moment des faits, le plafond applicable était le plafond de 10 % du chiffre d'affaires prescrit au I de l'article L. 464-2 du code de commerce. Le plafond de 750 000 euros ne serait devenu applicable qu'en cas de décision du rapporteur général d'avoir recours à une procédure simplifiée avant l'entrée en vigueur de la loi DDADUE de 2020. Or, d'une part, une telle décision est une prérogative du seul rapporteur général – aucune entreprise disposant d'un droit à une procédure simplifiée – et, d'autre part, en l'espèce, la décision est intervenue bien après l'entrée en vigueur de la loi DDADUE de 2020.
291. Ainsi, l'Autorité a spécifié dans plusieurs décisions que l'ancien article L. 464-5 du code de commerce ne trouvait plus à s'appliquer quand la notification de griefs était postérieure à la

---

<sup>185</sup> Voir notamment la décision n° 24-D-10 du 4 décembre 2024 relative à des pratiques mises en œuvre dans le secteur du transport aérien de passagers inter-îles, paragraphe 372.

<sup>186</sup> Voir, par exemple, Pierre Arhel, « Concurrence : règles de procédure – Procédure d'enquête », Répertoire du droit commercial Dalloz, Octobre 2021 (actualisation : mai 2023), paragraphe 199 ; Emmanuelle Claudel, « Le volet concurrentiel de la loi Ddadue : issue d'un feuillet à rebondissements ! », Revue Trimestrielle du droit commercial, décembre 2020, pages 793 et suivantes ; Elvire Mazet, Gaëlle Serrano et Olivier Leroy, « Un an de contentieux français de la concurrence (janv. – déc. 2020) », Revues Procédures LexisNexis n° 6, juin 2021, point 19 (Généralisation de la procédure simplifiée).

date d'abrogation de cet article<sup>187</sup>. Dans plusieurs de ces espèces, l'Autorité a prononcé des sanctions dépassant largement le plafond de 750 000 euros<sup>188</sup>.

292. Il résulte de tout ce qui précède qu'il n'y a pas lieu d'appliquer dans la présente affaire l'ancien article L. 464-5 du code de commerce, et donc le plafond de 750 000 euros abrogé en 2020.

## 2. SUR L'ADOPTION D'UNE MÉTHODE FORFAITAIRE

293. L'Autorité apprécie les critères légaux selon les modalités décrites dans son communiqué du 30 juillet 2021 relatif à la méthode de détermination des sanctions pécuniaires, mis à jour le 15 novembre 2021 (ci-après « le communiqué sanctions »). Son paragraphe 7 rappelle que « la loi confère à l'Autorité un large pouvoir d'appréciation lui permettant de déterminer au cas par cas, en vertu de l'exigence légale d'individualisation et conformément au principe de proportionnalité, les sanctions pécuniaires qu'elle prononce en application des critères prévus par le I de l'article L. 464-2 du code de commerce ».
294. Selon ces modalités, la valeur des ventes des catégories de produits ou de services en lien avec l'infraction effectuées durant le dernier exercice comptable de participation à celle-ci est multipliée par un coefficient de durée puis de gravité. Le montant de base ainsi obtenu est ensuite adapté pour tenir compte de la situation individuelle de l'entreprise ou association d'entreprise concernée<sup>189</sup>.
295. Si le communiqué sanctions décrit une « méthode cohérente qui guide la détermination des sanctions pécuniaires que l'Autorité impose », il précise que celle-ci « peut toutefois, après une analyse globale des circonstances particulières de l'espèce, notamment au regard des caractéristiques des pratiques en cause, de l'activité des parties concernées et du contexte économique et juridique de l'affaire, ou pour des raisons d'intérêt général, décider de s'en écarter, en motivant ce choix »<sup>190</sup>.
296. L'Autorité considère que le contexte économique et juridique de l'affaire justifie d'appliquer en l'espèce une méthode forfaitaire. En effet, les pratiques ont été imputées à la fois à un syndicat professionnel et à des entreprises, dont le poids économique, la nature et le rôle au sein du secteur sont hétérogènes.

---

<sup>187</sup> Voir, notamment, décisions n° 22-D-04 du 2 février 2022 relative à des pratiques mises en œuvre dans le secteur du transport sanitaire hospitalier intercommunal du Val d'Ariège et du Pays d'Olmes (paragraphe 258), n° 23-D-08 du 07 septembre 2023 relative à des pratiques mises en œuvre dans le secteur des prestations de services d'ingénierie, de maintenance, de démantèlement et de traitement des déchets pour des sites nucléaires (paragraphe 529 à 547) et n° 23-D-15 du 29 décembre 2023 relative à des pratiques dans le secteur de la fabrication et la vente de denrées alimentaires en contact avec des matériaux pouvant ou ayant pu contenir du bisphénol A (paragraphe 1635 à 1658). Les deux dernières décisions font l'objet d'un recours auprès de la cour d'appel de Paris.

