II

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

COMMISSION

DÉCISION DE LA COMMISSION

du 2 décembre 1988

relative à une procédure d'application de l'article 85 du traité CEE (IV/31.697 — Charles Jourdan)

(Le texte en langue française est le seul faisant foi.)

(89/94/CEE)

LA COMMISSION DES COMMUNAUTÉS EUROPÉENNES,

vu le traité instituant la Communauté économique européenne,

vu le règlement n° 17 du Conseil, du 6 février 1962, premier règlement d'application des articles 85 et 86 du traité [1], modifié en dernier lieu par l'acte d'adhésion de l'Espagne et du Portugal, et notamment ses articles 6 et 8,

vu la demande d'attestation négative et la notification introduites le 5 novembre 1985 par la Société anonyme des chaussures Seducta Charles Jourdan et fils, 1, boulevard Voltaire, F-26017 Romans, le *holding* Charles Jourdan AG, Spielhof 3, CH-8750 Glarus, et la Société anonyme Xavier Danaud, zone industrielle de Charnas, F-07100 Annonay, concernant un réseau de contrats types de franchise de distribution et de dépôt agréé couvrant ou appelé à couvrir les États membres,

vu l'essentiel du contenu de la notification [2] publié en application de l'article 19 paragraphe 3 du règlement n° 17,

après consultation du comité consultatif en matière d'ententes et de positions dominantes,

considérant ce qui suit :

I. LES FAITS

A. L'entreprise

(1) Charles Jourdan Holding AG est une société de droit suisse dont le siège est à Spielhof 3, 8750 Glarus (Confédération helvétique). Elle est détenue elle-même par le *holding* suisse Portland Cement Werke (PCW).

La société Charles Jourdan Holding AG, avec ses sociétés filiales, nommée ci-après le « groupe Charles Jourdan », détient, en tout ou partie, un grand nombre de sociétés en France, dans le reste de la Communauté et hors de la Communauté. Parmi celles-ci figurent, notamment, la Société anonyme des chaussures Seducta Charles Jourdan et fils et la Société anonyme Xavier Danaud qui ont, avec Charles Jourdan Holding AG, notifié les contrats faisant l'objet de la présente décision.

— La Société anonyme des chaussures Seducta Charles Jourdan et fils a notifié les contrats de franchise et de dépôt agréé pour la marque Charles Jourdan (chaussures et sacs à main), en France,

— la Société anonyme Xavier Danaud a notifié les contrats de franchise pour les marques Xavier Danaud (chaussures et sacs à main), en France, et les contrats de dépôt agréé pour la marque Xavier Danaud (chaussures et sacs à main), en France,

— Charles Jourdan Holding AG a notifié les contrats de franchise pour les marques Charles Jourdan (chaussures et sacs à main) et Xavier Danaud (chaussures et sacs à main), hors de France.

(2) Le groupe Charles Jourdan fabrique et commercialise principalement des chaussures et des articles de maroquinerie (80 % environ de son chiffre d'affaires) et des sacs à main (9 % de son chiffre d'affaires). Il commercialise aussi du prêt-à-porter et des accessoires sous sa propre marque, pour le reste de son chiffre d'affaires.

[1] JO n° 13 du 21. 2. 1962, p. 204/62.
[2] JO n° C 220 du 24. 8. 1988, p. 2.

En 1984, le groupe a réalisé 55 % de son chiffre d'affaires en France et a vendu, notamment, 1 685 000 paires de chaussures et 136 000 sacs à main. En 1987, le groupe a vendu 1,1 million de paires de chaussures.

Le chiffre d'affaires réalisé par le groupe s'est élevé à 896 943 000 francs français en 1984 et à 941 774 000 francs français en 1985.

Le chiffre d'affaires de 1987 s'élèverait à quelque 700 000 000 de francs français. Le chiffre d'affaires réalisé par Portland Cement Werke s'est élevé, quant à lui, à 568 000 000 de francs suisses en 1985.

B. Le produit et le marché

(3) — L'activité principale du groupe est la production et la vente de chaussures, et plus particulièrement de chaussures de moyenne et de haute qualité. Les articles de moyenne gamme correspondent *grosso modo* à une gamme de prix de détail variant de 400 à 700 francs français et les articles de haute qualité à plus de 700 francs français. Cette distinction, bien qu'approximative, permet de ranger dans la première catégorie les articles portant la marque Seducta et dans la deuxième catégorie ceux portant la marque Charles Jourdan, Christian Dior ou Xavier Danaud.

Une partie de la production de chaussures (environ 10 %) est sous-traitée. Les marques de chaussures commercialisées par le groupe Charles Jourdan sont: Charles Jourdan, Seducta, Christian Dior, Xavier Danaud.

— Une autre activité du groupe est la production, partiellement en sous-traitance, et la vente de maroquinerie : les sacs à main mais aussi les ceintures, bagages, gants, etc.

