II

(Actes dont la publication n'est pas une condition de leur applicabilité)

COMMISSION

DÉCISION DE LA COMMISSION

du 15 mai 1974

relative à une procédure d'application de l'article 85 du traité CEE (IV/400 — accords entre fabricants de verre d'emballage)

(Les textes en langues allemande, française, italienne et néerlandaise sont les seuls faisant foi)

(74/292/CEE)

LA COMMISSION DES COMMUNAUTÉS EUROPÉENNES,

vu le traité instituant la Communauté économique européenne, et notamment son article 85,

vu le règlement n° 17 du Conseil du 6 février 1962 (1), et notamment ses articles 1er, 3 et 5,

vu les notifications présentées le 30 octobre 1962, conformément à l'article 5 paragraphe 1 du règlement n° 17, par Me E.A. Rüdell au nom de l'International Fair Trade Practice Rules Administration (IFTRA) à Vaduz (Liechtenstein), concernant un « contrat type » relatif à des « règles de concurrence loyale », ou « règles IFTRA », appliqué par des fabricants européens de verre d'emballage,

après avoir procédé à des vérifications en application de l'article 14 du règlement n° 17 et entendu les intéressés, conformément à l'article 19 paragraphe 1 dudit règlement et aux dispositions du règlement n° 99/63/CEE du 25 juillet 1963 (2),

vu l'avis du comité consultatif en matière d'ententes et de positions dominantes recueilli, conformément à l'article 10 du règlement n° 17, le 27 mars 1974,

(1) JO n° 13 du 21. 2. 1962. p. 204/62.
(2) JO n° 127 du 20. 8. 1963, p. 2268/63.

I. LES FAITS

considérant que les faits essentiels, relatifs :

A. aux accords conclus pour l'application des « règles IFTRA »,

B. aux accords connexes intervenus entre les participants IFTRA,

C. à la structure de l'industrie concernée,

sont les suivants :

A. LES ACCORDS RELATIFS AUX « RÈGLES IFTRA »

1. Le « contrat type » des règles IFTRA a été notifié dans sa version allemande originale et dans la version française ultérieurement adoptée par les participants français. Cet accord contient les dispositions reproduites ci-après. Les passages entre crochets figurent uniquement soit dans la version allemande (D), soit dans la version française (F).

« Groupe A

Les règles du groupe A comprennent les méthodes de concurrence qui, d'après les lois existantes, sont [F : considérées comme étant] déloyales et contraires à la libre concurrence.

A.1. Vente au-dessous du prix de revient et concurrence nuisible

a) Il est déloyal de vendre des marchandises au-dessous du prix de revient dans le but de mettre en danger des concurrents ou d'anéantir leur existence.

b) Il est déloyal qu'une entreprise offre ou vende, en se servant de sa force financière, des marchandises au-dessous du prix de revient avec le but ou l'effet d'obtenir un monopole sur le marché.

c) Il est déloyal d'offrir systématiquement à des prix inférieurs à ceux d'un concurrent ou d'intervenir systématiquement dans ces offres dans le but de le mettre en danger ou de l'anéantir ; [F : ceci ne comporte pas un engagement de s'adapter aux prix d'un concurrent].

A.2. Discriminations

a) Il est déloyal d'offrir ou d'accorder à des acheteurs du même échelon économique, pour des services de même sorte et de même qualité, des prix, des rabais ou des conditions différents, et par là de nuire non seulement à l'acheteur mais encore au concurrent.

N'appartiennent pas à cette catégorie les différences de prix, rabais ou conditions qui correspondent à la différence de position ou de fonction de l'acheteur à l'intérieur de l'échelon considéré, ou qui correspondent aux quantités différentes d'achats.

L'entreprise a toute liberté de choisir comme elle l'entend ses clients, [F : dans les conditions conformes aux usages commerciaux et dans la mesure de ses disponibilités,] à condition que ce choix n'ait pas pour but ou pour effet d'obtenir un monopole.

b) Il est déloyal d'accorder à des acheteurs des avantages particuliers, tels que primes, cadeau des produits visés en supplément d'autres marchandises, services accessoires, commission de n'importe quelle sorte, crédits [F : sans charge correspondante d'intérêts], de prendre en considération des réclamations non justifiées, ou de facturer des marchandises de deuxième choix, avantages qui ont pour résultat une diminution du prix et qui ne sont pas accordés de la même façon à tous les acheteurs [F : pouvant entrer en comparaison].

c) Il est déloyal d'accorder des rabais pour achats en grandes quantités, des remises annuelles ou toute autre remise dépendant de la quantité achetée, tant que cette quantité [F : stipulée dans les conditions de vente du producteur selon les usages commerciaux], n'a pas été atteinte ; il est également déloyal d'accepter tacitement des déductions de cette sorte.

d) Il est déloyal d'accorder à un tiers, en relation avec la conclusion d'une affaire, des dédommagements de n'importe quelle sorte ou d'autres avantages qui, d'après les prescriptions de la loi, ne sont pas dus et qui représentent par leur but et leur effet des dédommagements non justifiés.

A.3. Ventes liées

Il est déloyal de viser à l'écoulement d'articles superflus par la livraison d'articles de nécessité vitale pour lesquels règne la pénurie.

A.4. Imitations

Il est déloyal d'imiter des marques de fabrique, des noms commerciaux ou d'autres caractéristiques de concurrents dans le but d'induire les acheteurs en erreur.

A.5. Utilisation trompeuse d'articles d'appel

a) Il est déloyal de vendre des marchandises au-dessous du prix de revient dans le but d'éveiller l'apparence que les prix de l'entreprise sont en général particulièrement bon marché.

b) Il est particulièrement déloyal de vendre des marchandises au-dessous du prix de revient dans le but de promouvoir la vente d'autres articles et de compenser par là la perte subie sur les articles d'appel, avec pour but ou pour effet de tromper l'acheteur.

A.6. Tromperie d'acheteurs et de concurrents

a) Il est déloyal de faire des offres de prix ou des promesses de rabais, d'escomptes ou d'autres conditions particulières, dont la réalisation n'est pas envisagée sérieusement ou est [D : manifestement] impossible dès la conclusion du contrat.

C'est une tromperie déloyale pour une entreprise de déroger secrètement à ses offres [D : publiquement diffusées, et notamment publiées dans / F : ou à] ses listes de prix, afin d'obtenir des avantages en profitant et en abusant de la confiance que portent les acheteurs et les concurrents à la valabilité de la liste de prix.

b) Il est déloyal d'établir [D : intentionnellement] de fausses factures ou de faux justificatifs, [D : de telle sorte que les éléments commerciaux y figurant tels que prix, diminutions ou augmentations, décompte de prestations annexes, etc. soient] rendus mensongers par la mention de données inexactes ou par la non-mention de détails importants.

Une tromperie déloyale est à supposer si les factures ne sont pas identiques aux confirmations de commandes, même s'il s'agit de différences, en plus ou en moins, de quantité réduite, qui ont pour résultat un changement de la valeur finale.

c) Il est déloyal d'offrir ou de vendre des marchandises avec de faux renseignements sur l'origine, le mode de fabrication, [D : l'état et la qualité / F : les matières premières] ou les possibilités d'utilisation.

A.7. Preuve

Dans les cas de litige, on peut présumer qu'il y a acte de concurrence déloyale s'il peut être prouvé qu'une entreprise pratique des prix, remises ou conditions discriminatoires ou qui dérogent aux listes de prix publiées.

L'entreprise peut réfuter cette présomption en apportant des justifications convaincantes, telles que baisses de prix correspondant à une nécessité particulière [D : purement temporaire] du marché (par exemple ventes forcées en cas de faillite ou de liquidation judiciaire).

La défense peut aussi apporter la preuve que le prix diminué, ou le rabais élevé, ou les avantages spéciaux ont été accordés à un seul acheteur, seulement pour combattre efficacement de nouvelles mesures de prix d'un concurrent.

Cette justification n'est admise que si l'entreprise prouve qu'elle n'a pas dépassé les limites d'une légitime défense, c'est-à-dire qu'elle a seulement adapté son prix à celui de ce concurrent sur le marché régional, sans l'avoir sous-coté.

Groupe B

Le groupe B comprend les règles et principes qui sont considérés comme courants dans la branche et dont l'observation [D : peut donc être importante pour / F : est d'importance pour le jugement sur] la loyauté des méthodes commerciales.

B.1. Fidélité aux contrats

Les contrats conclus par écrit ou oralement sont des obligations qui sont à observer selon la lettre et selon l'esprit.

B.2. Listes de prix

La publication et la diffusion de listes individuelles de prix bruts et de rabais sont courantes dans la branche, étant donné la multitude d'articles.