<sup>188</sup> Voir, notamment, décisions n° 22-D-04, n° 23-D-08 et n° 23-D-15, précitées.

<sup>189</sup> Communiqué sanctions, paragraphes 21, 22, 30 et 32.

<sup>190</sup> *Ibid.*, paragraphe 6.

### 3. SUR LA DÉTERMINATION DU MONTANT FORFAITAIRE DE LA SANCTION

297. Au regard des critères énoncés par le I de l'article L. 464-2 du code de commerce, seront examinées successivement (a) la gravité des pratiques, (b) leur durée, (c) la situation individuelle des parties, (d) la détermination des sanctions et (e) les ajustements finaux.

#### a) Sur la gravité des pratiques

298. Afin d'apprécier la gravité des faits au cas d'espèce, l'Autorité tient compte, en fonction de leur pertinence, de la nature de l'infraction en cause, de la nature des activités, des secteurs ou des marchés en cause, de la nature des personnes susceptibles d'être affectées et des caractéristiques objectives de l'infraction<sup>191</sup>.

299. En l'espèce, comme indiqué aux paragraphes 122 et suivants ci-dessus, les pratiques reprochées au Synadis Bio ainsi qu'à Greenweez, ITME et LCB consistent à avoir organisé, de manière collective, un cloisonnement des circuits de distribution par marques, en limitant l'accès croisé des produits aux différents canaux, et ce indépendamment des choix commerciaux individuels des fournisseurs.

300. Ces pratiques ont entraîné une restriction de la liberté de distribution susceptible d'affecter le jeu de la concurrence, notamment par les prix et la qualité des produits, entre enseignes et entre distributeurs sur les circuits de la GSA et de la GSS, ainsi qu'une limitation des débouchés des fournisseurs de produits bio. De telles restrictions de concurrence intra-marque entre différents canaux de distribution ont été qualifiées par la pratique décisionnelle de « *grave[s] par nature* » dans le cadre de pratiques verticales<sup>192</sup>. Cette limitation de la concurrence intra-marque est donc d'autant plus grave qu'elle a été mise en œuvre dans le cadre d'une entente horizontale.

301. Les pratiques sont en l'espèce d'autant plus graves qu'elles émanent d'un syndicat professionnel à compétence nationale, représentant plus de 70 % des distributeurs spécialisés<sup>193</sup>, conscient de sa position tout à fait prééminente sur le marché et revendiquant à ce titre une mission de défense des intérêts des distributeurs spécialisés et d'information de ses adhérents sur l'évolution des réglementations françaises et de l'Union et sur l'organisation professionnelle de la filière<sup>194</sup>. Le syndicat dispose ainsi d'une autorité morale particulière et d'une influence significative sur les acteurs du marché.

302. La gravité des pratiques ressort également du fait qu'elles ont porté sur la distribution des produits alimentaires emballés issus de l'agriculture biologique, qui répondent non seulement aux besoins alimentaires des consommateurs mais également à leurs préoccupations de santé et de développement durable. De plus, elles ont été mises en œuvre dans un contexte de montée importante de l'offre de produits bio dans les circuits GSA, qui représentaient une nouvelle pression concurrentielle pour la GSS.

303. En outre, ces pratiques sont susceptibles d'affecter les fournisseurs, dont les débouchés ont été limités, mais également les consommateurs, dont le choix au sein de leur point de vente

---

<sup>191</sup> *Ibid.*, paragraphe 28.

<sup>192</sup> Voir, notamment, décision n° 08-D-25 (paragraphes 88 à 93), précitée.

<sup>193</sup> Cote 10 815.

<sup>194</sup> Cote 10 924.

a été réduit, de même que leur accès à des produits bio et à des prix potentiellement moins élevés.