— Les accessoires commercialisés par le groupe sont généralement produits en sous-traitance ; il s'agit notamment des parapluies, foulards, lunettes, parfums, collants, chaussettes, cravates, chapeaux, montres, stylos, bijoux. Ils sont dessinés et conçus par les stylistes du groupe Charles Jourdan.

— Enfin, le groupe Charles Jourdan présente, sous sa marque, une collection de prêt-à-porter pour femmes et pour hommes dont la production est réalisée entièrement en sous-traitance.

(4) *Le marché de la chaussure*

La production communautaire s'est élevée à environ 1,2 milliard de paires en 1986, dont près de la moitié ont été fabriquées en Italie et 200 millions environ fabriquées en France. Pour 1986, les importations communautaires se sont élevées à 345 millions de paires et les exportations à 260 millions de paires. Pour la France, les fabricants ont exporté un quart de leur production mais plus d'une paire de chaussures sur deux (54 %) portée en France est importée.

Le marché communautaire, et notamment français, est donc largement ouvert aux exportations et aux importations.

L'organisation de la production est dispersée puisque par exemple sur 423 entreprises françaises, en 1982, on en comptait seulement 15 employant plus de 500 personnes. Ces dernières produisaient cependant 25 % du total français avec, en tête, Eram et GEP.

Dans la production haut de gamme de chaussures, les concurrents européens de Charles Jourdan sont notamment Bally, Kelian, Carel, Manfield, Pinet, Clergerie, Maud Frison, Céline.

Dans la production moyenne gamme de chaussures, les concurrents européens sont notamment Mirelli, France Arno, Salamander, Heyraud, Raoul, Dressoir.

La concurrence interne des producteurs de la Communauté (Italie, Espagne) mais aussi des pays tiers (Hong-kong, T'ai-wan, Singapour, Corée du Sud) est très forte.

Ces observations s'appliquent également à la distribution où la concurrence est non seulement vive entre points de vente mais également entre réseaux de distribution.

En France, les détaillants indépendants commercialisent encore la plus grande part des produits chaussants. Certains de ces détaillants indépendants se sont regroupés en groupements d'achats (par exemple Cédaf, UCF, etc.) ou travaillent en franchise (par exemple Eram, GEP, Labelle, Charles Jourdan).

Une autre partie des produits chaussants est distribuée par les filiales des entreprises soit industrielles (par exemple Bata, Bally, Eram, Myris, André, Charles Jourdan) soit commerciales (par exemple Raoul, France Arno, Manfield).

Enfin, il existe un certain nombre de commerces non spécialisés tels que les supermarchés, les sociétés de vente par correspondance, les grands magasins, etc.

En maroquinerie, la dispersion des fabricants français et européens est encore plus grande puisque la profession inclut l'artisanat comme l'industrie. La concurrence des pays d'Asie est très forte pour les produits de qualité moyenne. Quant à la distribution, elle est considérablement éparpillée, entre magasins spécialisés, bazars, supermarchés, etc.

Pour la maroquinerie, le groupe Charles Jourdan est le troisième producteur français.

(5) La part du marché du groupe Charles Jourdan dans le marché total de la chaussure est d'environ 1 % pour la France. Elle est négligeable au niveau communautaire.

Par contre, en considérant le marché de la chaussure de moyenne et haute qualités, on peut estimer que le groupe détient près de 10 % du total français et 2 % environ de l'ensemble de ce marché dans la Communauté. Cette définition du marché n'est pas rigoureuse mais elle permet d'exclure les chaussures qui ne sont pas à base de cuir et les chaussures bon marché.

En ce qui concerne les autres produits commercialisés par le groupe, leur part de marché est insignifiante tant au plan français qu'au plan communautaire.

C. La distribution des produits du groupe

(6) La distribution des produits du groupe Charles Jourdan répond à un certain nombre d'exigences propres aux produits et au groupe. Tout d'abord, elle est composée de commerçants capables de traiter avec une clientèle exigeante et disposant d'un pouvoir d'achat supérieur à la moyenne. D'autre part, des liens privilégiés sont établis entre les détaillants et le groupe de façon à maintenir une unité de style et de comportement vis-à-vis de la clientèle.

(7) Quatre types de commerces composent le réseau :

— les boutiques filiales : possédées et dirigées par le groupe, elles sont à l'enseigne Charles Jourdan ou Xavier Danaud. Elles constituent la vitrine des activités du groupe ; elles commercialisent aussi, généralement, tous les produits de la gamme Charles Jourdan,

— les boutiques franchisées : indépendantes du groupe, elles ont signé avec lui un contrat de distribution en franchise qui leur octroie l'enseigne extérieure Charles Jourdan ou Xavier Danaud pour l'ensemble du magasin sur un territoire déterminé,

— les dépôts agréés : ils sont tenus par des commerçants indépendants qui ont signé un contrat de distribution avec le groupe leur assurant une représentation des marques Charles Jourdan ou Xavier Danaud sur un territoire déterminé, pour une partie délimitée du magasin, mais les articles en question sont en concurrence avec ceux d'autres marques. L'enseigne de la marque doit être située à l'intérieur du magasin et non à l'extérieur comme pour les boutiques franchisées.