B.3. Prix destructifs

Les prix doivent être calculés de telle façon qu'ils couvrent les frais calculés selon une méthode normale et qu'ils laissent aux fournisseurs la possibilité de remplir leurs obligations vis-à-vis de l'État, du personnel, des créanciers et des fournisseurs.

Par conséquent, tous les frais particuliers qui sont à considérer d'après un calcul normal comme éléments nécessaires du prix de revient doivent être par principe pris en considération pour le calcul des frais généraux.

B.4. Conservation des dossiers de calcul et de réclamation

Chaque fabricant doit constituer et conserver des dossiers sur la détermination de ses coûts.

Chaque fabricant doit conserver les dossiers de réclamation.

B.5. Fonction de l'acheteur

Le fournisseur doit vérifier [F : conformément aux usages commerciaux] la fonction de son acheteur avant d'accorder des rabais ou autres avantages courants dans le commerce, afin d'éviter des discriminations injustifiées.

B.6. Qualité

[D : Les producteurs ne connaissent que le premier choix]. Les marchandises de qualité défectueuse ne sont pas exportées.

B.7. Capacité des récipients

[F : Il est considéré comme condamnable de travailler dans la moitié inférieure des tolérances des lois sur les poids et mesures].

Lorsqu'il existe des feuilles de normes, on s'y conforme de façon courante.

Groupe C : Informations de prix trompeuses

[F : Sous réserve des réglementations légales applicables,] quiconque promet à ses concurrents des informations sur ses propres prix afin d'éliminer le mensonge de la concurrence et ensuite [D : ne communique pas ou pas immédiatement les baisses de prix ou les communique de façon inexacte / F : applique d'autres prix sans donner d'informations ou en donnant des renseignements trompeurs] agit déloyalement.

Groupe D : Cessation et dédommagement

À celui qui entreprend des actions de concurrence qui, d'après les règles, sont déloyales, peut être réclamé la cessation et le dédommagement.

La signature des règles entraîne [D : notamment pour le signataire] l'obligation de réparer le dommage causé aux cosignataires par une violation des règles du groupe C. Ce dommage est présumé atteindre un minimum de 30 % du chiffre d'affaires en cause dans l'action en tromperie. Le paiement a lieu en faveur de tous les autres cosignataires et est réparti entre eux. La victime du dommage a toujours la faculté de faire valoir un dommage plus grand.

Groupe E : Procédure

Les dispositions suivantes règlent la procédure pratique pour la constatation objective des faits, l'expertise arbitrale et la décision d'un tribunal d'arbitrage.

I. Expertise arbitrale

1. Les demandes de constatation des faits et d'expertise arbitrale par l'International Fair Trade Practice Rules Administration (IFTRA) à Vaduz doivent être transmises avec une copie qui est communiquée à l'autre partie à la procédure, laquelle doit prendre position dans les deux semaines, également avec une copie.

2. Les parties à la procédure doivent fournir à l'IFTRA toutes les données et les documents nécessaires à la clarification objective des faits.

3. L'IFTRA est seulement autorisée à exploiter dans le cadre de la procédure les détails commerciaux et d'exploitation portés à sa connaissance et elle est en outre tenue au secret.

.....

6. Sur demande, l'expertise arbitrale peut être portée à la connaissance de tous les signataires des règles, en nommant les parties.

.....

II. Tribunal d'arbitrage

Si une partie ne veut pas accepter l'expertise arbitrale et s'engager à l'appliquer, l'autre partie peut faire appel à la décision d'un tribunal d'arbitrage international . . .

III. Droit applicable

L'expertise arbitrale et les décisions du tribunal d'arbitrage doivent se baser sur les présentes règles de concurrence loyale et en outre sur l'équité, mais d'une manière qui sauvegarde les limites posées par la législation concernant les limitations de concurrence existant dans le pays de la partie perdante . . . »

2. Les produits visés par l'accord IFTRA sont divers récipients en verre creux blanc, mi-blanc ou diversement coloré, à savoir:

a) les bouteilles pour boissons (vins, spiritueux, eaux, bières, limonades, jus de fruits), pour produits alimentaires (huile, vinaigre, lait, yoghourt), pour produits chimiques, d'entretien et articles de droguerie ;

b) les pots et bocaux pour conserves industrielles ou ménagères ;

c) les flacons pour produits pharmaceutiques, cosmétiques et autres.

3. Des vérifications effectuées par la Commission, il apparaît que les entreprises suivantes, ou les entreprises qui les ont précédées, productrices de bouteilles (b), de pots à conserves (p) ou de flacons (f), ont adhéré, aux dates indiquées, aux « règles IFTRA » pour les bouteilles à boissons (colonne 1) ou pour les flacons et verres à conserves (colonne 2) ;

1	2	b	p	f	
					ALLEMAGNE
1955	1965	x	x	x	AG der Gerresheimer Glashüttenwerke (« *Gerresheim* »), à Düsseldorf-Gerresheim et ses filiales :
1955	1965	x	x		— Glashütte Achern GmbH, à Achern
1955		x			— Amberger Flaschenhütten GmbH, à Amberg
1955	1965	x	x		— Glashütte Budenheim GmbH, à Budenheim
1955	1965	x	x	x	— Oldenburgische Glashütte GmbH, à Oldenburg
1955		x			— Glashütte Heilbronn, à Heilbronn

1	2	b	p	f	
1955	1965	x	x	x	Veba-Glas AG (« *Ruhrglas* »), à Essen-Karnap
1955	1965	x	x	x	H. Heye Glasfabrik « Schauenstein » (« *Heye* »), à Obernkirchen/Hannover
1955		x			Nienburger Glas, Himly, Holscher & Co (« *Nienburg* »), à Nienburg/Weser
1955		x			Bayerische Flaschen-Glashüttenwerke Wiegand & Söhne GmbH, à Steinbach am Wald/Ofr.
1955	1965	x	x	x	Carl. Aug. Heinz Glashüttenwerke, à Kleintettau et Schleiden
1955	1965	x	x	x	Lüner Glashüttenwerke GmbH, à Altlünen, Post Lünen/Westf.
	1965	x	x	x	Glashüttenwerke Ernst W. Müller GmbH, à Kipfenberg/Bayern
	1965		x		Noelle & von Campe Glashütte GmbH, à Boffzen/Weser über Höxter
	1965	x	x		Oberland-Glas, à Bad Wurzach/Allgäu
1955	1965	x	x	x	Spessarter Hohlglaswerke GmbH, à Lohr am Main
1955	1965	x	x	x	Tettauer Glashüttenwerke AG, à Tettau/Oberfranken
	1965		x		Weck Glaswerk GmbH, à Bonn-Duisdorf
					BELGIQUE
	1955		x	x	Verlica-Momignies SA (« *Verlica* »), à Bruxelles
1955		x			Bouteilleries belges réunies SA (« *BBR* »), à Jumet
1955/72	1955/72	x	x	x	Verreries de Fauquez SA (1), à Virginal-Fauquez
					PAYS-BAS
1955	1955	x	x	x	NV Vereenigde Glasfabrieken (« *Schiedam* »), à Schiedam
					FRANCE
1960		x	x	x	Boussois-Souchon-Neuvesel SA (« *BSN* »), à Paris
1960		x	x		Saint-Gobain Emballage SA (« *Saint-Gobain* »), à Neuilly-sur-Seine
1960/72		x			Verreries de Blanc-Misseron SA (« *Misseron* »), à Valenciennes
1960		x			Verrerie ouvrière d'Albi SA, à Albi
1960		x			Verreries du Puy-de-Dôme SA, à Paris
					ITALIE
1961/71		x	x	x	Bordoni Miva vetrerie riunite SpA (« *Bordoni* »), à Milan
1961/71		x			AVIR (Aziende vetrarie italiane Ricciardi SpA) (« *Ricciardi* »), à Naples
1961/71		x			Vetreria Italiana Vetr. I. SpA, à Carcare (Savona) } (« *Vetri* »)
1961/71		x			Ve.Tri. (Vetreria Triveneta) SpA, à Vicence } (« *Vetri* »)

(1) Société en liquidation depuis le 1er février 1972.

4. En mars 1955, après des conversations préliminaires entre Gerresheim, Ruhrglas, Heye, Schiedam et les deux comptoirs belges prédécesseurs de BBR et Verlica, les règles IFTRA furent adoptées par les fabricants allemands, belges et néerlandais susvisés en ce qui concerne les bouteilles et rendues également applicables aux marchés belge et néerlandais pour les pots et flacons.

En avril 1960, les règles IFTRA pour les bouteilles furent signées par cinq fabricants français, dans une version modifiée aux fins de soumission aux autorités françaises (compte rendu de la réunion IFTRA du 28 avril 1960) d'où les divergences relevées entre les textes notifiés selon qu'ils sont rédigés en allemand ou en français.