304. Les pratiques en cause doivent donc être considérées comme présentant un degré certain de gravité.
305. Les parties contestent cette analyse.
306. Selon le Synadis Bio, les pratiques n'ont pas pu limiter la concurrence entre distributeurs spécialisés, qui ne se sont pas vu imposer de marques particulières et définissent librement leurs prix de vente, leur politique de développement et leur implantation géographique. Le Synadis Bio, Carrefour et ITM considèrent qu'il n'est pas démontré en quoi les pratiques ont pu aboutir à renchérir les prix. Selon Carrefour et ITM, les prix plus élevés en GSS seraient dus aux différences de volume, de modèle économique et de qualité de produits entre GSS et GSA, ainsi qu'à une stratégie de différenciation des marques décidée par les fournisseurs.
307. Le Synadis Bio et ITM contestent aussi l'existence d'une concurrence, même potentielle, entre GSA et GSS sur le marché de la distribution des produits bio.
308. De plus, les parties avancent que les pratiques n'ont pas pu affecter le bien-être des consommateurs, qui ne dépend pas des marques. Leur accès aux produits bio n'aurait pas été réduit, les GSA représentant plus de 50 % des ventes de produits bio. Selon ITM, les préoccupations des consommateurs pour une alimentation saine seraient justement ce qui inciterait les distributeurs spécialisés à commercialiser des produits bio plus qualitatifs que ceux distribués par les GSA.
309. Les parties estiment encore que les pratiques n'ont pas pu limiter les débouchés des fournisseurs et la qualité des produits. D'une part, le cloisonnement par marques des deux canaux émane des décisions unilatérales des fournisseurs. Selon ITM, le dossier ne fait apparaître aucune pression des distributeurs spécialisés sur les fournisseurs. D'autre part, selon Carrefour et ITM, les fournisseurs pouvaient toujours vendre leurs produits dans les deux canaux, sous des marques différentes.
310. Ces arguments, qui visent en réalité à contester la matérialité des pratiques, seront écartés.
311. Comme indiqué aux paragraphes 124 et 138 ci-dessus, les parties se sont entendues pour mettre en place une segmentation des marques par canal de distribution, afin de maintenir le positionnement tarifaire plus élevé des acteurs de la GSS (par rapport à la GSA). Cette pratique constitue une restriction de concurrence par objet au sens des articles 101, paragraphe 1, du TFUE et L. 420-1 du code de commerce. L'Autorité n'est donc pas tenue d'en établir les effets, et en particulier de démontrer l'existence d'un surprix.
312. Par ailleurs, l'Autorité a déjà établi, au stade de la qualification des pratiques, que les pratiques ont porté atteinte à la concurrence potentielle entre les GSA et les GSS, et limité les débouchés des fournisseurs (voir paragraphe 125 ci-dessus). Elle a aussi rappelé aux paragraphes 147 et 148 ci-dessus que le comportement des fournisseurs n'exonère en rien les parties des pratiques qui leur sont reprochées. S'agissant de l'atteinte au bien-être des consommateurs, comme établi aux paragraphes 125 et 138 ci-dessus, les pratiques sont susceptibles d'avoir atténué la concurrence entre GSA et GSS, notamment par les prix et la qualité. En instaurant une différenciation par les marques entre GSS et GSA, les pratiques ont limité l'incitation des GSS de se différencier de la GSA par le prix ou la qualité de leurs produits, au détriment des consommateurs.
313. Les parties font également valoir que les pratiques n'avaient aucun caractère secret ni sophistiqué et avancent l'absence de mesures de contrôle ou de représailles. ITM soulève l'absence de volonté ou d'intention d'enfreindre les règles de droit de la concurrence, le

Synadis Bio ayant pris le soin de consulter un cabinet d'avocats et n'ayant conduit les réflexions litigieuses que dans l'objectif de défendre les intérêts légitimes de ses adhérents.

314. Toutefois, contrairement à ces allégations, il ressort des éléments du dossier que le Synadis Bio s'est effectivement assuré du respect des règles édictées auprès des membres affiliés à la grande distribution, comme en atteste le procès-verbal du conseil d'administration du 8 mars 2018. Il a, en outre, refusé de donner suite à la candidature de So.Bio., dont les éléments du dossier attestent qu'elle ne respectait pas le principe de segmentation des marques, en raison de sa politique de prix bas consécutive à sa reprise par le groupe Carrefour.
315. Par ailleurs, les pratiques mises en œuvre par le Synadis Bio et les groupes Carrefour et ITM excédaient largement les simples préconisations émises par le cabinet d'avocats consulté, notamment s'agissant des échanges visant à obtenir des enseignes affiliées à la grande distribution qu'elles s'engagent à « *ne pas casser les prix* » pratiqués par les GSS. Il en résulte que l'intention anticoncurrentielle des parties est, en l'espèce, caractérisée.
316. Enfin, ITM et le Synadis Bio soutiennent que les pratiques présentent un caractère inédit et affirment que les précédents cités dans la notification de griefs au titre de la gravité ne seraient pas transposables en l'espèce. Le Synadis Bio en conclut que seule une amende symbolique pourrait être prononcée à son encontre.
317. Cependant, comme mentionné au paragraphe 300 ci-dessus, l'Autorité a déjà établi le caractère « *grave par nature* » de restrictions de concurrence intra-marque entre différents canaux de distribution. Le fait que ces précédents soient antérieurs au communiqué sanctions ne remet pas en question leur pertinence, ces précédents venant étayer la gravité des pratiques et non l'applicabilité du communiqué sanctions. En outre, comme indiqué au paragraphe 135 ci-dessus, les affaires *Séparateurs d'hydrocarbures* et *Bienvenue à la Ferme* précitées ne sont pas transposables au cas d'espèce.
318. En tout état de cause, il ressort d'une jurisprudence constante que le prétendu caractère inédit des pratiques, à le supposer établi, ce qui n'est pas le cas en l'espèce, ne justifie pas de sortir du communiqué sanctions ou d'imposer une sanction nulle ou symbolique à ce titre. Ainsi, dans un arrêt du 5 avril 2018, la Cour de cassation a jugé que le caractère inédit d'une qualification d'infraction « *ne fait pas disparaître ni même n'atténue la contrariété au droit de la concurrence des pratiques reprochées [...], avec les conséquences qui s'y attachent en ce qui concerne la responsabilité* »<sup>195</sup>. Dans cet arrêt, la Cour de cassation a ainsi approuvé la cour d'appel de Paris de ne pas avoir prononcé d'amende symbolique, ainsi que le demandaient les opérateurs concernés.