Il résulte de cet engagement plus limité par rapport à celui du franchisé vis-à-vis du groupe, une différence dans les droits et les devoirs de chacun des partenaires. Cette formule de dépôt agréé comportant certaines caractéristiques de la franchise et du commerce de détail traditionnel a pour objectif soit de préserver une plus grande indépendance du dépositaire agréé vis-à-vis du groupe, à la demande du commerçant détaillant, soit de tester la capacité personnelle et professionnelle du dépositaire agréé avant de lui confier une franchise, à la demande du groupe lui-même,

— les commerces traditionnels : ils n'ont aucun lien juridique avec le groupe en dehors des contrats de vente des articles portant la marque.

La sélection de ces commerces par le groupe Charles Jourdan se fait sur base d'éléments objectifs, à savoir : le magasin où s'exerce l'activité, la qualité des produits distribués et le commerçant lui-même, sa compétence et sa réputation.

D. Caractéristiques essentielles des contrats types notifiés

(8) *Modalités du choix des franchisés et dépositaires agréés par le groupe*

Les contrats sont conclus *intuitu personae* en fonction des qualités morales et professionnelles du candidat. Aucune cession du contrat n'est possible à un tiers sans l'accord du groupe. Tout gérant salarié d'un magasin doit être préalablement agréé par le groupe.

(9) *Indépendance juridique des franchisés et dépositaires agréés*

Les franchisés et dépositaires agréés sont propriétaires, juridiquement et financièrement responsables de leur fonds de commerce ainsi que des aménagements.

Cependant, tout changement dans la situation géographique, comme dans l'aménagement intérieur et extérieur du magasin, doit être préalablement approuvé par le groupe.

(10) *Territoire exclusif*

Chaque contrat définit de façon précise le territoire du franchisé ou du dépositaire agréé.

Le franchisé bénéficie, sur son territoire, du droit d'exploiter son magasin à l'enseigne extérieure d'une marque du groupe et ne peut commercialiser que dans les locaux commerciaux définis dans le contrat.

Le dépositaire agréé bénéficie, sur son territoire, du droit d'exploiter une partie de son magasin à l'enseigne intérieure d'une marque du groupe et ne peut commercialiser que dans les locaux commerciaux définis dans le contrat.

Il peut exister plusieurs revendeurs traditionnels et/ou dépositaires agréés sur le territoire d'un franchisé. Par contre, il ne peut pas exister plus d'un franchisé sur le même territoire.

(11) *Transfert de savoir-faire du groupe Charles Jourdan aux franchisés et dépositaires agréés*

Le franchisé reçoit du groupe Charles Jourdan un savoir-faire et une assistance continue dans les domaines suivants :

— achats (cœur de collection ; commande type ; tendances ; coloris et matières à la mode) : c'est une information du détaillant sur les dernières tendances de la mode,

— fourniture du concept de décoration : c'est une aide à la création ou au renouvellement de la décoration du magasin,

— mise en place et tenue du stock, informations de gestion : c'est une assistance en matière de gestion interne du magasin,

— communication d'informations sur la vente des produits dans les réseaux « filiales et franchisés » : c'est une information sur l'activité commerciale des points de vente distribuant les mêmes produits,

— publicité : c'est une aide matérielle, ou par des conseils, en matière de politique publicitaire des franchisés.

Le savoir-faire ainsi transmis est d'abord commercial bien qu'il recouvre également des éléments de gestion. Il est substantiel et permet au commerçant de bénéficier d'un avantage certain par rapport à ses concurrents. C'est cette raison qui, outre le prestige de la marque, incite des commerçants indépendants, ou susceptibles de l'être, à contracter ces accords avec le groupe Charles Jourdan.

Le dépositaire agréé reçoit du groupe Charles Jourdan des informations uniquement en matière d'achats et de tendances de la mode. Ces informations sont à la fois plus réduites et couvrent moins de domaines que dans la franchise. En matière de gestion, aucune assistance n'est prévue.

Toutes ces informations fournies au franchisé ou au dépositaire agréé sont confidentielles.

(12) *Droit de propriété industrielle*

Le groupe Charles Jourdan reste propriétaire de ses marques déposées comme des modèles, dénominations commerciales, enseignes, emblèmes, symboles et autres signes distinctifs commerciaux. Il peut seul décider de leur utilisation.

(13) *Droit de contrôle du groupe Charles Jourdan*

Le franchisé et le dépositaire agréé doivent tenir leurs comptes à la disposition du groupe et lui adresser, chaque mois, l'état des ventes nettes et des quantités vendues relatives au mois précédent. Ils doivent accepter des visites d'inspection de leur personnel et de leurs locaux commerciaux, y compris des lieux de stockage. Le contrôle peut porter également sur le respect par le franchisé des critères de qualité attachés au nom et à la réputation de la marchandise.