5. En 1961, les producteurs italiens, ayant établi des tarifs pour leur marché intérieur pour les bouteilles vertes et demi-blanches, signèrent les règles IFTRA pour ces seuls produits. Indépendamment du fait que le domaine des produits visés était plus restreint pour l'Italie que pour les autres pays, la participation des bouteillers italiens resta sporadique et difficile et cessa à la fin de l'année 1971.

En 1965, la majorité des flaconniers allemands signèrent les règles IFTRA pour leur marché intérieur.

Au début de l'année 1971, les bouteillers français signataires des règles IFTRA se déclarèrent d'accord pour étendre celles-ci à l'ensemble du verre d'emballage. Cette déclaration n'aurait toutefois pas été suivie d'effet. Misseron a démissionné de l'IFTRA en mai 1972, avec effet du 31 décembre 1972.

6. Les marchés géographiques visés par les règles IFTRA sont ou étaient donc :

a) pour l'ensemble des bouteilles blanches et colorées, les marchés de l'Allemagne, de la Belgique, du Luxembourg et des Pays-Bas, depuis 1955, et de la France, depuis 1960 ;

b) pour les seules bouteilles demi-blanches et vertes, le marché de l'Italie, de 1962 à 1971 ;

c) pour les pots et flacons de toutes teintes :

— les marchés du Benelux, depuis 1955,

— le marché de l'Allemagne, depuis 1965.

7. Des enquêtes effectuées par la Commission, il ressort que l'application de l'accord sur les règles IFTRA était examinée, dans le cadre d'une organisation structurée, au cours des réunions :

a) d'un comité restreint, dit des « représentants des signataires IFTRA », formé de délégués des entreprises suivantes :

— depuis 1955 : Gerresheim, Ruhrglas, Schiedam et BBR,

— depuis 1958 : Verlica,

— depuis 1960 : Saint-Gobain, BSN, Misseron,

— de 1962 à 1971 : Bordoni (groupe Saint-Gobain),

— de 1966 à 1971 : Ricciardi et Vetri,

— depuis 1966 : Heye,

— depuis 1969 : Nienburg ;

b) de l'assemblée générale annuelle des signataires IFTRA.

8. Les frais d'administration de l'accord IFTRA et les conseil d'un avocat (M[e] Rudell) sont couverts par les cotisations des entreprises participantes qui correspondaient tout d'abord à 0,02 % du chiffre d'affaires réalisé au cours de l'année précédente pour les produits visés. Depuis 1963, une cotisation globale fixe est répartie par pays et recouvrée par chaque fédération nationale auprès de ses adhérents, qui participent à l'accord, sur la base de leur chiffre d'affaires. La cotisation annuelle globale de 1972 était de 100 000 francs suisses répartis selon la clef suivante :

signataires allemands :	42,00 %,
signataires belges :	5,68 %,
signataires français :	37,00 %,
signataires italiens :	9,64 %,
signataire néerlandais :	5,68 %.

9. Depuis le 29 janvier 1960, les réunions des «représentants des signataires IFTRA » ont eu lieu au rythme régulier de trois réunions par an, dont une précédant immédiatement l'assemblée générale annuelle. Les réunions IFTRA des trois dernières années ont été tenues les :

— 4 février 1970	à Bruxelles,
— 12 juin 1970	à Ajaccio (assemblée générale),
— 28 octobre 1970	à Rome,
— 25 janvier 1971	à Amsterdam,
— 25 juin 1971	à Hambourg (assemblée générale),
— 21 octobre 1971	à Bruxelles,
— 2 février 1972	à Paris,
— 8 juin 1972	à Bruxelles,
— 18 novembre 1972	à Bruxelles.

La réunion de février 1972 a, entre autres, reçu rapport sur les vérifications faites par les services de la Commission au cours des mois précédents. Les deux dernières réunions de 1972 ont examiné le problème de l'adoption éventuelle d'un texte modifié des règles IFTRA.

10. Des comptes rendus des réunions IFTRA, il ressort que les problèmes examinés ont porté notamment sur l'application de l'accord en ce qui concerne :

a) la fixation des prix d'exportation en fonction des prix intérieurs des partenaires dans le pays de destination (voir points 11 et 12) ;

b) la connaissance des prix respectifs desdits partenaires par l'échange de leurs listes de prix, remises et conditions commerciales et de tout changement et dérogation (voir points 13 à 18).

a) **Fixation des prix à l'exportation**

11. Concernant la fixation des prix d'exportation sur la base des prix intérieurs des partenaires dans le pays de destination, les intéressés partent des considérations suivantes, résumées des comptes rendus des réunions des représentants IFTRA des 27 janvier 1959, 18 et 19 janvier 1961, 29 mars 1966 et des assemblées générales des 24 juin 1966 et 30 mai 1967 :

« La diminution des prix intérieurs, pour répondre aux sous-cotations étrangères, coûte plus au producteur national qu'au producteur étranger ; le premier détenant la plus grande part du marché, son bénéfice diminue pour de plus grandes quantités. Le producteur dominant un marché (« price-leader naturel ») fixe librement ses prix sur ce marché et en informe les autres producteurs. Ces derniers fixent leurs prix à l'exportation vers son pays sur la base de cette information, parce qu'ils ne pourront jamais vendre plus cher que le producteur dominant le marché et ne peuvent espérer gagner le marché par des prix plus bas, que le producteur national suivra, avec pour résultat une baisse générale des prix de vente. Les frais et les salaires ne cessant de monter, tous les producteurs éprouvent la nécessité d'une augmentation répétée. Celui qui augmente ses prix le premier est le price-leader s'il est suivi par les autres ».

12. L'application pratique du principe ainsi défini est illustrée par les cas concrets examinés lors de réunions IFTRA postérieures à la notification des règles (les dates entre parenthèses se réfèrent aux comptes rendus de ces réunions ; la précision AG indique qu'il s'agissait d'une assemblée générale) :

i) Gerresheim regrette que les flaconniers français et italiens n'aient pas encore signé les règles IFTRA parce qu'un producteur français et un italien font en Allemagne des cotations qui présentent une dérogation aux prix allemands apparemment basée sur une connaissance insuffisante du marché (24 janvier 1963, point 8) ;

ii) sur demande de Schiedam concernant l'octroi par une usine belge, membre du comptoir prédécesseur de BBR, d'avantages contraires à son contrat de vente, il est précisé qu'un escompte de 2 % a été concédé à la maison Coca-Cola seulement, pour paiement dans les huit jours, pour s'adapter au prix pratiqué par un producteur néerlandais tiers (24 janvier 1963, point 7 *in fine ;* 21 mai 1963, point 7).

iii) BBR rapporte que, à la suite d'une augmentation des prix de vente en Allemagne, des brasseurs allemands demandent des livraisons aux prix intérieurs belges. M^e^ Rüdell indique qu'il n'existe pas d'obligation de vendre aux prix du pays producteur en cas d'exportation et que la demande ne peut être justifiée par l'interdiction des discriminations entre acheteurs énoncée à l'article 85 paragraphe 1 sous d) parce que les livraisons à l'exportation ne sont pas, pendant la période transitoire de la formation du marché commun, équivalentes aux livraisons intérieures et que les conditions inégales n'infligent pas un désavantage dans la concurrence aux demandeurs d'offres (24 janvier 1963, points 3 et 4 ; 21 mai 1963, points 3 et 4) ;

iv) les délégués italiens demandent si les cotations des bouteillers allemands en Italie, aux prix italiens, qui sont de 50 % inférieurs aux prix allemands, représentent un dumping interdit. M^e^ Rüdell répond par la négative (21 mai 1963, point 5) ;

v) difficultés de Gerresheim avec l'Office fédéral des ententes à la suite d'une plainte d'un exportateur allemand de vin prétendant que son fournisseur de bouteilles, un revendeur d'Anvers, avait relevé ses prix de façon inacceptable à la suite d'une entente entre Gerresheim et BBR. Gerresheim a expliqué qu'il n'avait pas demandé l'alignement des prix belges sur ses propres prix mais simplement signalé à BBR, à l'occasion d'une discussion de normes techniques, que les prix des bouteilles offertes en Allemagne par ce revendeur ne correspondaient pas à la liste de prix belge pour l'exportation en Allemagne (18 janvier 1965, point 2 sous b) ; AG 29 avril 1965, point 1 sous a) ;

vi) l'industrie belge a repris sa position sur le marché des bocaux stérilisateurs grâce à un nou-

veau modèle qui lui a permis d'augmenter son prix de 10 %. Ce fait a été communiqué aux producteurs allemands qui vendaient en Belgique au-dessous des prix allemands pour défendre le marché belge contre les exportations de l'Est. Le fait que le contingent accordé aux importations de l'Est est maintenant respecté paraît rendre superflues ces pertes d'argent (18 janvier 1965, point 2 sous c) ;