#### **b) Sur la durée de l'infraction**

319. Comme exposé aux paragraphes 174, 197 et 213 ci-dessus, les pratiques respectivement imputées aux entités mises en causes ont été mises en œuvre durant les périodes suivantes :
- Synadis Bio : du 31 mars 2017 au 11 octobre 2024 ;
  - Greenweez : du 31 mars 2017 au 8 mars 2018 ; et,
  - ITME et LCB : le 6 juin 2018.

---

<sup>195</sup> Arrêt de la Cour de cassation du 5 avril 2018, *SFR – Orange*, n° 16-19.186 et n° 16-19.274.

### c) Sur l'individualisation des sanctions

320. En application de l'article L. 464-2 du code de commerce, les sanctions « *sont déterminées individuellement pour chaque entreprise ou organisme sanctionné* ».
321. En fonction des éléments propres à chaque cas d'espèce, l'Autorité peut prendre en considération l'existence de différentes circonstances atténuantes ou aggravantes caractérisant le comportement de chaque entreprise dans le cadre de sa participation à l'infraction, ainsi que d'autres éléments d'individualisation pertinents tenant à la situation de chaque entreprise ou association d'entreprises. Cette prise en considération peut conduire à ajuster la sanction tant à la hausse qu'à la baisse.

#### *Sur l'adaptation de la sanction à la taille du groupe*

322. L'appréciation de la situation individuelle de l'entreprise sanctionnée peut conduire l'Autorité à prendre en considération l'envergure de celle-ci ou du groupe auquel elle appartient<sup>196</sup>. De même, la jurisprudence de l'Union considère légitime de tenir compte du chiffre d'affaires global de l'entreprise, qui donne une indication de sa taille, de sa puissance économique et de ses ressources<sup>197</sup> au moment de l'adoption de la décision<sup>198</sup>. La puissance financière importante d'une entreprise peut justifier de fixer la sanction pécuniaire à un montant plus élevé, afin d'en assurer le caractère dissuasif et proportionné<sup>199</sup>.
323. La cour d'appel de Paris a jugé que, pour appliquer une telle majoration, l'Autorité n'est pas dans l'obligation « *de démontrer en quoi l'appartenance à un groupe a joué un rôle dans la commission des pratiques, dès lors que la société faîtière du groupe, société mère, qui s'est vu imputer les pratiques, et la société auteure des pratiques constituent une entreprise unique au sens du droit de la concurrence* »<sup>200</sup>. De même, elle a jugé que, lorsque la société mère d'un groupe est présumée avoir exercé une influence déterminante sur le comportement de sa filiale, et que, pour cette raison, les pratiques mises en œuvre par celle-ci doivent lui être imputées, « *il s'en déduit, par définition, que l'appartenance [de la filiale au groupe] a joué un rôle dans la mise en œuvre de ces pratiques* »<sup>201</sup>. Selon la jurisprudence de la Cour de cassation, ce n'est en effet que lorsque l'autonomie d'une filiale a été constatée qu'il convient de tenir compte du rôle joué par l'appartenance à un groupe dans la mise en œuvre des pratiques anticoncurrentielles ou de son influence sur la gravité de ces pratiques<sup>202</sup>.
324. En l'espèce, l'infraction en cause a été imputée à Greenweez, en tant qu'auteure, et à Carrefour SA, en tant que société mère. Ces sociétés, prises ensemble, constituent une entreprise au sens du droit de la concurrence, comme établi au paragraphe 251 ci-dessus. Le

---

<sup>196</sup> Arrêt de la Cour de cassation du 28 avril 2004, *Colas Midi-Méditerranée e.a.*, n° 02-15203.

<sup>197</sup> Voir, notamment, arrêt de la Cour de justice du 29 juin 2006, *Showa Denko/Commission*, C-289/04 P, ECLI:EU:C:2006:431, points 16 et 17.

<sup>198</sup> Arrêt de la Cour de justice du 4 septembre 2014, *YKK Corporation*, C-408/12, P, ECLI:EU:C:2014:2153, point 86.

<sup>199</sup> Arrêts de la cour d'appel de Paris du 11 octobre 2012, *Entreprise H. Chevalier Nord e.a.*, point 71 et du 30 janvier 2014, *Société Colgate-Palmolive Service*, n° 2012/00723, point 41.

<sup>200</sup> Arrêt de la cour d'appel de Paris du 27 octobre 2016, *Beiersdorf e.a.*, n° 15/01673, point 426.

<sup>201</sup> Arrêt de la cour d'appel de Paris du 26 octobre 2017, *Caisse des dépôts et consignations e.a.*, n° 17/01658, page 20.