(14) *Obligations financières à l'égard du groupe Charles Jourdan*

En contrepartie de la fourniture, par le franchiseur, du concept général de décoration, des plans de masse, de l'échantillonnage des matières, du cahier des charges et de l'assistance d'un décorateur, le franchisé doit payer un droit d'entrée de 20 000 ou 30 000 francs français selon la marque. Les frais d'aménagement matériel du magasin restent à la charge du commerçant franchisé ou du dépositaire agréé. Aucun droit d'entrée n'est requis pour le dépositaire agréé qui doit seulement verser un dépôt de garantie.

En contrepartie des droits consentis et des services qui lui sont rendus, le franchisé paie également au franchiseur, selon les marques, une redevance de 1,5 % ou 2 % sur le montant hors taxes des ventes nettes totales du magasin.

Cette redevance est fixée à 1 % pour les dépositaires agréés et s'applique également au montant total hors taxe des ventes du magasin. Dans la pratique, celles-ci sont constituées, pour au moins 50 %, par la vente des produits des marques du groupe.

(15) *Clause de non-concurrence*

Pour les contrats de franchise, la clause de non-concurrence interdit au franchisé d'exploiter, sur le territoire octroyé, un autre magasin en franchise avec des sociétés autres que celles du groupe Charles Jourdan, sauf s'il s'agit de produits n'ayant quant à leurs prix ou à leur nature aucun rapport avec ceux du groupe Charles Jourdan.

Dans le magasin lui-même, le franchisé ne peut commercialiser que les produits portant les marques faisant l'objet du contrat ainsi que les autres marques du groupe. Il peut cependant être autorisé, par le groupe, à commercialiser d'autres articles d'origine extérieure.

Pour les contrats de dépôt agréé, une clause interdit d'exposer ou de vendre des produits qui, par leur marque, leur dénomination ou leur présentation, seraient susceptibles de déprécier l'image de marque du groupe Charles Jourdan.

À l'expiration des contrats, le commerçant n'est soumis à aucune limitation dans ses activités ultérieures. En cas de vente du magasin franchisé, le franchiseur bénéficie d'un droit de première priorité d'un mois pour l'achat éventuel du fonds.

(16) *Clause d'approvisionnement*

Le commerçant peut s'approvisionner directement en produits portant les marques du groupe Charles Jourdan, soit auprès du groupe lui-même, soit auprès d'un magasin filiale du groupe, soit auprès d'un autre membre du réseau, qu'il soit franchisé ou distributeur agréé, soit même auprès d'un revendeur traditionnel des produits des marques du

groupe, que ces distributeurs soient ou non établis dans le même État membre. D'une façon générale, les ventes croisées entre distributeurs de la marque sont autorisées à la condition que le franchisé ou le dépositaire agréé n'exerce pas la fonction de grossiste à titre principal. Cette possibilité a été accordée aux partenaires du groupe Charles Jourdan à la demande de la Commission.

(17) *Les prix d'achat*

À l'intérieur d'un même État membre, les prix d'achat sont les mêmes pour tous les franchisés, dépositaires agréés ou détaillants traditionnels. Seule une remise quantitative est susceptible d'être accordée. Les variations de prix d'achat d'un État membre de la Communauté à l'autre résultent des coûts de distribution, transit, change, etc. liés aux opérations d'exportation.

(18) *Le prix de vente*

Le groupe Charles Jourdan établit des listes de prix à chaque saison. Ces listes de prix ne sont qu'indicatives et les détaillants ne sont pas tenus de les respecter. Cette liberté accordée aux détaillants de déterminer le prix de vente a été expressément mentionnée dans les contrats à la demande de la Commission.

(19) *Durée des contrats*

Tous les contrats sont conclus pour une durée initiale de cinq années.

(20) *Résiliation des contrats*

Le groupe Charles Jourdan peut résilier le contrat de franchise ou de dépôt agréé en cas d'administration judiciaire ou de liquidation des biens du commerçant, en cas de transfert géographique ou de modifications du magasin ou en cas d'insuffisance des ventes. En cas de violation d'une des clauses du contrat, le groupe Charles Jourdan ou son partenaire, franchisé ou dépositaire agréé, peut résilier le contrat.

(21) *Effets de la résiliation ou de la fin du contrat*

Le franchisé ou le dépositaire agréé ne subissent aucune restriction dans l'exercice de leurs activités futures. Ils peuvent continuer à distribuer des produits similaires ou concurrents dans la même zone géographique et dans le même magasin.

Ils sont seulement tenus de retirer toutes enseignes et supports publicitaires de leurs magasins, de modifier les aménagements liés à l'activité de franchise ou de dépôt agréé et de rendre au groupe Charles Jourdan les imprimés, étiquettes, matériels d'emballage, etc. portant les marques déposées, à l'exception des fournitures nécessaires à l'écoulement des marchandises en stock.