vii) Ruhrglas rapporte qu'une coopérative d'achat de bouteilles à laquelle, pour manque de service et de stockage, elle n'avait pas accordé de rabais de revendeur, a reçu un tel rabais de la part d'un producteur italien (AG 24 juin 1966, point IV sous 1). Il s'agissait toutefois de bouteilles jaunes, non couvertes par les règles IFTRA signées par les Italiens (26 octobre 1966, point 3) ;

viii) à l'occasion d'un litige relatif aux exportations de pots à conserves par l'entreprise allemande Weck, en 1961, il était apparu que Schiedam ne pouvait prouver les prix pratiqués par Weck aux Pays-Bas par défaut de communication des prix d'exportation de Weck. Une telle preuve serait facilitée si les producteurs, outre leurs tarifs intérieurs, établissaient et se communiquaient leurs listes de prix à l'exportation (26 octobre 1966, point 6 ; AG 30 mai 1967, point IV sous 3) ;

ix) Ruhrglas aurait voulu demander aux délégués italiens (absents) si c'est un signataire qui, pour la livraison à une brasserie allemande de plusieurs millions d'euro-bouteilles brunes de 0,5 l, a sous-coté de 20 à 30 % les prix allemands. Mais on le saura dès que ces bouteilles seront mises en circulation après remplissage. S'il s'agit d'un signataire IFTRA, la question se posera de savoir s'il faut ouvrir une procédure pour la constatation objective des faits (28 octobre 1970, point 4 sous c).

b) **Échange de renseignements sur les prix**

13. La fixation des prix à l'exportation étant fonction de la connaissance des prix intérieurs des partenaires dans le pays de destination, le problème de la communication des listes de prix, remises, conditions et dérogations respectives, directement de producteur à producteur ou par l'intermédiaire de bureaux nationaux ou d'un bureau central européen, a été examiné à de nombreuses reprises par les signataires IFTRA.

14. Après l'adhésion des bouteillers italiens, à la fin de l'année 1961, une ou plusieurs entreprises par pays furent chargées de centraliser les listes de prix, rabais et conditions des producteurs nationaux et de les communiquer à chaque homologue étranger. Tout changement intervenu dans la liste de prix, les remises et les conditions devait être notifié. De plus, des informations sur les changements apportés dans des cas individuels devaient être fournies sur demande, chaque participant ayant le droit de s'informer quand un client prétend avoir des cotations plus favorables (comptes rendus des réunions des « représentants » des 12 octobre 1961, 23 janvier 1962, 4 mai 1962, lettre de M[e] Rüdell aux participants du 6 novembre 1962).

15. Ultérieurement, des bureaux d'information nationaux sur les prix furent établis en 1962 à Paris pour le flaconnage et à Bonn (puis Düsseldorf) pour les bouteilles, à la fin de l'année 1963 à Bruxelles pour le verre d'emballage, et mis à la disposition des participants IFTRA pour tout renseignement sur les marchés respectifs. Les bureaux de Paris et de Bruxelles furent dissous à la fin de l'année 1969.

16. Lors de l'assemblée générale des signataires IFTRA tenue à Naples le 30 mai 1967, l'échange d'informations fit l'objet d'un long développement résumé ci-après sur la base du compte rendu de l'assemblée, points IV sous 3 et IV sous 5 ;

« Les producteurs nationaux échangent leurs listes de prix et se sont promis de se donner des informations sur chaque sous-cotation qu'ils font à leur propre liste. Le producteur exportateur peut aussi avoir intérêt à arrêter une liste de prix d'exportation et à la communiquer au producteur national. Au début, il devra aussi communiquer les prix de ses exportations sporadiques.

L'expérience montre qu'il est préférable de faire cet échange à l'échelon national, par l'intermédiaire d'un bureau neutre qui classe les informations sur les dérogations, sans les distribuer à tous les partenaires qui ont seulement le droit de demander une information quand ils veulent vérifier l'allégation d'un client. C'est ainsi que les producteurs allemands, belges et français ont mis leurs bureaux d'échange d'informations de prix nationaux à la disposition des autres signataires IFTRA et il est recommandé aux producteurs italiens et néerlandais de faire de même. La promesse d'échange d'informations de prix n'est pas contenue dans le texte des règles IFTRA, qui se bornent à tirer les conséquences d'une telle promesse dans le groupe C. L'expérience a montré qu'il est utile de remplacer la simple promesse donnée en dehors des règles par un contrat détaillé du bureau d'échange d'informations des prix. »

17. Au début de l'année 1970, après la dissolution des bureaux français et belge, il fut décidé que l'échange continuerait directement entre les producteurs, « mais il ne faut pas donner motif à la suspi-

cion qu'un tel échange direct d'informations donne lieu à des concertations de prix vis-à-vis de clients individuels » (réunion du 4 février 1970, point 5).

18. D'un certain nombre de cas constatés de communications de renseignements faites par Schiedam, BBR et Saint-Gobain à d'autres signataires IFTRA, en particulier aux autres « représentants » des signataires, et dont les derniers datent des 11 août, 28 septembre et 29 octobre 1971 pour Schiedam, 22 octobre et 31 décembre 1971 pour BBR, 22 janvier 1971 pour Saint-Gobain, il résulte que les renseignements communiqués concernaient les nouveaux tarifs applicables à partir d'une date donnée, les modifications apportées à ces tarifs, les noms des embouteilleurs auxquels des prix spéciaux étaient concédés.

B. LES ACCORDS CONNEXES

Les signataires IFTRA ont également traité d'aspects connexes qui ne résultaient pas directement des règles elles-mêmes, notamment :

a) l'harmonisation des prix à l'échelon du marché commun par l'application d'un schéma de calcul identique (voir points 19 et 20) ;

b) l'adoption généralisée du système des prix rendus (voir points 21 et 22).

a) Schéma commun de calcul des prix

19. Les différences de prix de vente entre les producteurs et entre les marchés nationaux étant dues aux différences dans les méthodes de calcul des prix de revient — fondées les unes sur le poids du produit, les autres sur la difficulté de sa fabrication —, il fut décidé d'établir un schéma de calcul unique, « pour éviter que le désarmement douanier progressif amène les clients et les revendeurs à se servir des différences entre les systèmes nationaux de calcul à leur profit et au détriment des producteurs » (comptes rendus des assemblées générales des 24 juin 1966, 30 mai 1967 et 6 juin 1969).

20. Le schéma établi en janvier 1970 consiste en une liste et définition des différents postes de coût à retenir, imputés, selon les cas, au poids, au temps de machines (ou aux deux en une répartition 50 %-50 %) ou par article. Ce schéma permet à ses utilisateurs d'arriver à des courbes de prix de revient parallèles, sinon identiques. Il est « destiné à la fixation des prix de vente, et non à la gestion interne des usines. Les sociétés... établissent leurs prix de revient selon la méthode traditionnelle, mais elle doivent ensuite les comparer avec les prix de revient établis selon le schéma IFTRA... pour éviter de graves erreurs » (procès-verbal de la réunion des experts en matière de prix de revient du 12 janvier 1971). Le schéma est uniformément appliqué en bouteillerie par les signataires IFTRA. Certains (Ruhrglas, Schiedam, Saint-Gobain) l'appliquent également en flaconnerie. L'étude d'une adaptation éventuelle du schéma en vue de son application généralisée au flaconnage a été entamée en 1972.

b) Adoption du système des prix rendus

21. Les utilisateurs et les revendeurs comparant non seulement les prix mais aussi les conditions de vente, les signataires IFTRA adoptèrent dès 1960 le système des prix franco gare ou domicile du client.

BBR ayant rapporté à l'assemblée générale IFTRA de juin 1966 que de gros embouteilleurs d'un même produit, installés dans différents pays d'Europe, commençaient à concentrer leurs achats dans les pays aux prix les plus bas, l'importance du prix franco, déjà appliqué, fut rappelée à cette occasion (point IV sous 3 du compte rendu) et, à nouveau, à l'assemblée générale de mai 1967 :

« Le prix franco combine le prix de la marchandise avec une moyenne des frais de transport. Ce système facilite la vente à longue distance, parce qu'il évite la comparaison nuisible du prix bas de l'usine proche avec le prix plus élevé de l'usine éloignée et il restreint d'une manière naturelle et commerciale le rayon de distribution. Ainsi, des rayons de distribution définis par le calcul du prix franco pourraient remplacer les frontières nationales d'une manière plus économique » (point III sous 3 du compte rendu).