<sup>202</sup> Arrêt de la Cour de cassation du 18 février 2014, *société Pradeau et Morin e.a.*, n° 12-27643.

chiffre d'affaires mondial consolidé hors taxes de Carrefour SA s'élevait à 81,4 milliards d'euros en 2022<sup>203</sup>.

325. L'infraction a également été imputée à la société ITME, en tant qu'auteure, et à la société Les Mousquetaires, en tant que société mère. Ces sociétés, prises ensemble, constituent une entreprise au sens du droit de la concurrence, comme établi au paragraphe 242 ci-dessus. Le chiffre d'affaires mondial consolidé hors taxes de la société Les Mousquetaires s'élevait à 36,7 milliards d'euros en 2022<sup>204</sup>.
326. Ces éléments démontrent une envergure et une puissance financière importantes des groupes Carrefour et ITM, qu'il conviendra de prendre en compte lors de la fixation du montant forfaitaire des sanctions concernant Greenweez (et sa société mère Carrefour SA) et ITME (et sa société mère Les Mousquetaires).

### *Sur les autres éléments d'individualisation*

327. L'Autorité peut tenir compte de circonstances atténuantes susceptibles de conduire à une réduction de la sanction. Parmi les circonstances atténuantes, l'Autorité peut tenir compte du fait que l'entreprise a « durablement adopté un comportement concurrentiel, pour une part substantielle des produits ou services en cause, au point d'avoir perturbé, en tant que franc-tireur, le fonctionnement même de la pratique en cause »<sup>205</sup>. La pratique décisionnelle<sup>206</sup> et la jurisprudence nationale et de l'Union<sup>207</sup> ont admis que cette circonstance pouvait conduire à une atténuation de la sanction individuelle.
328. ITM soutient que l'Autorité devrait atténuer sa sanction compte tenu de sa participation temporelle limitée à l'infraction et à son comportement concurrentiel pendant la durée des pratiques. Elle fait valoir qu'aucun élément du dossier ne démontre qu'elle aurait maintenu ou modifié sa stratégie à la suite de la réunion du 6 juin 2018. Elle affirme qu'elle a tenté à plusieurs reprises de massifier ses achats auprès des fournisseurs qui approvisionnent les deux canaux de distribution et que LCB a un positionnement prix particulièrement compétitif par rapport aux autres enseignes de la GSS.
329. Toutefois, l'Autorité a d'ores et déjà tenu compte du caractère limité de la participation individuelle d'ITME et de LCB à l'infraction, celle-ci n'étant retenue qu'au titre de la réunion du 6 juin 2018, au cours de laquelle ITME a tenu des propos manifestement anticoncurrentiels. L'appréciation du caractère de franc-tireur s'effectue exclusivement au regard du comportement adopté pendant la période infractionnelle retenue. Les éléments relatifs à une période antérieure ou postérieure sont, par nature, inopérants. Partant, il n'y a pas lieu de retenir une circonstance atténuante à ce titre.
330. Carrefour avance que l'Autorité devrait tenir compte de sa participation temporelle limitée aux pratiques, par comparaison avec les autres entités mises en cause. Toutefois, l'Autorité

---

<sup>203</sup> Cote 24 861 et communiqué de presse du Groupe Carrefour du 14 février 2023 (<https://www.carrefour.com/fr/news/2023/chiffre-daffaires-t4-et-resultats-annuels-2022>).

<sup>204</sup> Cote 22 171 et <https://www.pappers.fr/entreprise/les-mousquetaires-789169323>.

<sup>205</sup> Voir, par exemple, décision n° 24-D-06 du 21 mai 2024 relative à des pratiques mises en œuvre dans le secteur des produits préfabriqués en béton, paragraphes 814 et suivants.

<sup>206</sup> Voir, par exemple, décision n° 24-D-09 du 29 octobre 2024 relative à des pratiques mises en œuvre dans le secteur du matériel électrique basse tension, paragraphe 717.

<sup>207</sup> Arrêts du Tribunal de l'Union du 8 juillet 2004, *Dalmine/Commission*, T-50/00, ECLI:EU:T:2004:220, point 292, et du 15 mars 2006, *Daiichi Pharmaceutical/Commission*, T-26/02, ECLI:EU:T:2006:75, point 113.

a déjà tenu compte de la durée de participation individuelle de Greenweez à l'infraction, celle-ci n'étant retenue qu'au titre de la période allant du 31 mars 2017 au 8 mars 2018. En outre, les propos tenus par Greenweez lors de la réunion du 31 mars 2017 et ceux retranscrits à son sujet dans le procès-verbal de la réunion du 8 mars 2018 attestent de sa participation active à l'infraction. Il ne sera donc pas fait droit à la demande de Carrefour.

