

Décision n°2002-E/A-47 du 27 juin 2002

En cause de :

- la société anonyme de droit français Club Méditerranée (ci-après Club Med) dont le siège social est établi 11 rue de Cambrai à 75019 Paris.

Vu la notification du contrat type mettant en place un nouveau réseau de distribution des produits Club Med caractérisé par une exclusivité territoriale, reçue le 28 février 2002 et enregistrée au Conseil de la concurrence sous le numéro CONC-E/A-01/0014 par laquelle la société Club Med demande :

- à titre principal le bénéfice de l'octroi d'une attestation négative prévue à l'article 6 de la loi du 5 août 1991 sur la protection de la concurrence économique (ci-après dénommée LPCE);
- à titre subsidiaire, le classement du dossier sur base de l'article 32 de cette loi ;
- à titre très subsidiaire, l'octroi d'une exemption individuelle au titre de l'article 2 § 3 de cette loi ;

Vu le rapport motivé du corps des rapporteurs du 4 février 2002, notifié à la société Club Med le même jour ;

Entendu lors de l'audience du 25 mars 2002, le corps des rapporteurs et la partie notifiante, la société Club Med, représentée par Monsieur Jeff Van Bever, Directeur général, et Madame Maria Pia Nardone, assistés par leur conseil, Maître Peter Wytinck, avocat à Bruxelles ;

Attendu que la composition de la chambre a dû être modifiée pour des raisons de force majeure ;

Entendu lors de l'audience du 27 juin 2002, le corps des rapporteurs et la partie notifiante, la société Club Med, représentée par Monsieur Jeff Van Bever, Directeur général, et Madame Maria Pia Nardone, assistés par leur conseil, Maître Peter Wytinck, avocat à Bruxelles ;

Attendu que la société Club Med exerce une activité de tour-opérateur généraliste qui consiste essentiellement en la conception et la commercialisation, dans près de 50 pays, d'une catégorie de vacances fondée sur le « système tout compris », comprenant le transport, l'hébergement, la restauration et l'animation.

Que selon la partie notifiante, le réseau de distribution mis en place est basé sur un contrat type d'agent exclusif. Ce contrat aura la nature d'un contrat d'agence dans la mesure où les clients finaux seront contractuellement liés à Club Med et non aux agences.

Qu'afin d'assurer la couverture de la totalité du territoire belge, dans chaque arrondissement ou commune (selon la densité de population ou le potentiel économique) les produits Club Med seront commercialisés par une ou plusieurs agences, choisies en fonction des intérêts commerciaux de Club Med et de leur capacité à commercialiser ces produits. Les agences retenues bénéficieront d'une exclusivité territoriale.

Que le contrat est conclu pour une durée de 3 ans, c'est à dire du 1er janvier 2002 au 31 décembre 2004.

Recevabilité de la demande

Attendu que la demande d'attestation négative et d'exemption introduite par la société Club Med doit être déclarée recevable étant donné qu'elle est une personne morale qui poursuit de manière durable un but économique (et est donc une entreprise au sens de l'article 1er de la loi) et qu'elle justifie d'un intérêt suffisant en agissant en vue d'obtenir des garanties sur la validité de son contrat type de distribution au regard de la loi.

Raisons invoquées par la partie notificante pour justifier le choix d'un réseau fermé de distribution

Attendu que la partie notificante expose que sa politique commerciale est d'assurer non seulement une constante amélioration de la qualité de ses produits finaux mais également d'offrir avant toute vente, un service de conseil de qualité aux clients.

Que pour ce faire, elle estime que la compétence de son personnel est essentielle, et que celle-ci passe par une formation permanente. Cela requiert des investissements importants en terme de ressources financières et personnelles tant de sa part que de ses agences locales. Elle soutient que cette formation n'est possible que si le réseau de distribution est limité et prétend que dans le cas contraire, les investissements supplémentaires ne pourraient se répercuter que sur les engagements qu'elle demande aux agences agréées, avec comme conséquence, une augmentation de prix demandé à la clientèle.

Que par ailleurs, elle soutient également qu'une distribution ouverte mettrait en péril la volonté des agences d'investir dans la vente des produits Club Med car la rentabilité serait remise en question.

Que selon la société Club Med, le réseau de distribution tel qu'envisagé permettra aux agences de répondre de manière globale, adéquate et rapide à la demande de ses produits et de manière rentable pour elles. Il est ainsi justifié selon elle, d'opter pour un réseau de distribution de ses produits, fermé.

Le marché

Le marché de produits ou de services concerné

Attendu que la société Club Med propose de retenir comme marché concerné, le marché des vacances à forfait à l'étranger au départ de la Belgique.

Attendu que le corps des rapporteurs considère que les produits Club Med rentrent effectivement dans la définition des voyages à forfait et qu'il pourrait être possible dans le cas d'espèce d'envisager une segmentation du marché des voyages à forfait selon la formule de vacances (vacances en formule village club ou autres...), d'autant que Club Méditerranée insiste sur les caractéristiques spécifiques des produits Club Med pour justifier le caractère fermé de son réseau de distribution.