Une note interne de Ruhrglas du 17 mai 1968, concernant la demande de la brasserie Heineken à Rotterdam de prix « départ usine » au lieu de prix franco, précise que ceci « pose des questions de principe au regard des règles IFTRA. Une décision unilatérale de notre part ne doit donc pas intervenir avant d'avoir parlé à tous les fournisseurs occidentaux (Gerresheim, BBR, Schiedam et Me Rüdell) ».

Enfin, aux assemblées générales IFTRA de juin 1966, juin 1969 et juin 1970, le cas fut rappelé d'une société multinationale américaine, utilisatrice de verre creux et possédant des installations de production en

France et en Allemagne, qui, ayant constaté que les prix étaient inférieurs en Allemagne, avait voulu acheter dans ce pays et faire livrer directement à son usine française. Le producteur allemand refusa en arguant de ce qu'il pratiquait le prix franco domicile.

22. Les directeurs de ventes de signataires IFTRA ayant constaté que tous les pays pratiquaient des prix franco gare ou domicile qui comprennent un « emballage standard », notion différente selon les pays, ce problème fut examiné par un groupe d'experts. L'emballage palettisé avec plateau sous housse plastique thermorétractable, considéré comme le mieux adapté aux besoins, fut retenu comme emballage standard compris dans le prix franco avec indice 100 pour calculer les majorations et rabais correspondants (compte rendu de l'assemblée générale du 6 juin 1969, point 3).

C. STRUCTURE DE L'INDUSTRIE DU VERRE D'EMBALLAGE

23. L'industrie du verre d'emballage se subdivise en deux grands secteurs dont les produits sont largement homogènes :

a) bouteilles et bonbonnes ;

b) flaconnages de toute sorte et verres à conserves.

Ces deux secteurs sont caractérisés par un nombre relativement restreint d'entreprises :

24. *En Allemagne*

— Gerresheim, filiale à 75 % de Owens Illinois, détient environ 40 % du marché du verre d'emballage, secteur dans lequel elle a réalisé en 1969/1970 un chiffre d'affaires de 434,6 millions de DM,

— Veba-Glas (Ruhrglas) couvre environ 24 % du marché du verre d'emballage ; son chiffre d'affaires de 1971 a été d'environ 400 millions de DM dont 50 millions en verre à conserves,

— Heye a une part de marché de 10 à 12 % pour les bouteilles à boissons, domaine dans lequel elle a un chiffre d'affaires d'environ 100 millions de DM.

Le reliquat est détenu par Nienburg et un certain nombre de petites entreprises, presque toutes signataires des règles IFTRA.

Les quatre entreprises Gerresheim, Veba-Glas, Heye et Nienburg couvrent ensemble quelque 88 % du marché allemand des bouteilles en verre.

25. *En Belgique* ne subsistent actuellement que deux entreprises, BBR pour les bouteilles et Verlica pour les bocaux et flaconnages, qui ont réalisé respectivement en 1970 un chiffre d'affaires d'environ 1,2 milliard de FB et qui sont liées entre elles et au groupe français Saint-Gobain par des participations financières et des administrateurs communs.

26. *Aux Pays-Bas,* la seule grande entreprise existante, Schiedam (contrôlée à 60 % par BSN depuis janvier 1973), a réalisé en 1971 un chiffre d'affaires de 133 millions de florins. Son monopole de fait est tempéré par les activités de la Glasindustrie Dongen NV, qui fabrique surtout des bocaux à conserves et des bouteilles pour les industries de boissons non alcoolisées, et par des importations d'Allemagne et de Belgique qui représentent le plus fort mouvement d'échange de verre d'emballage du marché commun. Une des préoccupations essentielles de Schiedam, exprimée au cours des diverses réunions IFTRA, a été d'essayer d'endiguer ce flot qui menaçait sa position.

27. *En France,* deux puissants groupes dominent le marché de la bouteillerie-flaconnerie et, en partie, celui des industries utilisatrices :

— BSN détient plus de 50 % du marché français des bouteilles en verre, 50 % des pots à conserves et 25 % du flaconnage, secteurs dans lesquels il a réalisé respectivement en 1971 un chiffre d'affaires de 420, 41 et 66 millions de FF. Du côté des utilisateurs de verre d'emballage BSN couvre 45 % du marché de la bière, 30 % des eaux minérales et soft drinks, 70 % des aliments pour enfants, ce qui lui garantit des débouchés importants,

— Saint-Gobain Emballage détient environ 40 % du marché français pour les bouteilles et les pots et Saint-Gobain Desjonquères environ 75 % du marché du flaconnage.

A côté de ces deux groupes subsistent deux entreprises moyennes, Verrerie-Cristallerie d'Arques J. G. Durand et Cie, contrôlée par Saint-Gobain, et Verreries mécaniques champenoises, dans laquelle BSN détient une participation minoritaire, et quatre petites entreprises, dont trois signataires IFTRA, qui ne couvrent qu'un faible pourcentage du marché français du verre d'emballage.

Parmi ces dernières, la Verrerie de Blanc-Misseron détient environ 1,5 % du marché français des bouteilles.

28. *En Italie,* les groupes Saint-Gobain (Bordoni-Miva), Ricciardi (dans lequel Saint-Gobain détient une participation de 25 %) et Vetri, réunis au sein du comptoir Covir et qui étaient signataires IFTRA jusqu'à la fin de l'année 1971, représentent environ 40 % de la production totale de bouteilles.

29. *En Grande-Bretagne,* les trois principales verreries anglaises, United Glass Ltd., Beatson Clark and Co. et Rockware Glass Ltd., représentent environ 70 à 80 % du verre d'emballage. Ces entreprises ne sont pas signataires IFTRA. Les importations de verre creux dans les États membres originaires en provenance du Royaume-Uni, qui oscillaient entre 5 793 tonnes (1961) et 4 248 tonnes (1965), sont tombées en 1966 à 1 649 tonnes et ont, depuis lors, oscillé autour de ce chiffre (1971 : 1 655 t).

30. *Au Danemark,* Kastrup-Holmegaard Glasvärker détient environ 80 % du marché du verre d'emballage. Cette entreprise n'a pas signé les règles IFTRA.

31. En résumé, dans la partie du marché commun, Allemagne, Benelux et France, à laquelle les règles IFTRA sont encore applicables, l'industrie européenne du verre d'emballage se compose de huit très grandes entreprises et d'une vingtaine de petites entreprises fabriquant des produits largement homogènes. La demande, dans ce secteur, a connu ces dernières années une extension considérable en raison notamment du passage du verre consigné au verre perdu et du développement du marché de l'emballage en verre pour des produits tels que les médicaments, les cosmétiques et certains produits alimentaires.

Par suite de cette évolution, certains producteurs de verre d'emballage creux se sont parfois trouvés en situation de sous-capacité. L'intensification notable des échanges intracommunautaires de verre d'emballage creux est due ainsi en partie au fait que ces entreprises ont fait elles-mêmes appel à des concurrents étrangers pour approvisionner certains de leurs clients ou que ces derniers ont recherché de nouvelles sources d'approvisionnements.

II. APPLICABILITÉ DE L'ARTICLE 85 PARAGRAPHE 1 DU TRAITÉ CEE

A. ACCORDS ENTRE ENTREPRISES

32. considérant que le cas d'espèce est caractérisé par un ensemble d'accords résultant, à l'origine, de l'adhésion des entreprises en cause à des règles communes intitulées « règles de concurrence loyale » ou règles IFTRA (voir points 1 à 12) et, ultérieurement, d'arrangements intervenus entre les représentants de ces entreprises et consignés aux procès-verbaux des réunions IFTRA, qui complètent ces règles ou concourent à leur application par un échange de renseignements sur les prix respectivement pratiqués (points 13 à 18), l'élaboration et l'application d'un schéma commun de calcul des prix (points 19 et 20) et l'adoption du système des prix rendus (points 21 et 22) ;

B. RESTRICTIONS DE CONCURRENCE

a) Règles IFTRA

33. considérant que, étant donné les différences parfois sensibles qui existent entre les législations des divers États membres relatives tant à la répression de la concurrence déloyale qu'à la protection des consommateurs, le choix de certaines règles en vue de leur adoption commune par des entreprises de plusieurs États est nécessairement arbitraire ; qu'un accord portant sur le respect de telles règles peut ainsi amener les entreprises participantes à appliquer dans leur propre pays, ou dans les pays vers lesquels elles exportent, des normes plus sévères que celles en vigueur dans ces pays ; que dans la présente décision la Commission ne prend pas position sur la question de savoir si l'adoption, dans les législations nationales ou d'une autre manière, de certaines des règles reproduites au point 1 serait ou non souhaitable ;