#### **d) Sur la détermination des sanctions**

331. Au vu de l'ensemble des éléments généraux et individuels exposés ci-dessus, le montant de la sanction infligée à chacune des entités concernées est indiqué dans le tableau ci-dessous :

<b>Entités concernées</b>	<b>Montant des sanctions (en euros)</b>
Synadis Bio	10 000 000
Greenweez	1 850 000
ITME	740 000
LCB	80 000

#### **e) Sur les ajustements finaux**

332. Le montant de la sanction pécuniaire est comparé au maximum légal et limité à ce dernier, le cas échéant. Il est ajusté, lorsqu'il y a lieu, au vu de la capacité contributive de l'entreprise en cause.

#### ***Sur la vérification du plafond légal***

##### ***Concernant Greenweez, ITME et LCB***

333. Le montant maximum des sanctions pécuniaires que l'Autorité peut infliger aux entreprises n'a pas été modifié depuis l'entrée en vigueur de la loi n° 2001-420 du 15 mai 2001 relative aux nouvelles régulations économiques. Il est désormais fixé au sixième alinéa du I de l'article L. 464-2 du code de commerce qui dispose que « [1]e montant maximum de la sanction est, pour une entreprise, de 10 % du montant du chiffre d'affaires mondial hors taxes le plus élevé réalisé au cours d'un des exercices clos depuis l'exercice précédant celui au cours duquel les pratiques ont été mises en œuvre. Si les comptes de l'entreprise concernée ont été consolidés ou combinés en vertu des textes applicables à sa forme sociale, le chiffre d'affaires pris en compte est celui figurant dans les comptes consolidés ou combinés de l'entreprise consolidante ou combinante ».

334. Ce plafond est celui qui s'applique aux sanctions imposées à Greenweez, ITME et LCB en tant qu'auteurs des pratiques, ainsi que solidairement à leurs sociétés mères, le cas échéant.

335. Concernant Greenweez et ITME, le plafond légal correspond donc à 10 % du chiffre d'affaires consolidé hors taxes le plus élevé, réalisé par Carrefour SA depuis l'exercice 2016 pour la première et par Les Mousquetaires depuis l'exercice 2017 pour la seconde. Ces chiffres d'affaires sont au moins égaux aux chiffres d'affaires mentionnés aux paragraphes 324 et 325 ci-dessus.

336. ITME ayant acquis le contrôle conjoint (au mois d'octobre 2019) puis exclusif (au mois de mai 2022) de LCB, le plafond légal de la sanction imposée à LCB est identique à celui d'ITME.
337. Il ressort de la comparaison des montants de sanction et des plafonds légaux tels que décrits aux paragraphes précédents qu'il n'y a pas lieu d'ajuster les sanctions imposées à Greenweez (et solidairement à Carrefour SA), ITME (et solidairement à la société Les Mousquetaires) et à LCB.

#### *Concernant le Synadis Bio*

338. Comme mentionné aux paragraphes 258 et 263 ci-dessus, dans la mesure où les pratiques en cause étaient toujours en cours à la date de la notification de griefs, soit après l'entrée en vigueur de l'ordonnance n° 2021-649 précitée, il convient de faire application de l'article L. 464-2 du code de commerce, tel que modifié par cette dernière, pour la vérification du plafond légal de la sanction imposée au Synadis Bio.
339. Le huitième alinéa du I l'article L. 464-2 du code de commerce précise que « [l]orsque l'infraction d'une association d'entreprises a trait aux activités de ses membres, le montant maximal de la sanction pécuniaire est égal à 10 % de la somme du chiffre d'affaires mondial total réalisé par chaque membre actif sur le marché affecté par l'infraction de l'association ».
340. Le plafond légal de la sanction encourue par le Synadis Bio correspond donc à 10 % de la somme des chiffres d'affaires mondiaux réalisés par l'ensemble des membres du syndicat, dans la mesure où ces derniers sont actifs sur le marché de la distribution de produits bio affecté par l'infraction.
341. En l'espèce, les données présentes au dossier ne permettent de reconstituer que la somme des valeurs des ventes de produits bio réalisées par les sociétés adhérentes du Synadis Bio, montant présenté dans l'annexe confidentielle relative au Synadis Bio<sup>208</sup>.
342. Toutefois, ce montant constitue un minorant du « *chiffre d'affaires mondial total* » des groupes auxquels appartient les sociétés adhérentes du Synadis Bio, au sens du huitième alinéa du I de l'article L. 464-2 du code de commerce. Dans ces conditions, le plafond légal de la sanction pouvant être infligée au Synadis Bio excède en tout état de cause 10 % du montant total des valeurs des ventes de produits bio des adhérents, montant déjà largement supérieur à la sanction infligée au Synadis Bio en l'espèce.
343. Il ressort de ce qui précède que la sanction infligée au Synadis Bio n'excède donc pas le plafond légal.