(22) *Observation des tiers*

À la suite de la publication effectuée conformément à l'article 19 paragraphe 3 du règlement n° 17, aucune observation n'a été enregistrée par la Commission.

II. APPRÉCIATION JURIDIQUE

A. Article 85 paragraphe 1

(23) Par les contrats types de distribution notifiés, le groupe Charles Jourdan,

— d'une part, concède à ses franchisés et dépositaires agréés, sur un territoire délimité par le contrat, le droit exclusif d'utiliser, en magasin de détail, ses signes distinctifs (enseignes, marque, nom commercial), ainsi que ses dessins et modèles pour la vente. Il en résulte une présentation uniforme des produits commercialisés à l'intérieur du réseau. Ce droit exclusif concerne l'enseigne à l'extérieur du magasin pour les franchisés et l'enseigne à l'intérieur du magasin pour les dépositaires agréés,

— d'autre part, transfère à ses franchisés et dépositaires agréés un savoir-faire constitué par un ensemble de connaissances commerciales et de gestion éprouvées au préalable par le groupe Charles Jourdan lui-même et non divulguées aux tiers ainsi qu'une assistance continue. Le savoir-faire technique et commercial est mis à jour en fonction des résultats de l'expérience acquise par le groupe Charles Jourdan.

(24) Le groupe Charles Jourdan développe un réseau de vente cohérent et efficace sans investissements massifs, tout en maintenant un contrôle sur l'activité des points de vente.

Pour le détaillant franchisé, cette formule lui permet, s'il n'est pas déjà expérimenté dans la distribution des articles de la marque, de bénéficier du savoir-faire du franchiseur, et, s'il est déjà expérimenté, outre cet avantage, de concentrer tous ses efforts sur la commercialisation des produits du groupe Charles Jourdan dont la réputation seule lui garantit une clientèle.

Pour le détaillant dépositaire agréé, la formule lui permet de bénéficier du savoir-faire du groupe et de la réputation des marques du groupe Charles Jourdan tout en conservant une grande autonomie commerciale grâce à la distribution de marques concurrentes dans son magasin.

(25) Les accords types de franchise ou de dépôt agréé que le groupe Charles Jourdan a signés ou a l'intention de signer avec ses franchisés ou dépositaires agréés sont des accords entre entreprises au sens de l'article 85, le groupe Charles Jourdan et chacun de ses partenaires restant des entreprises indépendantes.

a. *Clauses non visées par l'article 85 paragraphe 1*

Contrats de franchise

(26) La Cour de justice dans l'arrêt Pronuptia [1] et la Commission dans les décisions Pronuptia [2], Yves Rocher [3] et Computerland [4] ont décidé que ne constituent pas des restrictions de concurrence, au sens de l'article 85 paragraphe 1, les clauses qui sont indispensables pour empêcher que le savoir-faire transmis et l'assistance apportée par le franchiseur profitent à des concurrents ainsi que celles qui organisent le contrôle indispensable à la préservation de l'identité et de la réputation du réseau qui est symbolisé par l'enseigne.

(27) Les clauses indispensables pour empêcher que le savoir-faire transmis ne profite à des concurrents sont les suivantes :

— la clause de non-concurrence pendant la durée du contrat interdit au franchisé l'exploitation d'un autre commerce en franchise, dans le territoire concédé, sauf en cas de vente de produits n'ayant aucun rapport avec des produits du groupe Charles Jourdan. Cette clause est justifiée pour le franchisé par le fait que le savoir-faire fourni pourrait être facilement utilisé en faveur d'autres produits et d'autres marques dans le cadre d'un autre système de franchise. Il n'existe pas de clause de non-concurrence à l'expiration du contrat.

Une telle clause de non-concurrence ne se justifierait pas, d'une part, parce que le savoir-faire transmis comporte un élément important de techniques commerciales générales, d'autre part, parce que ce système de franchise s'adresse, en premier lieu, à des commerçants ayant déjà une expérience dans la distribution des chaussures,

— l'interdiction faite au franchisé de céder son contrat de franchise, de sous-louer son magasin, de constituer une sous-franchise, de mettre son fonds en gérance ou de nommer un directeur salarié, sans l'autorisation expresse du groupe Charles Jourdan permet au groupe Charles Jourdan de s'assurer que le franchisé possède les qualités professionnelles nécessaires à l'exercice de ses fonctions, mais aussi que des personnes étrangères au réseau Charles Jourdan ne bénéficient pas des avantages inhérents au système de distribution examiné ici.