34. considérant qu'il ne suffit pas de qualifier un accord entre entreprises de « règles de concurrence loyale » pour soustraire celui-ci à l'application de l'article 85 paragraphe 1 du traité CEE ; que, dans le cas d'espèce, l'accord en cause comporte un certain nombre de clauses qui, bien que présentées comme destinées à empêcher des agissements déloyaux, donnent aux participants la possibilité d'une action conjuguée contre des formes normales de concurrence ; qu'en conséquence ces clauses ont pour objet réel et principal de restreindre la concurrence entre les participants au détriment des utilisateurs de verre d'emballage ;

35. considérant que tel est en particulier le cas des clauses A 1 c) et A 7 ; que la clause A 1 c) définit comme déloyal le fait d'offrir systématiquement à des prix inférieurs à ceux d'un concurrent dans le but de mettre son existence en danger ou de l'anéantir, et ceci même si la sous-cotation n'intervient pas à un prix inférieur au prix de revient ; que la clause A 7, dernière phrase, n'admet, pour combattre de nouvelles mesures de prix d'un concurrent, que l'adaptation au prix de ce concurrent, sans le sous-coter ;

que ces clauses tendent ainsi à empêcher des comportements concurrentiels tels que la pratique, par l'entreprise économiquement la mieux gérée et la plus rentable, de prix moins élevés que ceux de ses concurrents ou l'application de prix et remises de pénétration ;

qu'à l'intérieur du marché commun, ces clauses assurent qu'un fabricant de verre d'emballage membre de l'entente, lorsqu'il livre dans le territoire d'un autre participant, ne vienne pas perturber le niveau des prix sur ce marché et n'y pratique pas des prix inférieurs à ceux du partenaire considéré comme le price-leader national ou local (voir notamment point 11) ; que les-

dites clauses ont par conséquent pour objet d'empêcher la concurrence de prix entre les participants ;

que cet objectif, s'il ne ressort pas directement du texte même des clauses en raison de la formulation adoptée, apparaît nettement des cas et exemples traités lors des réunions IFTRA et de l'application effective de l'accord (point 12) ;

36. considérant que les autres clauses en matière de prix, de remises et de conditions commerciales, à savoir la clause A 2 a) (qui interdit les prix, rabais et conditions discriminatoires), la clause A 6 a) deuxième alinéa (qui interdit de déroger secrètement aux offres et listes de prix) et la clause A 7 premier alinéa (qui présume déjà comme déloyale la dérogation, secrète ou non, aux listes de prix), ont également pour objet, dans le cas d'espèce, de réprimer des comportements concurrentiels normaux et, en particulier, de restreindre la concurrence de prix, de remises et de conditions entre les entreprises participantes ;

que cet objet anticoncurrentiel apparaît encore plus clairement si on considère concomitamment ces clauses et les arrangements intervenus entre les parties pour échanger leurs listes de prix, remises et conditions commerciales respectives (points 14 à 17 et considérants 40 à 45) ;

37. considérant que, parmi les « règles et principes courants dans la branche » inclus dans le groupe B de l'accord, la clause B 2 relative à la publication de listes individuelles de prix et de rabais a pour objet de permettre l'application et le contrôle des clauses susvisées du groupe A en matière de prix, de remises et de conditions commerciales ; que la clause B 6, qui interdit d'exporter des produits défectueux, en l'occurrence des bouteilles dont la teinte n'est pas parfaite, a pour objet de compléter les clauses susvisées du groupe A car l'exportation de tels produits, à un prix évidemment réduit, aurait sur le marché de destination le même effet concurrentiel qu'une sous-cotation des prix de l'entreprise en position de price-leader sur ce marché ;

que, bien que les clauses du groupe B ne soient pas présentées comme obligatoires, elles ne pourraient avoir d'autre objet que de renforcer l'effet utile des restrictions de concurrence ; que ceci résulte du contexte dans lequel ces clauses viennent s'insérer et du fait que les membres de l'entente ne peuvent y avoir adhéré que dans l'intention de les appliquer ;

38. considérant que, d'après les intéressés, la clause C déclarerait comme déloyale « seulement la violation d'une promesse d'information éventuellement donnée, car une information de prix omise ou fausse ou donnée trop tard a pour effet de tromper le concurrent qui agit sur la foi de la promesse d'information », et n'aurait pas « pour objet ou pour effet qu'une telle promesse et des informations de prix correspondantes soient données, mais le présuppose » ;

considérant que cette argumentation est particulièrement spécieuse ; qu'elle tend à établir une distinction entre l'engagement pris, prétendument en dehors de l'accord IFTRA, par un fabricant de fournir des renseignements sur ses prix à l'un ou l'autre de ses concurrents, et l'obligation, souscrite par le même fabricant dans le cadre de l'accord IFTRA, de fournir de tels renseignements de manière rapide, exacte et complète ; qu'à partir du moment où des entreprises de l'importance et de la notoriété de celles en cause prennent la décision de fournir de tels renseignements à des concurrents, c'est évidemment dans le but de les informer correctement et complètement ; que par conséquent la clause C vise clairement, en fait, à instaurer entre tous les participants à l'accord IFTRA le système élaboré d'échange de renseignements sur les prix examiné ci-après aux considérants 40 à 45 ;

39. considérant que le respect des restrictions de concurrence relevées plus haut est assuré :

i) par la clause D premier alinéa, relative à la possibilité pour chaque participant de réclamer des « dommages-intérêts » à un autre membre, auteur d'actions concurrentielles qualifiées de déloyales dans l'accord IFTRA,

ii) par la clause D deuxième alinéa, qui oblige toute partie à l'accord à réparer le dommage causé aux autres membres du fait qu'elle ne leur communique « pas ou pas immédiatement ses baisses de prix ou les communique de façon inexacte » (dans la version allemande de la clause C) ou applique des prix autres que ceux communiqués (dans la version française) ;

que cette dernière clause ne vise pas à réparer un prétendu dommage mais bien à imposer une pénalité contractuelle élevée — 30 % au moins du chiffre d'affaires en cause — dont le montant est réparti entre tous les autres partenaires, sanctionnant celui qui violerait les accords examinés ci-après concernant l'échange des renseignements en matière de prix ;

b) **Échange d'informations sur les prix**

40. considérant que le caractère restrictif des clauses examinées ci-dessus est renforcé et complété par les divers accords, intervenus dans le cadre des réunions IFTRA, concernant l'échange direct ou indi-

rect, entre concurrents, de leurs listes de prix, remises et conditions commerciales respectives ainsi que des modifications et dérogations individuelles apportées à celles-ci (points 14 à 18) ;

41. considérant qu'à ce sujet les intéressés ont argué ce qui suit :

i) l'adhésion aux règles IFTRA ne comporterait aucune obligation pour un producteur de déclarer qu'il ne dérogera pas de façon discriminatoire à ses prix et de donner des renseignements sur ses prix. Mais la pratique des règles de concurrence loyale présupposerait que le signataire des règles est disposé à donner des informations de prix, en tant que « déclarations de prix normaux » faites vis-à-vis du marché y compris les concurrents, car autrement l'article A 2 a) (qui interdit les prix, rabais et conditions discriminatoires) et l'article A 6 a) deuxième alinéa (qui interdit de déroger secrètement aux offres et listes de prix) ne pourraient être appliqués ;

ii) les prix n'auraient pas été communiqués aux concurrents avant d'avoir été portés à la connaissance du « marché » — c'est-à-dire des représentants, commerçants revendeurs et clients de la société concernée — par des circulaires, des listes de prix, des offres ou des conclusions de contrats. La communication aurait été postérieure, ou tout au plus simultanée, à l'information du « marché » et aurait eu pour but d'éviter que ces informations ne parviennent dénaturées aux concurrents, par la voie de la clientèle ;

42. considérant que ces arguments ne sont pas pertinents :

i) que l'échange entre concurrents de renseignements sur leurs prix respectifs est inhérent à l'accord IFTRA parce qu'il est indispensable pour l'application des clauses A 1 c) et A 7 dernière phrase qui interdisent de pratiquer des prix inférieurs à ceux d'un concurrent (voir considérant 35) ; que la clause C prévoit d'ailleurs expressément la communication d'informations de prix aux concurrents ;

ii) qu'il importe peu, en l'espèce, que les renseignements de prix soient communiqués aux concurrents avant ou après avoir été communiqués au « marché » ; qu'en effet les modifications de prix dans l'industrie du verre d'emballage sont communiquées suffisamment tôt, avant leur entrée en vigueur, aux utilisateurs pour que ceux-ci puissent en tenir compte pour déterminer le prix de leurs propres produits après conditionnement ; que dès lors, si un producteur, après avoir communiqué à sa clientèle nationale les prix, remises et conditions commerciales qu'il pratiquera à partir d'une date donnée, les communique également à ses concurrents étrangers, membres de l'accord IFTRA, ceux-ci sont en mesure d'aligner leurs prix à l'exportation vers le pays de ce producteur sur les prix de ce dernier ;

qu'en outre, aussi longtemps qu'un producteur n'a pas modifié ses listes de prix, remises et conditions commerciales, celles-ci restent valables pour ses opérations futures ;