#### *Sur les capacités contributives*

344. Au titre des éléments propres à la situation de chaque entreprise ou association d'entreprises en cause, l'Autorité apprécie les difficultés financières particulières de nature à entraîner l'insolvabilité dont les parties invoquent l'existence, selon les modalités pratiques indiquées dans le communiqué sanctions.
345. Il appartient aux parties en cause de justifier de l'existence de telles difficultés en s'appuyant sur des preuves fiables, complètes et objectives attestant de leur réalité et leurs conséquences

---

<sup>208</sup> Cotes 29 942 à 29 945.

concrètes sur sa solvabilité, exige que la cour d'appel de Paris a confirmée<sup>209</sup>. Les parties sont, à cet égard, invitées à présenter une demande spécifique à l'Autorité et à documenter ces difficultés en remplissant le questionnaire prévu à cet effet.

346. En l'espèce, ni le Synadis Bio, ni les groupes Carrefour ou ITM n'ont présenté de demande faisant état de difficultés impactant leur capacité contributive.
347. Le Synadis Bio a cependant fait valoir, dans ses observations, qu'aucune amende autre que symbolique ne pourrait lui être infligée, compte tenu du caractère limité de ses ressources financières. Toutefois, dès lors que la sanction pécuniaire du Synadis Bio est calculée en tenant compte du chiffre d'affaires de ses membres, la seule circonstance que le syndicat ne serait pas en mesure de la payer au moyen de ses propres ressources ne saurait suffire à justifier une réduction de la sanction ou le prononcé d'une sanction symbolique. En effet, la loi prévoit un mécanisme de solidarité destiné à permettre le recouvrement des amendes dans cette hypothèse.

#### **4. SUR LE RECOUVREMENT DE LA SANCTION DU SYNADIS BIO**

348. Si le Synadis Bio n'était pas en mesure de s'acquitter de l'intégralité de la sanction en raison de son éventuelle insolvabilité, il lui est d'ores et déjà enjoint, conformément au premier alinéa du VI de l'article L. 464-2 du code de commerce, de procéder à un appel à contributions auprès des distributeurs spécialisés de produits bio adhérents du syndicat afin de couvrir le montant de la sanction prononcée.
349. Cet appel à contribution devra intervenir dans un délai maximum de six mois à compter de la notification de la présente décision. Ce délai sera augmenté, le cas échéant, pour tenir compte de l'échelonnement ou délai de paiement supplémentaire octroyé au Synadis Bio par l'autorité en charge du recouvrement des sanctions, dont le Synadis Bio informera, sans délai, l'Autorité.
350. Dans l'hypothèse où le Synadis Bio ne serait pas en mesure de s'acquitter de l'intégralité de la sanction à l'expiration du délai mentionné au paragraphe précédent, le Synadis Bio en informera l'Autorité sans délai. Il est rappelé à cet égard que le VI de l'article L. 464-2 du code de commerce prévoit que l'Autorité pourra alors exiger directement le paiement du montant impayé de la sanction pécuniaire par toute entreprise dont les représentants étaient membres des organes décisionnels de cette association et, le cas échéant, du montant restant alors impayé par tout membre de l'association qui était actif sur le marché de la distribution de produits bio, marché sur lequel l'infraction a été commise.

#### **5. SUR LES SANCTIONS NON PÉCUNIAIRES**

351. Conformément au premier alinéa du I de l'article L. 464-2 du code de commerce, l'Autorité peut ordonner aux intéressés de mettre fin aux pratiques anticoncurrentielles dans un délai déterminé ou leur imposer toute mesure corrective de nature structurelle ou comportementale proportionnée à l'infraction commise et nécessaire pour faire cesser effectivement l'infraction. Les injonctions prononcées en vertu de cette disposition sont de nature à faire

---

<sup>209</sup> Voir, notamment, arrêt de la cour d'appel de Paris du 4 juillet 2019, RG n° 16/23609, paragraphe 683.

cesser pour l'avenir l'atteinte portée à la concurrence et doivent être proportionnées au regard de l'objectif ainsi poursuivi.