(28) Les clauses qui organisent le contrôle indispensable à la préservation de l'identité et de la réputation du réseau symbolisé par l'enseigne sont les suivantes :

— obligation pour le franchisé d'exercer son activité commerciale dans un local aménagé selon les indications et conseils du groupe. Cela permet d'assurer la cohérence et l'homogénéité commerciale et la réputation des points de vente du réseau du groupe Charles Jourdan,

— obligation pour le franchisé de coopérer avec le groupe Charles Jourdan. Cette obligation vise principalement la publicité qui doit être faite en accord avec le groupe Charles Jourdan afin de maintenir l'image de marque du groupe et la qualité de la gestion du point de vente pour éviter qu'une mauvaise gestion ne nuise aux intérêts des marques représentées,

— interdiction faite au franchisé de revendre la marchandise du groupe Charles Jourdan à des commerçants autres que des franchisés, des dépositaires agréés ou des détaillants approvisionnés par le groupe. Cette clause est destinée à maintenir l'unité du réseau, et est le lien, pour le consommateur, entre le produit du groupe Charles Jourdan et son lieu de vente,

— obligation, pour le franchisé, sauf autorisation du groupe et compte tenu de la nature des produits concernés en l'espèce (articles de mode), et dans le but de préserver l'homogénéité de l'image de marque, de commander les articles qui constituent l'objet essentiel de la franchise uniquement au groupe Charles Jourdan ou aux fournisseurs indiqués par celui-ci. Il convient de préciser que le franchisé peut acheter les articles en cause à n'importe quel franchisé, dépositaire agréé ou détaillant traditionnel faisant partie du réseau Charles Jourdan,

— obligation pour le franchisé de se soumettre au contrôle du groupe Charles Jourdan. Ce droit de regard du groupe sur la gestion de ses détaillants constitue une contrepartie des responsabilités déléguées par le groupe Charles Jourdan à ses partenaires.

(1) Arrêt du 28. 1. 1986, — affaire 161-84, — *Recueil de la jurisprudence de la Cour* 1986, p. 353.
(2) JO n° L 13 du 15. 1. 1987, p. 39.
(3) JO n° L 8 du 10. 1. 1987, p. 49.
(4) JO n° L 222 du 10. 8. 1987, p. 12.

(29) En ce qui concerne les prix de vente au détail qui ne sont qu'indicatifs, il convient de souligner que la simple communication de prix indicatifs faite par le groupe à ses détaillants ne saurait être considérée comme restrictive de concurrence, pour autant qu'elle ne conduise pas à une concertation entre détaillants du réseau et entre détaillants et le groupe Charles Jourdan.

(30) L'absence d'une obligation pour le groupe de définir, puis de respecter des critères de sélection quant au choix de ses franchises, est liée à la volonté d'établir un réseau de distribution intégré et solidaire auquel chaque commerçant, doté de ses capacités professionnelles et personnelles, a choisi d'adhérer. L'assistance continue que reçoit le franchisé au cours du contrat implique une présence importante des représentants du groupe auprès de chacun de ces commerçants. Les membres du réseau de distribution doivent donc être en nombre limité. Dans ces conditions, le groupe peut choisir, de lui-même, les commerçants qui lui paraissent les plus aptes à maintenir la cohésion du réseau.

Contrats de dépôt agréé

(31) Les clauses non visées par l'article 85 paragraphe 1 sont, d'abord, celles qui assurent au groupe le contrôle indispensable à la préservation de l'identité et de la réputation du réseau symbolisé par l'enseigne intérieure au magasin : le dépositaire agréé doit exercer son activité dans la partie du magasin aménagée selon les directives du groupe.

Il doit également coopérer avec le groupe en matière de publicité et de gestion. Il ne peut non plus acheter ou revendre la marchandise à des commerçants autres que ceux qui sont déjà membres du réseau de distribution du groupe. Le dépositaire agréé doit, enfin, se soumettre aux contrôles du groupe Charles Jourdan.

Le dépositaire agréé n'est pas soumis à une obligation de non-concurrence. Néanmoins, il ne peut pas exposer ou vendre dans son magasin des produits susceptibles de déprécier l'image de marque du groupe Charles Jourdan. Il reste libre de commercialiser d'autres marques. Cette clause est justifiée par la qualité des produits du groupe Charles Jourdan qui nécessite une présentation adéquate. Vu la situation très concurrentielle du secteur, une telle limitation n'est pas susceptible de restreindre le jeu de la concurrence d'une manière sensible.

Le contrat cesse de plein droit en cas de cession, mise en gérance, contrôle du fonds par un tiers ou en cas de nomination d'un directeur salarié, sans l'autorisation expresse du groupe Charles Jourdan, de façon à s'assurer de la qualification nécessaire du dépositaire agréé et que les avantages de la formule ne bénéficient pas à un tiers.

b. *Clauses visées par l'article 85 paragraphe 1*

Contrats de franchise

(32) Les clauses qui réalisent un partage des marchés entre le groupe Charles Jourdan et ses partenaires ou entre ses partenaires eux-mêmes constituent des restrictions de concurrence au sens de l'article 85 paragraphe 1. Tel est le cas :

— de la clause par laquelle le groupe accorde au franchisé, pour une zone géographiquement déterminée, l'usage exclusif de ses signes distinctifs

et

— de l'obligation, pour le franchisé, d'exercer son activité uniquement dans le local retenu à cet effet.