43. considérant qu'il est contraire aux dispositions de l'article 85 paragraphe 1 du traité CEE qu'un producteur communique à ses concurrents les éléments essentiels de sa politique de prix tels que ses listes de prix, les remises et conditions commerciales qu'il applique, les taux et date des modifications qu'il y apporte et les dérogations particulières qu'il consent à certains clients précisés ;

que l'entreprise qui communique de tels éléments de sa politique de prix à ses concurrents ne le fait que parce qu'elle a un degré raisonnable de certitude, en raison de l'accord passé avec lesdits concurrents pour l'application des règles IFTRA, que ceux-ci suivront une politique de prix comparable pour leurs livraisons dans le marché sur lequel cette entreprise est en position de price-leader ; qu'elle cherche ainsi à éliminer la possibilité de réactions imprévues ou imprévisibles de la part des concurrents et, partant, une grande partie du risque normal inhérent à toute modification autonome de comportement sur le marché ;

44. considérant que l'entreprise informée par ses concurrents des prix qu'ils pratiquent, y compris les prix et rabais spéciaux qu'ils consentent à certains clients, nommément précisés, pour des produits déterminés, connaît exactement le comportement actuel et futur desdits concurrents sur leurs marchés respectifs et peut adapter en conséquence sa propre politique de prix à l'exportation vers ces marchés ;

45. considérant que, compte tenu des renseignements dont elles disposent déjà, les informations qu'échangent les entreprises en cause sont d'une importance décisive pour la détermination par chacune d'elles de sa politique de prix à l'exportation dans les autres États membres concernés ;

que, par conséquent, l'accord d'échange d'informations sur les prix a pour objet de restreindre et de fausser la concurrence entre les entreprises participantes à l'intérieur du marché commun ;

c) **Schéma de calcul**

46. considérant que l'application par ces entreprises d'un schéma commun de calcul des prix de revient pour la détermination des prix de vente

(points 19 et 20) a pour but de compléter les accords relatifs aux règles IFTRA et à l'échange d'informations sur les prix en exerçant une action directe sur le processus de formation des prix des entreprises en cause et en permettant à ces dernières de comparer plus facilement leurs prix respectifs et de coordonner en conséquence leur comportement sur le marché ;

47. considérant que, dans sa communication concernant la coopération entre entreprises [1], la Commission a, certes, indiqué au point II 1 d) qu'elle considère comme ne restreignant pas la concurrence les accords qui ont uniquement pour objet l'établissement en commun de schémas de calcul ne comportant pas de taux déterminés de calcul ;

que, toutefois, cette communication ne s'applique pas en l'espèce puisque l'accord en cause n'a pas uniquement pour objet l'établissement en commun d'un schéma de calcul, mais constitue seulement une partie d'un ensemble contractuel qui a pour objet de restreindre la concurrence de prix, de remises et de conditions commerciales ;

d) **Système de prix rendus**

48. considérant que le système de prix franco destination (point 21), appliqué par les partenaires IFTRA à l'exclusion d'autres systèmes de prix, consiste à pratiquer à l'intérieur d'une zone donnée des prix uniformes de livraison qui incluent un fret forfaitaire moyen et non les frais réels exposés pour le transport des produits du point de provenance jusqu'à leur destination ; que ce système — ultérieurement affiné par l'étalonnage en commun des frais d'emballage (point 22) — a pour objet de neutraliser les avantages concurrentiels que les divers fabricants de verre d'emballage pourraient tirer de la plus ou moins grande proximité des utilisateurs ; qu'il favorise le client éloigné au détriment du client proche : le prix étant identique pour l'un et l'autre, le client proche paie des frais de livraison supérieurs à ceux que le vendeur a effectivement exposés tandis que le client éloigné bénéficie d'une remise sur le coût réel du transport ; que le système étant d'application exclusive, la vente des produits concernés est automatiquement subordonnée à l'acceptation par l'utilisateur de leur livraison franco destination, c'est-à-dire d'une prestation supplémentaire qui n'est pas nécessairement liée à la vente du produit, les utilisateurs de verre d'emballage disposant le plus souvent de leurs propres moyens de transport ; que l'utilisation collective par les entreprises en cause d'un tel système de prix uniformes de livraison franco destination, à l'exclusion de tout autre système de prix, fausse par conséquent la concurrence entre ces entreprises et entre les utilisateurs de verre d'emballage ;

49. considérant, en conclusion, que le système cohérent, organisé et assorti de sanctions qui résulte des accords relatifs a) aux clauses IFTRA incriminées plus haut, b) à l'échange de renseignements sur leurs prix entre les participants, c) au schéma commun de calcul des prix et d) au système des prix rendus, a pour objet réel et principal non pas d'assurer la loyauté dans la concurrence mais de restreindre la concurrence, notamment en matière de prix, de remises et de conditions commerciales entre les entreprises concernées pour les produits en cause ;

50. considérant que ces accords restreignent considérablement le jeu de la concurrence, étant donné :

i) la nature des produits en cause, les bouteilles, pots et flacons visés par ces accords étant des articles très largement utilisés pour emballer en particulier des produits alimentaires, pharmaceutiques ou cosmétiques de grande consommation (point 2),

ii) le caractère très largement homogène desdits produits,

iii) le nombre restreint et l'importance des entreprises qui fabriquent ces produits et participent aux accords en cause, ainsi que le volume des transactions concernées (points 24 à 28),

iv) le fait que la concurrence ne s'exerce pratiquement dans cette branche d'industrie que dans le seul domaine des prix, des remises et des conditions commerciales ;

C. ALTÉRATION DU COMMERCE INTRACOMMUNAUTAIRE

51. considérant que les accords susvisés concernent les échanges de verres d'emballage à l'intérieur du marché commun ; qu'ils exercent une influence directe sur la formation des prix à l'exportation desdits produits par les entreprises participant à ces accords et, par conséquent, sur les courants d'échange entre États membres ; qu'ils sont de nature à fractionner le marché entre les entreprises price-leaders de la branche qui participent à ces accords et à nuire ainsi à la réalisation et au bon fonctionnement

[1] JO n° C 75 du 29. 7. 1968, p. 3 (rectificatif : JO n° C 84 du 28. 8. 1968, p. 14).

d'un marché unique entre États ; que, partant, les accords en cause sont susceptibles d'affecter le commerce entre États membres ;

considérant que les conditions d'application de l'article 85 paragraphe 1 sont par conséquent réunies ;

III. INAPPLICABILITÉ DE L'ARTICLE 85 PARAGRAPHE 3

52. considérant que, seul, l'accord relatif aux règles IFTRA a été notifié à la Commission en tant que « contrat type » ; qu'il s'agit en réalité d'un accord collectif entre les entreprises en cause ; que, toutefois, cette qualification erronée n'entache pas la validité de la notification ;

53. considérant que, lors de la notification, les intéressés ont exposé ce qui suit au regard des quatre conditions posées par l'article 85 paragraphe 3 :

a) une distribution des produits exempte de déloyauté favorise la concurrence de perfomances (« Leistungswettbewerb ») et répond aux besoins d'une production industrielle de masse ;

b) les utilisateurs des États de la CEE en tant que pays industriels sont lésés par la concurrence déloyale et profitent de la concurrence de performances ;

c) étant donné que les cocontractants désirent promouvoir la concurrence de performances et combattre la concurrence déloyale, ils ont besoin de règles de concurrence ;

d) la concurrence n'est pas restreinte par les participants ;

que, par la suite, lors de l'audition, les intéressés ont fondé toute leur argumentation sur l'inapplicabilité de l'article 85 paragraphe 1 à l'accord notifié et n'ont apporté aucune justification supplémentaire, même à titre accessoire, au regard de l'article 85 paragraphe 3 ;

54. considérant que, dans le cas d'espèce, l'accord relatif aux clauses IFTRA examinées plus haut (considérants 35 à 39) ne saurait réserver aux utilisateurs une partie équitable du profit en résultant éventuellement ;

que, bien au contraire, le fait pour les entreprises les plus rentables, lorsqu'elles livrent dans un territoire à prix plus élevés, de devoir s'aligner sur les offres du price-leader national ou régional, entraîne un désavantage pour les utilisateurs de verre d'emballage dans le pays ou la région concernés ;

que les clauses en matière de prix, de remises et de conditions commerciales éliminent la seule concurrence possible qui aurait pu subsister dans la branche concernée ; qu'une entente de ce genre ne saurait faire participer les utilisateurs à un profit dont seules bénéficient en fait les entreprises productrices participantes ;