352. Il est souligné à cet égard que, ainsi que l'a jugé la cour d'appel de Paris, il appartiendra à l'Autorité de vérifier si les clauses supprimées n'auront pas été remplacées par d'autres stipulations qui, bien que formulées différemment, produisent les conséquences juridiques prohibées<sup>210</sup>.
353. En l'espèce, l'Autorité enjoint au Synadis Bio de supprimer de son règlement intérieur toute stipulation ayant pour effet de restreindre la liberté des adhérents de commercialiser des marques de produits bio distribuées en GSA.
354. Le Synadis Bio adressera, sous pli recommandé, au service de la procédure et de la documentation de l'Autorité la nouvelle version du règlement intérieur au plus tard dans un délai de six mois suivant la notification de la présente décision.
355. En outre, conformément au dixième alinéa du I de l'article L. 464-2 du code de commerce, l'Autorité peut également ordonner « *la publication, la diffusion ou l'affichage de sa décision ou d'un extrait de celle-ci selon les modalités qu'elle précise. [...] Les frais sont supportés par la personne intéressée* ».
356. En l'espèce, les pratiques établies à l'encontre du Synadis Bio et de Greenweez, Carrefour SA, ITME, LCB et Les Mousquetaires justifient d'enjoindre à ces derniers de publier ou faire publier, à frais partagés et au prorata des sanctions qui leur sont infligées, le résumé figurant à la page 2 de la présente décision dans les versions papier et en ligne d'une revue spécialisée, telle que *LSA*.
357. Les parties informeront le service de la procédure et de la documentation de l'Autorité de la mise en ligne de ces publications le jour même où celles-ci auront été effectuées en lui transmettant, par courriel, le lien d'accès à la page du site internet de la revue choisie. Elles adresseront également, sous pli recommandé, à ce même service, copie de la publication dans la version papier, dans un délai de deux mois à compter de la notification de la décision.
358. Cette publication interviendra dans un encadré en caractères noirs sur fond blanc de hauteur au moins égale à trois millimètres sous le titre suivant, en caractère gras de même taille : « *Décision de l'Autorité de la concurrence n° 26-D-05 du 16 avril 2026 relative à des pratiques mises en œuvre dans le secteur de la distribution des produits alimentaires issus de l'agriculture biologique* ». La publication effectuée dans la version en ligne de la revue devra être maintenue une semaine à compter de sa mise en ligne. Elle pourra être suivie de la mention selon laquelle la décision a fait l'objet d'un recours devant la cour d'appel de Paris si un tel droit est exercé.
359. Les pratiques justifient en outre d'enjoindre au Synadis Bio de communiquer à ses adhérents la présente décision par courriel dans un délai d'un mois à compter de sa notification. Le Synadis Bio transmettra au service de la procédure et de la documentation copie de ce courriel le jour même de son envoi.

---

<sup>210</sup> Arrêt de la cour d'appel de Paris du 21 février 2006, SEMUP, n° 2005/14774.

## DÉCISION

**Article 1<sup>er</sup>** : Il est établi que le Syndicat national des distributeurs spécialisés de produits biologiques (Synadis Bio) et les sociétés suivantes ont enfreint les dispositions des articles 101, paragraphe 1, du TFUE et L. 420-1 du code de commerce en prenant part à une entente unique, complexe et continue ayant pour objet de répartir les marques des fournisseurs de produits alimentaires issues de l'agriculture biologique par canal de distribution GSS et GSA, en s'engageant à ne pas se concurrencer sur ces canaux :

- le Synadis Bio, en tant qu'auteur, du 31 mars 2017 au 11 octobre 2024 ;
- les sociétés Greenweez, en tant qu'auteure, et Carrefour SA en sa qualité de société mère, du 31 mars 2017 au 8 mars 2018 ;
- la société Les Comptoirs de la Bio, en tant qu'auteure, pour sa participation à la réunion du 6 juin 2018 ; et,
- les sociétés ITM Entreprises, en tant qu'auteure, et Les Mousquetaires en sa qualité de société mère, pour la participation d'ITM Entreprises à la réunion du 6 juin 2018.

**Article 2** : Les sociétés Carrefour SA (en tant qu'auteure), So.Bio, CSF et ITM AI sont mises hors de cause.

**Article 3** : Sont infligées, au titre des pratiques visées à l'article 1<sup>er</sup>, les sanctions pécuniaires suivantes :

- 10 000 000 euros au Synadis Bio ;
- 1 850 000 euros à la société Greenweez, solidairement avec la société Carrefour SA ;
- 80 000 euros à la société Les Comptoirs de la Bio ; et,
- 740 000 euros à la société ITM Entreprises, solidairement avec la société Les Mousquetaires.

**Article 4** : Dans l'hypothèse où le Synadis Bio ne serait pas solvable pour s'acquitter de l'intégralité de la sanction mentionnée à l'article 3, et dès lors que celle-ci est infligée en tenant compte du chiffre d'affaires de ses membres, il est enjoint au Synadis Bio de lancer à ses membres un appel à contributions pour couvrir le montant de la sanction pécuniaire dans le délai prévu au paragraphe 349 de la présente décision. Il sera alors procédé, en tant que de besoin, au recouvrement du montant total de la sanction auprès des membres du Synadis Bio comme il est prévu au paragraphe 350 de la présente décision.

**Article 5** : Il est enjoint au Synadis Bio de se conformer à l'injonction prévue aux paragraphes 353 et 354 de la présente décision.

**Article 6** : Il est enjoint aux entités sanctionnées visées à l'article 1<sup>er</sup> de se conformer aux injonctions de publication et de communication prévues aux paragraphes 356 à 359 de la présente décision.

Délibéré sur le rapport oral de Mme Anne-Sophie Rainero et M. Antoine Pidancet, rapporteurs, et l'intervention de M. Erwann Kerguelen, rapporteur général adjoint, par M. Thibaud Vergé, vice-président, président de séance, Mme Muriel Lacoue-Labarthe et Mme Catherine Prieto, membres.

La chargée de séance,

Le président de séance,

Habiba Kaïd-Slimane

Thibaud Vergé

---

© Autorité de la concurrence