En effet, par le jeu combiné de ces clauses, chaque franchisé est relativement protégé contre la concurrence des autres franchisés, dans sa zone géographique. Cette protection est cependant limitée par le fait que, s'il ne peut exister qu'un seul franchisé dans une zone donnée, il peut exister plusieurs dépositaires agréés et détaillants traditionnels dans cette même zone.

(33) Les contrats de franchise sont susceptibles d'affecter le commerce entre États membres du fait qu'ils forment la base d'un réseau appelé à s'étendre dans toute la Communauté et que les franchisés sont empêchés de s'établir dans un autre État membre.

Contrats de dépôt agréé

(34) Le droit exclusif de détenir une enseigne intérieure dans le magasin n'exclut, sur le territoire, ni les magasins filiales, ni les magasins franchisés qui ont, en outre, une enseigne extérieure. Ce droit exclusif n'exclut pas non plus la présence des marques du groupe Charles Jourdan dans les magasins de détail traditionnels. Il s'agit de contrats peu contraignants pour le détaillant, offrant, sur un marché très concurrentiel, une protection très limitée contre la concurrence, à l'intérieur du réseau.

(35) Compte tenu du fait, en outre, que le nombre de dépôts agréés n'était que très limité à la date de la notification des contrats et que ce nombre n'était pas, selon le groupe Charles Jourdan, appelé à augmenter considérablement, il apparaît qu'ils ne sont pas susceptibles d'affecter le commerce entre États membres ni d'empêcher, de restreindre ou de fausser sensiblement le jeu de la concurrence à l'intérieur du marché commun.

Les dispositions de l'article 85 paragraphe 1 ne s'appliquent pas aux contrats de dépôt agréé.

B. Article 85 paragraphe 3

(36) Le règlement (CEE) n° 1983/83 [1] portant exemption par catégories d'accords d'exclusivité est inapplicable aux contrats types de franchise en cause dont la nature juridique est différente [2]. Ils constituent, au-delà de leur nature de contrats de distribution, des contrats par lesquels le franchiseur s'oblige à concéder le droit d'exploiter un commerce en vue de l'application par le franchisé d'une formule de distribution originale et évolutive. Il y a donc lieu d'examiner si les contrats en cause peuvent être admis au bénéfice d'une exemption individuelle en application de l'article 85 paragraphe 3.

(37) Les contrats types de franchise régissant le réseau de distribution Charles Jourdan contribuent, par le jeu combiné de l'ensemble de leurs dispositions, à améliorer la distribution des produits concernés au sens de l'article 85 paragraphe 3. En effet, ils permettent :

— au groupe Charles Jourdan d'étendre son réseau de distribution sans procéder à des investissements dans l'installation matérielle de nouvelles filiales qu'il ne serait, sinon, peut-être pas à même d'effectuer, ou d'effectuer aussi rapidement, car ce sont les candidats franchisés qui prennent en charge les investissements nécessaires,

— au groupe Charles Jourdan de mettre à la disposition des consommateurs un canal de distribution uniforme quant aux méthodes commerciales utilisées et à la gamme des produits offerts. Cette uniformité permet de rationaliser les méthodes commerciales en les standardisant,

— au groupe Charles Jourdan, compte tenu des liens étroits et directs qu'il a avec ses partenaires, d'être rapidement informé par ceux-ci des variations dans les habitudes et les goûts des consommateurs et de pouvoir ainsi en tenir compte dans ses plans prévisionnels de vente et de production,

— au franchisé qui jouit de l'exclusivité d'une enseigne extérieure dans le territoire concédé, de concentrer sur ce territoire et sur les marques du groupe ses efforts de vente,

— au franchisé de bénéficier des retombées commerciales de l'image de marque des produits ainsi que du savoir-faire éprouvé et de l'assistance continue du groupe Charles Jourdan.

(38) Les accords en cause régissant le réseau de distribution Charles Jourdan réservent aux utilisateurs une partie équitable du profit qui résulte de ces améliorations de la distribution :

— les consommateurs peuvent se procurer les produits de la gamme du groupe Charles Jourdan dans un plus grand nombre de points de vente et de pays,

— le savoir-faire transmis et l'assistance procurée par le groupe à ses partenaires assurent les consommateurs d'un service de qualité élevée,

— la présence de détaillants qui restent propriétaires de leur fonds de commerce est un gage de dynamisme commercial et de diligence du commerçant.

La pression de la concurrence qui existe dans le secteur et la liberté qu'ont les consommateurs d'acheter les produits n'importe où à l'intérieur du réseau sont autant d'éléments susceptibles d'amener les franchisés à répercuter sur les consommateurs une part raisonnable des avantages découlant de la rationalisation de la distribution.