Que cependant, le corps des rapporteurs relève que les réactions des concurrents de la société Club Méditerranée sur la segmentation à retenir ne vont pas dans ce sens. Des tour-opérateurs comme Ticket BBL Travel, VIP Travel, Sunsnacks (Thomas Cook), VTB Reizen sont d'accord avec la présentation de Club Méditerranée.

Que seule, Nouvelles Frontières segmente son activité selon trois segments qui correspondent à la segmentation réalisée dans sa brochure.

Que dans sa décision Preussag/Nouvelles Frontières du 14 novembre 2000 (N°COMP/M.2186), la Commission a considéré Club Med comme un concurrent de Bosphorus, de Nouvelles Frontières etc...sur le marché des voyages à forfait en Belgique, avec une part de marché de 3-4 %.

Qu'en conclusion, le Rapporteur propose de retenir comme marché concerné, à l'instar de la partie notificante, le marché des vacances à forfait à l'étranger au départ de la Belgique.

Attendu que la société notificante se réfère également à la décision de la Commission européenne du 22 septembre 1999 rendue dans l'affaire IV/M.1524 Airtours/First Choice (JOCE L-93 du 13 avril 2000) pour considérer que la définition du marché relevant à retenir en ce qui la concerne reprise dans l'arrêt de la Cour d'appel de Bruxelles du 22 avril 1999 n'était pas fondée.

Attendu que depuis lors le tribunal de première instance des communautés européennes s'est prononcé sur cette décision par son arrêt du 6 juin 2002 (T342/99).

Attendu que le marché des produits en cause comprend tous les produits et/ou services que le consommateur considère comme interchangeables ou substituables en raison de leurs caractéristiques, de leur prix et de l'usage auquel ils sont destinés (communication de la Commission, JOCE 1997 C/372, p 51).

Attendu que le Conseil de la concurrence s'est également déjà prononcé dans des affaires de concentration portant sur ce secteur (décision n°2001-C/C-32 du 18 juin 2001, Ticket BBL Travel / Reizen Theo Huybrechts / Kroon Reizen / L'Epervier, décision n°2001-C/C-48 du 19 septembre 2001, C&N Touristic Belgium NV / City Bird Holding SA / City Bird SA et décision n°2002-C/C-22 du 20 février 2002, American Express International Inc / BBL Travel American Express SA).

Que les décisions précitées portent toutes sur des concentrations.

Qu'il échet de relever que la présente procédure porte sur une matière visée à l'article 2 L.P.C.E.

Attendu que le Conseil de la concurrence estime, dans le cas d'espèce et sur base des éléments en sa possession ne pas pouvoir nécessairement retenir le marché des vacances à forfait à l'étranger au départ de la Belgique, comme marché en cause dans la présente affaire.

Qu'en effet, comme le fait remarquer la société Club Med. elle même, pour justifier le caractère fermé de son réseau de distribution, le produit qu'elle offre est un produit spécifique fondé sur le « tout compris » et comprenant dans le prix du forfait le transport, l'hébergement, la restauration et l'animation.

Qu'en outre, la Cour d'appel de Bruxelles, par son arrêt du 22 septembre 1999, a relevé plusieurs éléments particuliers et caractéristiques qui démontreraient qu'il s'agit d'un marché spécifique, et notamment le service particulier offert, la formule des villages de vacances offrant une animation particulière.

Attendu que partant, il y a lieu d'inviter le corps des rapporteurs à définir le marché concerné en tenant compte du degré de substituabilité des services offerts, tant par la SA Club Med que par ses concurrents, et en outre, d'évaluer la part de marché de la partie notifiante, sur ce marché ainsi défini.

Analyse du contrat

Attendu que dans la notification, la société Club Med. a transmis un modèle de contrat-type.

Attendu que ce contrat-type est utilisé depuis le 1er janvier 2002 ;

Qu'il convient d'examiner les contrats déjà souscrits afin de mieux pouvoir se prononcer sur la demande formulée par la société notifiante ;

Que la portée qui est ou sera donnée à certaines clauses de ce contrat, s'avère également importante ;

Que lors de l'audience de ce 27 juin 2002, une copie d'un contrat a déjà été déposée ;

Qu'il importe de se faire communiquer une copie de tous les contrats entrés en vigueur depuis le 1er janvier 2002 et visés par la présente notification, notamment en raison des clauses laissées à l'appréciation des parties ;

PAR CES MOTIFS,

le Conseil de la concurrence

- décide qu'il y a lieu d'inviter le corps des rapporteurs à définir le marché concerné en tenant compte du degré de substituabilité des services offerts, tant par la SA Club Med que par ses concurrents, et en outre, d'évaluer la part de marché de la partie notifiante, sur ce marché ainsi défini.
- Ordonne à la société notifiante de communiquer au corps des rapporteurs une copie de tous les contrats d'agents exclusifs (et avenants) en vigueur depuis le 1er janvier 2002 .

Ainsi statué le 27 juin 2002 par la chambre du Conseil de la concurrence composée de Monsieur Patrick De Wolf, président de chambre, Mesdames Béatrice Ponet et Dominique Smeets, Monsieur Eric Balate, membres.