55. considérant, de plus, que lesdites clauses donnent aux entreprises participantes la possibilité d'éliminer la concurrence pour une partie substantielle des produits en cause ; qu'en effet, étant donné la structure du marché du verre d'emballage dans le marché commun (points 24 à 31), la position qu'y occupent les entreprises participantes donne une portée considérable à toute mesure anticoncurrentielle de leur part ; que le fait de restreindre ou de fausser la concurrence de prix, de remises et de conditions commerciales entre elles conduit à éliminer la concurrence dans le marché commun pour une partie substantielle des produits concernés :

considérant que, pour ces motifs, l'article 85 paragraphe 3 ne peut être appliqué à l'accord notifié concernant les « règles IFTRA » ;

56. considérant que l'accord relatif à l'échange de renseignements sur les prix et les dérogations à ceux-ci, intervenu au cours de l'année précédant la notification (point 14), n'a pas été mentionné dans ladite notification ; qu'aucun des accords ultérieurs relatifs à cet échange de renseignements, à l'élaboration en commun d'un système de calcul des prix et à l'adoption du système de prix rendus n'a fait l'objet d'une notification ou d'une communication en vue de compléter la notification d'octobre 1962 ; que, par conséquent, ces divers accords, interdits par l'article 85 paragraphe 1 et nuls de plein droit, n'ayant pas été notifiés, ne peuvent faire l'objet d'une décision en application des dipositions de l'article 85 paragraphe 3 ;

57. considérant que, même s'ils avaient été notifiés, les accords en cause n'auraient pu bénéficier desdites dispositions ; qu'en effet l'échange d'informations sur les prix a lieu au seul bénéfice des participants à l'accord IFTRA ; que les utilisateurs, en particulier, connaissent uniquement les prix pratiqués à leur égard par les producteurs dont ils sont clients ; que ni les fabricants non participants, ni les revendeurs, ni les utilisateurs finals n'ont accès aux documents échangés entre les participants ; que les deux autres accords non notifiés ont pour objet déclaré d'empêcher, dans le cas du schéma de calcul, « les clients et revendeurs de se servir des différences entre les systèmes nationaux de calcul à leur profit et au détriment des producteurs » (point 19) et, dans celui des

prix rendus, « la comparaison nuisible du prix bas de l'usine proche avec le prix plus élevé de l'usine éloignée » (point 21) ; que les utilisateurs ne sauraient donc participer à un quelconque profit susceptible de résulter de ces accords restrictifs ; qu'en outre, pour les motifs déjà exposés au considérant 55, ces accords ne rempliraient pas non plus la condition exigée par l'article 85 paragraphe 3 sous b) ;

IV. APPLICATION DE L'ARTICLE 3 PARAGRAPHE 1 DU RÈGLEMENT N° 17

58. considérant que les intéressés ont affirmé lors de l'audition que, bien qu'il n'y ait pas eu dénonciation générale, l'accord sur les règles IFTRA ne serait plus appliqué depuis des années ; qu'il en serait de même pour l'échange de renseignements en matière de prix car, bien qu'il ait fait l'objet de beaucoup de réflexions dans les réunions IFTRA, il n'aurait jamais pris la forme de contrats internationaux formels ;

qu'en fait, à la fin de l'année 1971, au moment des vérifications effectuées par la Commission, des réunions IFTRA avaient toujours lieu régulièrement (point 9) et l'échange de renseignements fonctionnait encore (point 18) ;

que la participation à l'accord IFTRA a été formellement dénoncée par tous les membres italiens à la fin de l'année 1971 et par la Verrerie de Blanc-Misseron SA à la fin de l'année 1972 (point 5) ; que, depuis lors, certains autres membres, notamment les entreprises allemandes Gerresheim, Veba-Glas, Heye et Nienburg, auraient également mis fin à leur participation avec effet du 31 décembre 1973 ;

qu'il convient, par conséquent, d'enjoindre aux entreprises qui participent encore à ces accords de prendre immédiatement toutes mesures nécessaires pour mettre fin aux infractions constatées,

A ARRÊTÉ LA PRÉSENTE DÉCISION :

Article premier

Constituent des infractions aux dispositions de l'article 85 paragraphe 1 du traité instituant la Communauté économique européenne :

a) les clauses suivantes de l'accord qualifié de « règles de concurrence loyale », intervenu entre les fabricants de verre d'emballage visés ci-dessous à l'article 4 :

A 1 c) relative au fait d'offrir systématiquement à des prix inférieurs à ceux d'un concurrent,

A 2 a) relative aux prix, rabais et conditions discriminatoires accordés à des acheteurs,

A 6 a) deuxième alinéa concernant la dérogation secrète aux offres et listes de prix,

A 7 qui présume comme déloyale la dérogation, secrète ou non, aux listes de prix publiées et n'admet, pour combattre de nouvelles mesures de prix d'un concurrent, que l'adaptation au prix de ce concurrent, sans le sous-coter,

B 2 relative à la publication de listes individuelles de prix et de rabais,

B 6 concernant l'interdiction d'exporter des produits défectueux, et

C relative aux informations de prix trompeuses ;

b) les accords intervenus entre les entreprises en cause concernant l'échange de renseignements sur leurs prix, remises et conditions commerciales respectifs ;

c) l'accord relatif à l'application d'un schéma de calcul ;

d) l'accord relatif à l'application collective et exclusive d'un système de prix rendus destination.

Article 2

L'application de l'article 85 paragraphe 3 du traité CEE demandée pour l'accord visé à l'article 1er sous a) ci-dessus est refusée.

Article 3

Les entreprises participant aux accords visés à l'article 1er sont tenues de mettre fin immédiatement aux infractions constatées.

Article 4

La présente décision est destinée aux entreprises suivantes :

1. Gerresheimer Glas Aktiengesellschaft
   D - 4000 Düsseldorf-Gerresheim
   Heyestraße 99

2. Veba-Glas AG
   D - 4300 Essen 12
   Ruhrglasstraße 50

3. H. Heye Glasfabrik « Schauenstein »
D - 4962 Obernkirchen/Hannover

4. Himly, Holscher & Co. KG
Glasfabrik Wilhelmshütte
D - 3070 Nienburg/Weser
Gr. Drakenburger Straße 132

5. Bayerische Flaschen-Glashüttenwerke
Wiegand & Söhne GmbH
D - 8641 Steinbach am Wald/Ofr.

6. Carl. Aug. Heinz Glashüttenwerke
D - 8641 Kleintettau/Ofr.

7. Lüner Glashüttenwerke GmbH
D - 4628 Altlünen/Post Lünen/Westf.
Döttelbeckstraße 89

8. Glashüttenwerke Ernst W. Müller GmbH
D - 8831 Kipfenberg/Bayern

9. Noelle & von Campe Glashütte GmbH
D - 3474 Boffzen/Weser über Höxter
Sollingstraße 14

10. Oberland-Glas GmbH
Glasfabrik Dr. Harry Wiegand
D - 7954 Bad Wurzach/Allgäu

11. Spessarter Hohlglaswerke GmbH
D - 8770 Lohr am Main
Rodenbacher Straße 38

12. Tettauer Glashüttenwerke AG
D - 8641 Tettau/Oberfranken

13. Weck Glaswerk GmbH
D - 5300 Bonn-Duisdorf

14. Verlica-Momignies SA
avenue de l'Astronomie 23
B - 1030 Bruxelles

15. Bouteilleries belges réunies SA
rue Wauters 59
B - 6040 Jumet

16. NV Vereenigde Glasfabrieken (United Glasswork)
Buitenhavenweg 114-116
NL - Schiedam

17. Boussois-Souchon-Neuvesel (BSN) SA
22, boulevard Malesherbes
F - 75008 Paris

18. Saint-Gobain Emballage S.A.
63, rue de Villiers
F - 92209 Neuilly-sur-Seine

19. Verreries de Blanc-Misseron SA
26, rue de Mons
F - 59 300 Valenciennes

20. Verrerie ouvrière d'Albi SA
146, avenue Dembourg
F - 81003 Albi

21. Verreries du Puy-de-Dôme SA
25, rue du Général Foy
F - 75008 Paris

22. Bordoni Miva vetrerie riunite SpA
Palazzo Saint-Gobain
Via E. Romagnoli 6
I - 20 146 Milano

23. Aziende vetrarie italiane Ricciardi AVIR SpA
Lago Vasto a Chiaia 82
I - 80 121 Napoli

24. Vetreria italiana VETR. I. SpA
Via Garibaldi 101
I - 17 043 Carcare (Savonna)

Fait à Bruxelles, le 15 mai 1974

Par la Commission

Le président

François-Xavier ORTOLI