(39) Les contrats types du groupe Charles Jourdan, par ailleurs, ne comportent pas de restrictions qui ne soient pas indispensables pour atteindre les améliorations susvisées. En effet, les clauses restrictives qui assurent une certaine exclusivité territoriale peuvent être considérées, en l'espèce, comme indispensables, car on peut penser que peu de candidats franchisés auraient, vraisemblablement, été prêts à effectuer les investissements nécessaires, à payer une redevance forfaitaire initiale ou un dépôt de garantie, et à payer des redevances proportionnelles à leurs chiffres d'affaires pour s'intégrer à un tel système de distribution sans bénéficier d'une certaine protection territoriale, contre la concurrence des autres franchisés et du groupe Charles Jourdan lui-même. Il convient de rappeler, par ailleurs, que les franchisés sont entièrement libres d'acheter et de vendre entre eux ou à d'autres détaillants indépendants de la marque les produits en cause.

(40) Les accords types Charles Jourdan et le système qui résulte de leur application ne sont pas de nature à donner aux entreprises intéressées la possibilité d'éliminer la concurrence pour une partie substantielle des produits en cause. À l'égard des producteurs et distributeurs concurrents du groupe Charles Jourdan, le réseau Charles Jourdan ne peut produire d'effets anticoncurrentiels horizontaux sensibles à l'extérieur de la marque compte tenu de la dispersion de l'offre de produits tant au niveau de la production qu'au niveau de la distribution.

(41) La production et la distribution des chaussures qui constituent l'activité majeure du groupe ne couvrent qu'une part modeste du marché français et une part plus faible encore du marché communautaire. Sur le sous-marché de la chaussure de moyenne et de haute qualité, le groupe Charles Jourdan détient environ 10 % du total français et

[1] JO n° L 173 du 30. 6. 1983, p. 1.
[2] Arrêt précité, points 15 et 33 des motifs (affaire 161-84 Pronuptia).

seulement environ 2 % du marché communautaire. Son chiffre d'affaires, inférieur à 1 milliard de francs français en 1985, est relativement modeste par rapport à celui de ses concurrents européens. En outre, le marché de la chaussure, comme celui de la maroquinerie, des accessoires ou du prêt-à-porter est animé et très fortement concurrentiel.

(42) Les franchisés, en outre, sont en concurrence les uns avec les autres, car il leur est permis de vendre à n'importe quel consommateur domicilié à l'intérieur ou en dehors du territoire concédé ainsi qu'à n'importe quel autre franchisé, dépositaire agréé ou détaillant de la marque, à la condition de ne pas agir en grossiste, à titre principal. De plus, ils sont entièrement libres de fixer leurs prix de vente. Ce réseau de distribution, qui regroupe plusieurs systèmes différents de commercialisation, crée une saine émulation entre les détaillants qui assure au consommateur le plus grand choix donc, en l'espèce, les meilleures conditions d'achat.

Enfin, il n'existe pas de clause de non-concurrence à l'expiration ou après la résiliation des contrats, ce qui permet à tout franchisé de continuer, dans son propre magasin, l'exercice de son activité commerciale, sans aucune restriction, après avoir mis fin à ses relations avec le groupe.

(43) Toutes les conditions de l'application de l'article 85 paragraphe 3 sont donc remplies en l'espèce.

(44) C'est à partir de la date où les dernières modifications aux contrats types ont été apportées, à savoir le 17 décembre 1986, que prendra effet la décision d'exemption. Celle-ci peut être accordée pour une période de dix ans. Cette période paraît, en l'espèce, justifiée, compte tenu de la faible restriction de concurrence résultant de ces accords et du contexte concurrentiel en cause,

A ARRÊTÉ LA PRÉSENTE DÉCISION :

Article premier

Conformément à l'article 85 paragraphe 3 du traité, les dispositions de l'article 85 paragraphe 1 sont déclarées inapplicables pour la période allant du 17 décembre 1986 au 16 décembre 1996 aux contrats types de franchise de distribution que le groupe Charles Jourdan conclut avec ses franchisés dans la Communauté économique européenne.

Article 2

Conformément à l'article 2 du règlement n° 17, la Commission constate qu'il n'y a pas lieu d'intervenir à l'égard des contrats types de « dépôt agréé » que le groupe Charles Jourdan conclut avec ses « dépositaires agréés », en vertu des dispositions de l'article 85 paragraphe 1 du traité.

Article 3

La présente décision est destinée à :

1) la Société des chaussures Seducta Charles Jourdan et fils, 1, boulevard Voltaire, F-26071 Romans ;

2) Charles Jourdan Holding AG, Spielhof 3, CH-8750 Glarus ;

3) la Société Xavier Danaud, zone industrielle de Charnas, F-07100 Annonay.

Fait à Bruxelles, le 2 décembre 1988.

Par la Commission

Peter SUTHERLAND

Membre de la Commission